

Beschluss gemäß den Regeln des Akkreditierungsrates der FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme

84. Sitzung am 29./30. November 2012

90. Sitzung am 20./21. März 2014: Projektnummer: 13/081

Erweiterung der bestehenden auf die strukturell veränderte Variante des Studienganges (s.a. Gutachten ab Seite 51)

98. Sitzung am 26. Februar 2016: Projektnummer: 15/106 - Erweiterung der bestehenden Akkreditierung des Studienganges um die Spezialisierungen „Marketing Analytics“, „Sportmarketing“ und „Design Thinking“ (s.a. Gutachten ab Seite 63)

102. Sitzung am 24. März 2017: Projektnummer: 16/084, Übertragung der bestehenden Akkreditierung des Studienganges auf die Studiengänge Medien- und Kommunikationsmanagement (M.A.), Business Management (M.A.) und Design Management (M.A.) (Siehe auch Gutachten ab Seite 74.)

11/108

Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation (MHMK)

Standorte: München, Stuttgart, Berlin, Hamburg, Köln

Open Media Master (M.A.)

Die FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme beschließt im Auftrag der Stiftung zur Akkreditierung von Studiengängen in Deutschland wie folgt:

Der Studiengang wird gemäß Abs. 3.1.2 i.V.m. Abs. 3.2.4 i.V.m. 3.2.5. der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 10. Dezember 2010 mit 4 Auflagen für fünf Jahre akkreditiert.

Das Siegel des Akkreditierungsrates und das Qualitätssiegel der FIBAA werden vergeben.

Akkreditierungszeitraum: Wintersemester 2013/14 bis Ende Wintersemester 2018/19

Auflagen:

1. Die in der Prüfungsordnung genannten Zugangsvoraussetzungen sind derart anzupassen, dass sie den nationalen Vorgaben entsprechen (Rechtsquelle: Kriterium A 2. der Ländergemeinsamen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen i.d.F. vom 04.02.2010).

Die Auflage ist erfüllt.

Die FIBAA-Akkreditierungskommission am 26./27. September 2013.

2. Die Allgemeine Prüfungsordnung ist derart anzupassen, dass die Beschränkung des Erwerbes auf maximal 23 bzw. 45 ECTS-Punkte je Studienjahr entfällt und Studierende selbständig entscheiden können, in welchem Umfang ECTS-Punkte erworben werden (s. Kapitel 3.1, Rechtsquelle: Abschnitt 4.2 des ECTS-Leitfadens).

Die Auflage ist erfüllt.

Die FIBAA-Akkreditierungskommission am 21. November 2014.

3. Die Ordnung zur Anerkennung von Studienleistungen ist derart anzupassen, dass sie den Vorgaben der Lissabon Konvention entspricht (s. Kapitel 3.1, Rechtsquelle: Artikel VI.1 der Lissabon Konvention in der Fassung vom 19. November 2010 i.V.m. Kriterien 2.3 und 2.8 der Regeln für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 07. Dezember 2011).

Die Auflage ist erfüllt.

Die FIBAA-Akkreditierungskommission am 21. November 2014.

4. Die Modulbeschreibungen sind hinsichtlich der Voraussetzung für die erfolgreiche Teilnahme derart anzupassen, dass sie den nationalen Vorgaben entsprechen (Rechtsquelle: Kriterium 1.1 der Anlage „Rahmenvorgaben für die Einführung von Leistungspunktsystemen und die Modularisierung von Studiengängen“ der Ländergemeinsamen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen i.d.F. vom 04.02.2010).

Die Auflage ist erfüllt.

Die FIBAA-Akkreditierungskommission am 26./27. September 2013.

Gutachterbericht

Hochschule:

Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation (MHMK)

Standorte: München, Stuttgart, Berlin, Hamburg, Köln

Master-Studiengang:

Open Media Master

Abschlussgrad:

Master of Arts (M.A.)

Kurzbeschreibung des Studienganges:

Der Studiengang Open Media Master ist nach Angaben der Hochschule auf ein breites Berufsfeld ausgelegt. Zentraler Anker ist der Medienbezug. Die Absolventen des Master-Studienganges sollen sich als Medienexperten mit spezifischen, selbst gewählten Schwerpunktsetzungen am Markt behaupten. Sie üben vorzugsweise Führungsfunktionen mit besonderem Bezug zum internationalen Kontext aus. Für die Studierenden besteht beim Studiengang OMM wie bei keinem anderen Studiengang der MHMK die Möglichkeit, das Studium auf die ganz persönlichen Interessen, Präferenzen und Vorerfahrungen auszurichten. Er bietet maximale Wahlfreiheit auf einer soliden methodischen und fachlichen Grundlage.

Datum des Vertragsschlusses:

31. Oktober 2011

Datum der Einreichung der Unterlagen:

23. Juli 2012

Datum der Begutachtung vor Ort (BvO):

18./19. September 2012

Akkreditierungsart:

Erst-Akkreditierung

Akkreditiert im Cluster mit:

Journalistik (B.A.)

Journalistik (M.A.)

Zuordnung des Studienganges:

konsekutiv

Studiendauer (Vollzeitäquivalent):

3 Semester Vollzeit, 6 Semester Teilzeit

Studienform:

Vollzeit und Teilzeit

Dual/Joint Degree vorgesehen:

nein

Erstmaliger Start des Studienganges:

Wintersemester 2013/14

Aufnahmekapazität:

20 je Campus

Start zum:

Wintersemester

Zügigkeit (geplante Anzahl der parallel laufenden Jahrgänge):

Einzügig

Studienanfängerzahl:

20

Umfang der ECTS-Punkte des Studienganges:

90

Stunden (Workload) pro ECTS-Punkt:

30

Datum der Sitzung der FIBAA-Akkreditierungskommission:

30. November 2012

Beschluss:

Der Studiengang wird gemäß Abs. 3.1.2 i.V.m. Abs. 3.2.4 i.V.m. 3.2.5. der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 10. Dezember 2010 mit 4 Auflagen für fünf Jahre akkreditiert.

Akkreditierungszeitraum:

Wintersemester 2013/14 bis Ende Wintersemester 2018/19

Auflagen:

1. Die in der Prüfungsordnung genannten Zugangsvoraussetzungen sind derart anzupassen, dass sie den nationalen Vorgaben entsprechen. (Rechtsquelle: Kriterium A 2. der Ländergemeinsamen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen i.d.F. vom 04.02.2010).
2. Die Allgemeine Prüfungsordnung ist derart anzupassen, dass die Beschränkung des Erwerbes auf maximal 23 bzw. 45 ECTS-Punkte je Studienjahr entfällt und Studierende selbständig entscheiden können, in welchem Umfang ECTS-Punkte erworben werden (s. Kapitel 3.1, Rechtsquelle: Abschnitt 4.2 des ECTS-Leitfadens).
3. Die Ordnung zur Anerkennung von Studienleistungen ist derart anzupassen, dass sie den Vorgaben der Lissabon Konvention entspricht (s. Kapitel 3.1, Rechtsquelle: Artikel VI.1 der Lissabon Konvention in der Fassung vom 19. November 2010 i.V.m. Kriterien 2.3 und 2.8 der Regeln für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 07. Dezember 2011).
4. Die Modulbeschreibungen sind hinsichtlich der Voraussetzung für die erfolgreiche Teilnahme derart anzupassen, dass sie den nationalen Vorgaben entsprechen (Rechtsquelle: Kriterium 1.1 der Anlage „Rahmenvorgaben für die Einführung von Leistungspunktsystemen und die Modularisierung von Studiengängen“ der Ländergemeinsamen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen i.d.F. vom 04.02.2010).

Die Erfüllung der Auflagen ist bis zum 30. August 2013 nachzuweisen.

Betreuerin:

Dipl.- Wir.jur. (FH) Ivonne Hennecke-Lubjuhn

Gutachter:**Prof. Dr. Klaus Arnold**

Universität Trier

Medien- und Kommunikationswissenschaft, Medien- und Kommunikationsgeschichte, Kommunikations- und Journalismustheorie, Publikumsforschung, Qualität und Ethik im Journalismus

Prof. Dr. Tibor Kliment

Rheinische Fachhochschule

Medienwirtschaft, Medienmanagement, Kommunikationsforschung, Publizistik, Medienforschung, Kommunikationsmanagement

Günter Moeller

Managing Partner von hm+p Herrmann, Moeller + Partner

Strategisches Management, Innovationsmanagement, Produkt-, Sortiments- und Designmanagement, Markenmanagement

Maria Puhmann

Studentin an der Hochschule für Technik und Wirtschaft (HTW) Berlin, Fachbereich Wirtschaftswissenschaften II, Studiengang Wirtschaftskommunikation (Master)

Zusammenfassung¹

Bei der Bewertung wurden die Selbstdokumentation, die Ergebnisse der Begutachtung vor Ort und die Stellungnahme der Hochschule vom 15. November 2012 berücksichtigt.

Prozedural ist anzumerken, dass in einer sog. Erst-Akkreditierung, also vor Aufnahme des Studienbetriebs bzw. zum Beginn des Studienbetriebs, eine Reihe von Kriterien des Qualitätsprofils noch nicht abschließend bewertet werden kann. Gewertet wird auf Grundlage des Konzepts und des erreichten Planungsstandes. In das Gutachten ist aber eingeflossen, dass Studierende aus den Master-Studiengängen „Media and Communication Management“ und „Media and Design“ befragt werden konnten. Deshalb konnten einzelne Bereiche (z.B. Betreuung der Studierenden, Prüfungen, Zulassungsverfahren oder Lehr- und Lernmethoden) bewertet werden.

Der Master-Studiengang Open Media Master der Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation, Standorte München, Stuttgart, Berlin, Hamburg, Köln, erfüllt mit wenigen Ausnahmen die Qualitätsanforderungen für Master-Studiengänge. Er kann von der Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA) unter vier Auflagen akkreditiert werden.

Der Studiengang ist ein konsekutiver Master-Studiengang. Er entspricht mit wenigen Ausnahmen den Strukturvorgaben der Kultusministerkonferenz (KMK), den Anforderungen des Akkreditierungsrates sowie den Anforderungen des nationalen Qualifikationsrahmens, den landesspezifischen Strukturvorgaben sowie der Bayerischen Rahmenprüfungsordnung für die Fachhochschulen in der zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses geltenden Fassung. Er ist modular gegliedert, mit ECTS-Punkten versehen, hat ein „anwendungsorientiertes“ Profil und schließt mit dem akademischen Grad „Master of Arts“ ab. Der Grad wird von der Hochschule verliehen.

Handlungsbedarf sehen die Gutachter hinsichtlich der Zulassungsbedingungen, der Modulbeschreibungen und formaler Aspekte. Die Gutachter sind der Ansicht, dass die aufgezeigten Mängel innerhalb von neun Monaten behebbar sind, weshalb sie eine Akkreditierung unter folgenden Auflagen empfehlen (vgl. Abs. 3.1.2 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 10. Dezember 2010):

1. Die in der Prüfungsordnung genannten Zugangsvoraussetzungen sind derart anzupassen, dass sie den nationalen Vorgaben entsprechen. (Rechtsquelle: Kriterium A 2. der Ländergemeinsamen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen i.d.F. vom 04.02.2010).
2. Die Allgemeine Prüfungsordnung ist derart anzupassen, dass die Beschränkung des Erwerbes auf maximal 23 bzw. 45 ECTS-Punkte je Studienjahr entfällt und Studierende selbständig entscheiden können, in welchem Umfang ECTS-Punkte erworben werden (s. Kapitel 3.1, Rechtsquelle: Abschnitt 4.2 des ECTS-Leitfadens).
3. Die Ordnung zur Anerkennung von Studienleistungen ist derart anzupassen, dass sie den Vorgaben der Lissabon Konvention entspricht (s. Kapitel 3.1, Rechtsquelle: Artikel VI.1 der Lissabon Konvention in der Fassung vom 19. November 2010 i.V.m. Kriterien 2.3 und 2.8 der Regeln für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 07. Dezember 2011).
4. Die Modulbeschreibungen sind hinsichtlich der Voraussetzung für die erfolgreiche Teilnahme derart anzupassen, dass sie den nationalen Vorgaben entsprechen

¹ Lediglich zur Vereinfachung der Lesbarkeit des Gutachterberichtes erfolgt im Folgenden keine geschlechtsneutrale Differenzierung, sondern wird ausschließlich die männliche Form verwendet. Selbstverständlich ist seine Ausrichtung in jedem Fall geschlechtsunabhängig.

(Rechtsquelle: Kriterium 1.1 der Anlage „Rahmenvorgaben für die Einführung von Leistungspunktsystemen und die Modularisierung von Studiengängen“ der Ländergemeinsamen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen i.d.F. vom 04.02.2010).

Die Erfüllung der Auflagen ist bis zum 30. August 2013 nachzuweisen.

Die Gutachter sehen Weiterentwicklungspotenzial für den Studiengang zu folgenden Aspekten:

- Konsistenz in den einzelnen Ordnungen (s. Kapitel 3.1),
- weiterer Ausbau der Bibliotheksbestände u.a. auch mit englischsprachiger Literatur (s. Kapitel 4.4).

Die ggf. getroffenen Maßnahmen der Hochschule zur Umsetzung der Empfehlungen sind im Rahmen einer allfälligen Re-Akkreditierung zu betrachten.

Darüber hinaus gibt es eine Reihe von Kriterien, welche die Qualitätsanforderungen übertreffen:

- Internationale Ausrichtung der Studiengangskonzeption (s. Kapitel 1.3),
- Strukturelle und/oder inhaltliche Indikatoren für Internationalität (s. Kapitel 1.3),
- Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen und anderen Organisationen (s. Kapitel 1.4),
- Gewährleistung der Fremdsprachenkompetenz (s. Kapitel 2.4),
- Interdisziplinarität (s. Kapitel 3.2),
- Managementkonzepte (s. Kapitel 3.3),
- Kommunikationsfähigkeit und Rhetorik (s. Kapitel 3.3),
- Fallstudien / Praxisprojekt (s. Kapitel 3.4),
- Praxiskenntnisse des Lehrpersonals (s. Kapitel 4.1),
- Betreuung der Studierenden durch das Lehrpersonal (s. Kapitel 4.1),
- Quantität, Qualität sowie Media- und IT-Ausstattung der Unterrichtsräume (s. Kapitel 4.4),
- Anzahl und technische Ausstattung der Bibliotheksarbeitsplätze für Studierende (s. Kapitel 4.4).

Zur Gesamtbewertung siehe das Qualitätsprofil im Anhang.

Informationen zur Institution

Macromedia GmbH, Akademie für Medien, wurde nach eigenen Angaben 1993 mit dem Ziel gegründet, fachlich und didaktisch hochwertige Weiterbildungen für Erwachsene im Medienumfeld anzubieten. Vom Standort München aus wurden innerhalb kurzer Zeit weitere Niederlassungen in Stuttgart, Karlsruhe, Köln und Osnabrück gegründet. Bis zum Jahr 2002 wurden durch die Macromedia-Akademie bundesweit ca. 1.000 Teilnehmer pro Kalenderjahr in Fortbildungen und Umschulungen in den Bereichen Desktop Publishing, Mediendesign, Medienprogrammierung, Internet, E-Commerce, E-Learning, Digitaler Videoschnitt, Mediengestaltung Bild/Ton und Mediengestaltung Digital und Print qualifiziert. Im Jahre 1999 vollzog Macromedia den Einstieg in die privat finanzierte Hochschulausbildung. Der im eigenen Hause entwickelte Studiengang „Digital Media Designer“ führte Abiturienten und Bewerber mit Fachhochschulreife in vier Semestern zu einer breiten berufspraktischen Qualifikation in Mediendesign und Medienprogrammierung. Mit dem erfolgreichen Abschluss dieses viersemestrigen Studiums konnte das Studium im fünften Semester im Studiengang „Electronic Imaging and Media Communications“ (B.Sc.) an der University of Bradford (England) fortgesetzt werden.

Der Ausbau des Macromedia-Lehrangebotes in hochschulnahen Studiengängen wurde 2001 durch die Kooperation mit der Akademie für multimediale Ausbildung und Kommunikation AG an der Hochschule Mittweida (FH) ausgeweitet. Seit Wintersemester 2001/02 führt Macromedia in München und seit Wintersemester 2003/04 auch in Köln den Studiengang Bachelor of Media Management in den Studienrichtungen TV-Producer, PR und Kommunikationsmanagement sowie Net-Producer durch. Dabei verblieben die Studierenden die ersten vier Semester bei Macromedia und immatrikulierten sich bei Bestehen der notwendigen Prüfungsleistungen in das fünfte Semester des Studiengangs „Angewandte Medienwirtschaft“ an der Hochschule Mittweida, an der anschließend auch die Bachelor-Arbeit und der abschließende Teil der Bachelor-Prüfung absolviert wurden. Im Jahre 2004 wurde obiger Studiengang durch die Zentrale Evaluations- und Akkreditierungsagentur (ZEVA) Hannover akkreditiert und in „Angewandte Medienwirtschaft“ mit dem Abschluss eines Bachelor of Arts umbenannt. Zeitgleich konnte 2004 auf Anregung und Vorarbeit von Macromedia der Studiengang „Film und Fernsehen“ (B.A.) durch die Hochschule Mittweida (FH) akkreditiert und eingerichtet werden.

Aufbauend auf diesen Erfahrungen mit hochschulnahen Angeboten war die Fortführung der Aktivitäten von Macromedia im Rahmen einer eigenen privaten Hochschule folgerichtig und konsequent. Der Betrieb der Macromedia Fachhochschule der Medien (MFM) an ihrem Stammsitz in München und an den unselbständigen Niederlassungen (Standorten) Stuttgart, Köln und Hamburg wurde durch Bescheid des Bayerischen Staatsministeriums für Wissenschaft, Forschung und Kunst zum 01.10.2006 genehmigt. Im Wintersemester 2008/09 folgte die Umbenennung in „Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation“ (MHMK). Seit dem Wintersemester 2009/10 bietet die MHMK an ihrem Campus in München außerdem die beiden durch die FIBAA akkreditierten Master-Studiengänge „Medien und Design“ sowie „Medien- und Kommunikationsmanagement“ an.

Darstellung und Bewertung im Einzelnen

1 Strategie und Ziele

1.1 Zielsetzungen des Studienganges

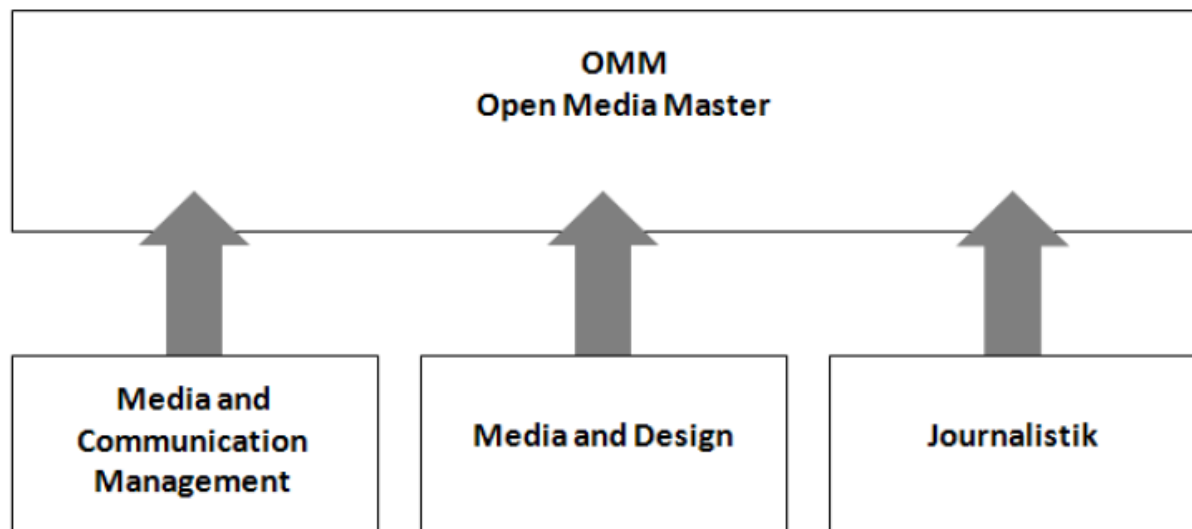
Der Studiengang Open Media Master (OMM) ist nach Angaben der Hochschule auf ein breites Berufsfeld ausgelegt. Zentraler Anker ist der Medienbezug. Die Absolventen des Master-Studienganges sollen sich als Medienexperten mit spezifischen, selbst gewählten Schwerpunktsetzungen – „selbstbewusst“ – am Markt behaupten. Sie üben vorzugsweise Führungsfunktionen mit besonderem Bezug zum internationalen Kontext aus. Für die Studierenden besteht beim Studiengang OMM wie bei keinem anderen Studiengang der MHMK die Möglichkeit, das Studium auf die ganz persönlichen Interessen, Präferenzen und Vorerfahrungen auszurichten. Er bietet maximale Wahlfreiheit auf einer soliden methodischen und fachlichen Grundlage. Diese Grundlage wird im Pflichtbereich gelegt. Die Studiengangsbezeichnung „Open“ soll dieses Spezifikum sofort verständlich zum Ausdruck bringen.

Standard-Variante

Es ist zu erwarten, dass sich eine Reihe der Studierenden bei der Gestaltung ihres spezifischen Studienverlaufs an den von der MHMK angebotenen Master-Studiengängen orientieren werden. Es sind dies die Master-Studiengänge

- Media and Communication Management
- Media and Design
- Journalistik

Aus dem Fundus dieser drei Master-Angebote (und möglicherweise weiteren Master-Angeboten in der Zukunft) werden sie einen Großteil der zu studierenden Module rekrutieren. Dieses von den betreffenden Studierenden frei gewählte Konzept wird als Standard-Variante angesehen und kann wie folgt visualisiert werden:



Dieser „Dreiklang“ aus Management, Design und Journalistik wird von Seiten der MHMK nach eigenen Angaben als besonders erfolgversprechend angesehen. OMM-Absolventen mit diesem Hintergrund kommen überall dort zum Einsatz, wo mit Blick auf den Medieneinsatz die Fähigkeit zur themenübergreifenden Problembearbeitung gefordert ist. Sie decken alle wesentlichen Facetten der Medienentwicklung und des Medieneinsatzes ab und können sich professionell auf den Nahtstellen bewegen, wie sie sich aus diesem Dreiklang ergeben.

Der OMM-Absolvent kann sich in seinen beruflichen Aktivitäten je nach seiner persönlichen Schwerpunktsetzung unterschiedlich definieren. Er ist entweder:

- Manager mit vertiefter Design- und journalistischer Kompetenz oder

- Designer mit vertiefter Management- und journalistischer Kompetenz oder
- Journalist mit vertiefter Management- und Design-Kompetenz.

Der Bedarf an Absolventen, die eine solche „kombinierte Kompetenz“ aufweisen, ist nach Überzeugung der MHMK groß. Geschlossen wird dies aus einer breit angelegten Marktbeobachtung, die permanent über die folgenden Informationskanäle erfolgt:

- Laufender Erfahrungs- und Informationsaustausch mit Vertretern von über 500 Unternehmen, mit denen die MHMK verschiedentlich in Verbindung steht.
- Durchführung von Veranstaltungen zu unterschiedlichsten Themen, insbesondere in Form von Gastvorträgen von Vertretern aus der Praxis.
- Inputs aus dem Kuratorium der MHMK.
- Gewinnung eines breiten deutschlandweiten Informationsstandes durch die Existenz von fünf Standorten.
- Systematische Sichtung internationaler Erfahrungen.

Spezielle Varianten

Ein Kern-Merkmal des OMM ist die nach Angaben der Hochschule die maximale Anpassungsfähigkeit an persönliche Interessen, Präferenzen und berufliche Erfahrungen. Insofern bietet er den Studierenden die Möglichkeit, im Wahlbereich und durch die Master-Thesis spezifische Akzente zu setzen. Damit kann dem Studierenden ein Studienverlauf ermöglicht werden, der von der beschriebenen Standard-Variante abweicht. Ganz bewusst wird dabei von Seiten der MHMK keine inhaltliche Einschränkung vorgenommen, außer, dass der Gegenstand „Medien“ fokussiert sein muss. Vorgesehen ist, dass sich die Studierenden (gegebenenfalls und nach Überprüfung der Voraussetzungen) berufliche Leistungen oder Leistungen der akademischen Weiterbildung außerhalb der MHMK anerkennen lassen können. Mit der Einführung des „Open Media Master“ trägt die MHMK diesem Bedarf nach einem offenen und flexiblen Bildungsangebot Rechnung. Mit der Bezeichnung „Open“ wird zum Ausdruck gebracht, dass der Gegenstand dieses Bildungsangebots bewusst offen angelegt ist und die Vermittlung von Medien- sowie Kommunikationskompetenzen in jedweder Form anstrebt. Der „Open Media Master“ zielt auf die Ankoppelungskompetenz für alle Kontexte, in denen Medien und Kommunikation relevant sind.

Bewertung:

Die Gutachter sind der Ansicht, dass die Zielsetzung des Studienganges und seine Konzeption logisch miteinander korrespondieren. Die Qualifikationsziele sind eindeutig formuliert und wurden bei der Konzipierung des Studienganges berücksichtigt. Die offene Gestaltungsweise des Studienganges erscheint den Gutachtern interessant. Wie diese Gestaltungsweise in der Praxis gelebt und gestaltet wird, wird sich nach dem Start des Studienganges zeigen.

Neben der Vermittlung von fachlichem Wissen, zum einen hinsichtlich der betriebswirtschaftlichen Aspekte, zum anderen hinsichtlich quantitativer und juristischer Inhalte, vermittelt dieser Studiengang darüber hinaus überfachliche Fähigkeiten wie z.B. Kommunikationsverhalten und Rhetorik, was sich positiv auf die Beschäftigungsfähigkeit der künftigen Absolventen auswirkt. Durch die Einbeziehung von ethischen Aspekten in verschiedenen Modulen kann auch die Befähigung zum zivilgesellschaftlichen Engagement und die Persönlichkeitsentwicklung der Studierenden erreicht werden.

Die Abschlussbezeichnung ist „Master of Arts“. Nach Ansicht der Gutachter ist dies nicht zu beanstanden. Die Abschlussbezeichnung entspricht der inhaltlichen Ausrichtung und den nationalen Vorgaben.

Exzellent	Qualitätsanforderung übertrifft	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
-----------	---------------------------------	------------------------------	------------------------------------	----------------

	Exzellent	Qualitäts- anforderung übertroffen	Qualitäts- anforderung erfüllt	Qualitäts- anforderung nicht erfüllt	Nicht rele- vant
1. Ziele und Strategie					
1.1. Zielsetzungen des Studienganges			x		
1.1.1* Logik und Nachvollziehbarkeit der Ziel- setzung des Studiengangskonzeptes			x		
1.1.2* Begründung der Abschlussbezeichnung			x		
1.1.3* Studiengangsprofil (nur relevant für Mas- ter-Studiengang in D)			x		
1.1.4* Studiengang und angestrebte Qualifika- tions- und Kompetenzziele			x		

1.2 Positionierung des Studienganges

Die Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation zielt nach eigenen Angaben mit ihren Studiengängen primär darauf ab, im nationalen Bildungsmarkt ein unverwechselbares Angebot zu präsentieren. Ein weiteres Ziel besteht allerdings auch darin, noch mehr ausländische Interessenten anzusprechen und insofern in den internationalen, vorzugsweise europäischen Bildungsmarkt einzutreten. Ein besonderes Merkmal des Studienangebotes der MHMK ist ein vergleichsweise umfangreiches Angebot an Vertiefungsmöglichkeiten in Form von Studienrichtungen in den einzelnen Studiengängen („Y-Modell“), das andere Hochschulen in dieser Konsequenz in der Regel nicht aufweisen, so die Hochschule. Damit versucht die MHMK, ein eigenständiges Profil zu erzeugen, das sowohl auf die Betonung der Interessen der Studierenden setzt als auch den Anforderungen der Praxis gerecht wird. In den Bachelor-Studiengängen werden die Studienrichtungen als solche mit einem je eigenen Anteil im Curriculum ausgewiesen, in den Master-Studiengängen erfolgt die Spezialisierung über die Gestaltung der Projekte durch die Studierenden. Die MHMK ist mit fünf Campus-Standorten in den wichtigsten Medienstädten Deutschlands vertreten: Berlin, Hamburg, Köln, München und Stuttgart. Mit dieser Präsenz werden sowohl die regionale als auch die nationale und die internationale Vernetzung in der Medienbranche gewährleistet. Besonders großen Wert legt die MHMK nach eigenen Angaben auf die Berufsfähigkeit ihrer Absolventen. Mit dieser Schwerpunktsetzung zeichnet sie sich sowohl im regionalen wie auch im nationalen Bildungsmarkt aus. Als Fachhochschule verbindet sie wissenschaftliche Bildung mit einer dezidierten Praxisorientierung.

Der Master-Studiengang OMM soll als integratives Bildungsprodukt die drei „Basis-Masterstudiengänge“ („Media and Communication Management“, „Media and Design“ sowie „Journalistik“) sowie perspektivisch mögliche weitere Master-Angebote der MHMK in stimmiger und sinnvoller Weise ergänzen, so die Hochschule. Er soll den Interessen, Vorlieben und persönlichen Zielen der Studierenden entgegenkommen. Geplant ist, den OMM als maßgeschneidertes (bzw. „maßzuschneiderndes“) Produkt branchenorientiert und im Einzelfall sogar firmenorientiert auszugestalten. Der Hebel hierzu ist nach eigenen Angaben der Wahlbereich, der vom Studierenden mit insgesamt 50 ECTS selbst gestaltet werden kann. Die MHMK ist aufgrund zahlreicher Kontaktgespräche und Analysen der Überzeugung, dass mit dem OMM eine Lücke im Bildungsmarkt gefüllt wird. Kein anderer der MHMK bekannter Master-Studiengang bietet nach Angaben der Hochschule diese Möglichkeit der präzisen Antwort auf Bedarfe, die der Arbeitsmarkt artikuliert.

Hinsichtlich der Positionierung im Arbeitsmarkt führt die Hochschule aus, dass der Bedarf aufgrund einer Berufsfeldanalyse ermittelt wurde. Diese hat gezeigt, dass der Open Media Master als eine innovative Antwort auf den Bedarf an einem offenen und flexiblen Bildungsangebot zu verstehen ist. Die Hochschule weist darauf hin, dass sich die MHMK der kontinuierlichen Beratung durch führende Medienmanager, Publizisten und Medienpolitiker in Kuratorium und Förderverein bedient und die Grundlage für eine fortwährende Orientierung an den Bedürfnissen des Arbeitsmarktes legt. Es besteht nach eigenen Angaben ein enger Praxiskontakt, der es erlaubt, die Ausbildung an aktuelle Entwicklungen in der Welt der Medien

und Kommunikation anzupassen und frühzeitig zu reagieren. Darüber hinaus sind die Mitglieder des Kuratoriums und des Fördervereins auch potenzielle Arbeitgeber für die Studierenden und Absolventen. Den Berufseinstieg der Absolventen unterstützen auch der Career Service und das Alumni-Netzwerk der MHMK.

Das Betätigungsfeld der OMM-Absolventen kann nach Angaben der Hochschule als ausgesprochen breit angesehen werden. Zwei große Bereiche sind dabei zu unterscheiden:

- Medien- und TIME-Branche
- Medienrelevante Bereiche im Industrie- und Dienstleistungssektor

Absolventen des OMM steht im Kontext der Medien- und TIME-Branche ein breites Betätigungsfeld zur Verfügung. Sie positionieren sich vorzugsweise an den Nahtstellen zwischen Management-, Design- und Content-Aufgaben, wie sie zum Beispiel im Redaktionsmanagement, im TV-Programm- und Sendebetrieb, in der Vermarktung von Inhalten jedweder Art, in Agenturen oder im Spiele-, Musik- oder Filmmarkt gegeben sind. Eine Schlüsselrolle nehmen immer mehr Aufgabenstellungen in der Internet- und Mobil-Kommunikation ein, so die Hochschule weiter.

Die MHMK stellt nach Hochschulangaben eine Bildungseinrichtung dar, die umfassende Dienstleistungen anbieten kann. Der Master-Studiengang OMM stellt vor diesem Hintergrund eine logische Abrundung und Ergänzung dar, die es der Hochschule ermöglicht, in besonders flexibler Weise und gegebenenfalls auch auf sehr spezielle Anforderungen der Praxis zu reagieren. Im strategischen Konzept der Hochschule hat der OMM einen hohen Stellenwert, da er im Verbund mit den Basis-Masterstudiengängen nachhaltig dazu beiträgt, die gesamte Bandbreite des Medienbereichs abzubilden.

Bewertung:

Die MHMK hat aufgezeigt, dass sie die Positionierung des Master-Studienganges im Bildungsmarkt gut analysiert hat. Die Gutachter sehen daher den Studiengang als nachvollziehbar im Bildungsmarkt positioniert an.

Die Positionierung im Arbeitsmarkt erfolgte nach einer eingehenden Analyse. Diese Analyse sagt aus, dass ein hoher Bedarf an einer praxisorientierten Ausbildung vorherrscht und zudem Bedarf an Absolventen vorherrscht, die die Nahtstellen zwischen Management-, Design- und Content-Aufgaben sinnvoll ausfüllen können. Dieser Nachfrage kann die Hochschule mit dem hier vorliegenden Studiengang entsprechen.

	Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1.2 Positionierung des Studienganges			x		
1.2.1* Positionierung im Bildungsmarkt			x		
1.2.2* Positionierung im Arbeitsmarkt im Hinblick auf Beschäftigungsrelevanz („Employability“)			x		
1.2.3 Positionierung im strategischen Konzept der Hochschule			x		

1.3 Internationale Dimension des Studienganges

Grundsätzlich verfolgt der Master-Studiengang OMM nach Angaben der Hochschule das Hauptziel, Absolventen dazu zu befähigen, im deutschsprachigen Raum im Bereich der Medienbranche tätig zu sein. Daraus ergibt sich eine relativ hohe Sprach- und Praxisgebundenheit des Studienganges.

Wesentliche Inhalte des Studienganges sind nach eigenen Angaben auf internationale Bezüge ausgerichtet und folgen dem Verständnis, dass eine auf den engen deutschen Kontext

abgestellte Konzeption an den Erfordernissen der Realität vorbeilaufen würde, so die Hochschule. Das bedeutet, dass viele Modulinhalt auf die internationale und globale Dimension Bezug nehmen. Vor diesem Hintergrund versteht es sich von selbst, dass in allen Veranstaltungen auch die internationale, vorrangig englischsprachige, Literatur Berücksichtigung findet, soweit diese für die Inhalte der Lehrveranstaltungen relevant ist. Für den Master-Studiengang ist allerdings einschränkend festzuhalten, dass die konkrete Ausprägung der internationalen Dimension im Einzelfall von der Wahl der Studierenden abhängt. Weiterhin haben die Studierenden des Master-Studienganges die Möglichkeit eines Auslandssemesters, welches die Studierenden an einer der Partnerhochschulen der MHMK absolvieren können. Hierfür wurden auf allen Kontinenten Partnerhochschulen gewonnen. Ist eine Anerkennung der Studienleistungen gewünscht, sollte dies vorher abgestimmt werden.

Hinsichtlich der Internationalität der Lehrenden führt die Hochschule aus, dass die Bereitschaft und die Fähigkeit, Lehrveranstaltungen auch in englischer Sprache zu halten, eine Bedingung zur Berufung an der MHMK ist. Zudem hat ein Teil der bereits berufenen Dozenten internationale Lehr- oder Berufserfahrung.

Entsprechend den Erfordernissen im Curriculum werden nach eigenen Angaben internationale Inhalte systematisch vermittelt. Zur Erfüllung der Internationalität werden regelmäßig internationale Fallstudien eingesetzt und zu geeigneten Themen werden gezielt Vergleiche über verschiedene Länder hinweg vorgenommen. Für alle Veranstaltungen gilt die Vorgabe, englischsprachige Fachliteratur zu beachten und einfließen zu lassen, so die Hochschule. Grundsätzlich werden in allen Modulen im Master-Studiengang OMM auch internationale Fragen behandelt sowie internationale Lehrbuch- und Forschungsliteratur herangezogen. Da sich der Pflichtteil des Open Media Master aus Modulen des Basis-Master-Studienganges „Media and Communication Management“ rekrutiert, findet dieser derzeit komplett in englischer Sprache statt. Im Wahlangebot kommt es auf die Wahlhandlungen des Studierenden an. Sofern vom einzelnen Studierenden die Standardversion gewählt wird, also die Bestückung des 50 ECTS-Punkte großen Wahlteils aus den Basis-Master-Studiengängen, ist nach eigenen Angaben ein hoher Anteil an englischer Sprache zwangsläufig gesichert. Bei allen anderen individuellen Studienkonzepten ist der Fremdsprachenanteil im Vorhinein nicht definierbar. Sehr wohl wird aber die MHMK beim Coaching der Studierenden auf die hohe Bedeutung der Fremdsprachen verweisen. In jedem Falle ist gesichert, dass der einzelne Studierende in der Regel mindestens 25 % des Stoffes in englischer Sprache erarbeitet. Die MHMK verhält sich, was die Sprache in den Lehrveranstaltungen anbelangt, flexibel. Eine stets durchgängige englischsprachige Vermittlung der Inhalte ist zwar angestrebt, sie kann aber im Einzelfall, wo es geboten erscheint, auch durch klassische deutschsprachige Vermittlung ersetzt werden.

Bewertung:

Nach Angaben der Hochschule verfolgt der Master-Studiengang das Hauptziel, Absolventen für den deutschsprachigen Raum beruflich zu befähigen. Dies stößt durchaus auf Zustimmung bei den Gutachtern. Dennoch sehen die Gutachter wichtige Aspekte der Internationalität in diesem Master-Studiengang als gegeben an:

- Ein Teil der Lehrenden bringt internationale Erfahrung aus professioneller oder akademischer Perspektive in den Ausbildungsgang ein.
- Das Thema „Medien“ erfordert per se gewisse internationale Inhalte. Diese werden auch in dem vorliegenden Ausbildungsgang entsprechend vermittelt.
- Auch interkulturelle Inhalte finden entsprechend den thematischen Anforderungen Eingang in das Curriculum.

Weiterhin fördert die Hochschule aktiv die Teilnahme an einem Auslandssemester. Negativ in diesem Zusammenhang ist den Gutachtern die hohe Gebühr, welche für die Anerkennung

von an anderen Hochschulen erbrachten Leistungen von den Studierenden zu zahlen ist, aufgefallen. Sie regen an, diesen Aspekt nochmals zu überdenken (siehe hierzu auch Kapitel 3.1). Ob das Angebot des Auslandssemesters seitens der Studierenden angenommen werden wird, bleibt daher abzuwarten.

Fremdsprachen werden in dem vorliegenden Master-Studiengang aktiv seitens der Hochschule gefördert und gefordert. Der Anteil an englischsprachigen Veranstaltungen liegt derzeit gesichert bei mindestens 25 %; je nach Wahlentscheidungen hinsichtlich der Ausbildungsrichtung liegt der Anteil an englischsprachigen Veranstaltungen aber weitaus höher.

		Exzellent	Qualitäts- anforderung übertroffen	Qualitäts- anforderung erfüllt	Qualitäts- anforderung nicht erfüllt	Nicht rele- vant
1.3	Internationale Ausrichtung			x		
1.3.1	Internationale Ausrichtung der Studiengangskonzeption		x			
1.3.2	Internationalität der Studierenden			x		
1.3.3	Internationalität der Lehrenden			x		
1.3.4	Internationale Inhalte			x		
1.3.5	Interkulturelle Inhalte			x		
1.3.6	Strukturelle und/oder inhaltliche Indikatoren für Internationalität		x			
1.3.7	Fremdsprachenanteil			x		

1.4 Kooperationen und Partnerschaften

Die Vernetzung der Studiengänge mit betriebswirtschaftlich sowie kommunikations- und medienwissenschaftlich orientierten Instituten und Hochschulen sieht die MHMK nach eigenen Angaben als wichtigen Beitrag zur Vermittlung des jeweils aktuellen Fachdiskurses an die Studierenden. Auch eigene wissenschaftliche Arbeiten sollen so einem breiten Fachdiskurs ausgesetzt werden. Die Kooperationen sollen sich über den allgemeinen Austausch hinaus auf gemeinsame Forschungsvorhaben und Zusammenarbeit in der Lehre beziehen, so die Hochschule weiter. Die Integration der Hochschuldozenten in die jeweiligen Fachverbände ist dafür eine wirksame Form. Beispiele sind Mitgliedschaften, die regelmäßige Teilnahme an Fachgruppensitzungen und die dabei geführten inhaltlichen Auseinandersetzungen sowie eigene Fachbeiträge.

Die folgenden Einrichtungen stehen im Vordergrund:

- Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPuK)
- European Academy of Management
- Deutsche Public Relations Gesellschaft
- Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW)
- BDW/Deutscher Kommunikationsverband
- Verband Druck und Medien
- International Communication Association (ICA)
- European Media Management Education Society (EMMA)

Daneben steht die Hochschule über die Mitgliedschaft im Medien-campus Bayern und als Gesellschafter des Aus- und Fortbildungskanals in München in Beziehungen mit folgenden Hochschulen:

- Katholische Universität Eichstätt, Sprach- und Literaturwissenschaftliche Fakultät
- Katholisches Institut zur Förderung des publizistischen Nachwuchses
- Fachhochschule Würzburg-Schweinfurt
- Fachhochschule Amberg-Weiden
- Fachhochschule München

In Bezug auf einen möglichen Auslandsaufenthalt der Studierenden hat die MHMK im Rahmen ihres „5CU-Konzepts“ Kooperationsabkommen mit folgenden Hochschulen geschlossen:

- International College of Management (ICMS) (Sydney, Australien)
- Monash University (Melbourne, Australien)
- University of Greenwich (London, Großbritannien)
- Griffith College (Dublin, Irland)
- Tecnológico de Monterrey (Monterrey, Mexiko)
- Universidad Francisco de Vitoria (Madrid, Spanien)
- Stellenbosch University (Kapstadt, Südafrika)
- Chulalongkorn University (Bangkok, Thailand)
- National University (San Diego, USA)
- California State University (Channel Islands, Camarillo, USA)
- Higher Colleges of Technology (Abu Dhabi, Vereinigte Arabische Emirate)

Ein Schlüssel zur erfolgreichen Umsetzung der Studienziele ist nach Angaben der Hochschule der Praxisbezug des Studiums. Die MHMK steht nach eigenen Angaben in vielfältigen, regelmäßigen Beziehungen zur Berufs- und Arbeitswelt, um den aktuellen Anforderungen in der curricularen Entwicklung und Lehre gerecht zu werden. Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen und anderen Organisationen mit Auswirkungen auf den Studiengang werden intensiv und aktiv betrieben. Derzeit pflegt die Hochschule insgesamt knapp 70 Kooperationen (z.B. mit VOX, PRO7, RTL, SAT 1 Sport, Focus u.a.).

Bewertung:

Die Gutachter loben die Kooperation mit anderen Wirtschaftsunternehmen, da diese, insbesondere im Hinblick auf die Praxisorientierung die Qualität des Master-Studienganges deutlich positiv beeinflusst. Das Engagement der MHMK, diese Kooperationen mit Leben zu füllen und zu pflegen, ist ein besonders positiver Aspekt, so die Gutachter. Sie sehen daher diese Qualitätsanforderung als übertroffen an.

Auch Kooperationen mit Hochschulen werden seitens der Hochschule gepflegt. Diese äußern sich vor allem in Beratungs- und Transferprojekten (Gastreferenten) und im Hinblick auf das zu absolvierende Auslandssemester.

		Exzellent	Qualitäts- anforderung übertrifft	Qualitäts- anforderung erfüllt	Qualitäts- anforderung nicht erfüllt	Nicht rele- vant
1.4	Kooperationen und Partnerschaften			x		
1.4.1*	Kooperationen mit Hochschulen und anderen wissenschaftlichen Einrich- tungen bzw. Netzwerken			x		
1.4.2*	Kooperationen mit Wirtschaftsunter- nehmen und anderen Organisationen		x			

1.5 Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit

Die Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation bekennt sich nach eigenen Angaben zu ihrer Verpflichtung, bei allen Planungen und Steuerungsmaßnahmen die unterschiedlichen Lebenssituationen und Interessen von Frauen und Männern systematisch einzubeziehen. Das Prinzip des Gender Mainstreaming wird voll akzeptiert und aktiv angewendet, insbesondere dadurch, dass die Gleichstellung von Frauen und Männern als durchgängiges Leitprinzip und Querschnittsaufgabe gesehen wird, so die Hochschule weiter. Ziel ist eine Gleichstellungspolitik, die einen Beitrag zur tatsächlichen Gleichstellung von Frauen und Männern leistet. Der Hochschule ist bewusst, dass dieses Ziel nur durch die permanente Berücksichtigung des Gender Mainstreaming-Aspekts, durch Bewusstmachung aller Beteiligten und durch die Umsetzung im konkreten Kontext erreichbar ist. Innerhalb der Lehre wird auf die Vermittlung dieses Aspekts besonderer Wert gelegt. Es ist vorgesehen, den Aspekt von Gender Mainstreaming bei den Lehrenden weiterhin zu sensibilisieren und insbesondere bei der Entwicklung der Projekte zur Geltung zu bringen. Auch dem Anspruch auf Nachteilsausgleich für behinderte Studierende wird nach eigenen Angaben voll Rechnung getragen. Die entsprechenden Bestimmungen finden sich in § 10 der ASPO. Danach gewährleistet die MHMK insbesondere, dass in Prüfungsverfahren auf Art und Schwere von Behinderungen Rücksicht genommen wird, indem etwa zusätzliche Hilfsmittel, eine verlängerte Bearbeitungszeit oder eine gleichwertige Prüfungsleistung in anderer Form ermöglicht werden. In diesem Zusammenhang gelten auch die Schutzbestimmungen des Mutterschutzgesetzes; auch wird Studierenden die Inanspruchnahme von Elternzeit ermöglicht. Der MHMK ist ferner bewusst, dass in Zeiten von Globalisierung und Internationalisierung dem Gesichtspunkt des Diversity Managements immer größere Bedeutung zukommt. Diversity wird dabei als ganzheitlicher Ansatz verstanden, der die Unterschiedlichkeit und Vielfalt von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern als Chance und Potenzial für diese selbst, aber auch für die Organisation begreift. Diese Vielfalt zu managen, bedeutet nach Hochschulangaben, Bedingungen zu schaffen, unter denen alle Beschäftigten, unabhängig von Geschlecht, ethnischer Herkunft, Alter, sexueller Orientierung und anderen Merkmalen, ihre Leistungsfähigkeit und Leistungsbereitschaft uneingeschränkt entfalten können.

Bewertung:

Das Konzept der Hochschule zur Geschlechtergerechtigkeit und zur Förderung der Chancengleichheit von Studierenden in besonderen Lebenslagen ist nach Ansicht der Gutachter in ausreichendem Maße umgesetzt. Die Hochschule hat hierfür Instrumente eingeführt, die der Umsetzung dienen. Besondere Beachtung findet dabei auch die Chancengleichheit für Studierende mit Behinderungen.

Der Anspruch auf Nachteilsausgleich für behinderte Studierende hinsichtlich zeitlicher und formaler Vorgaben im Studium sowie bei allen abschließenden oder studienbegleitenden Leistungsnachweisen ist dabei sichergestellt.

		Exzellent	Qualitäts- anforderung übertroffen	Qualitäts- anforderung erfüllt	Qualitäts- anforderung nicht erfüllt	Nicht rele- vant
1.5*	Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit			x		

2 Zulassung (Zulassungsprozess und -Verfahren)

Die MHMK ist nach eigenen Angaben berechtigt, Studierende selbst auszuwählen. Die Zulassungsbedingungen sind in den Studien- und Prüfungsordnungen geregelt. Neben der allgemeinen oder fachgebundenen Hochschulzugangsberechtigung bzw. weiteren Möglichkeiten nach dem Bayerischen Hochschulgesetz (Prüfung entsprechend Bayerischem Hochschulrecht) stellt die Eignung für den jeweils anvisierten Studiengang Zugangsvoraussetzung dar und wird daher bei der Bewerbung geprüft. Ferner sollten Bewerber über ein Verständnis komplexer Sachverhalte sowie ein gewisses technisches und gestalterisches Grundverständnis verfügen. Zentrales Dokument ist ein auch per Download erhältliches Bewerbungsformular, dem als Anlage u. a. der Lebenslauf und ein Motivationsschreiben beizufügen sind; in letzterem müssen die Bewerber ihre Ziele und Studienmotive darlegen, so die Hochschule weiter. Ferner sind Nachweise der Hochschulzugangsberechtigung, ggf. Exmatrikulationsbescheinigungen sowie Unterlagen zu etwaiger Arbeit und Praktika beizubringen.

Weitere Zulassungsvoraussetzungen für den Master-Studiengang sind:

- Hochschulabschluss mit mindestens 180 ECTS und einer Durchschnittsnote von mindestens 2,5; Diplom-Abschluss mit einer Durchschnittsnote von mindestens 2,5 (sofern Bewerber nur 180 ECTS mitbringen und einen Master-Studiengang mit 90 ECTS belegen, müssen sie 30 ECTS aus dem Bachelor-Angebot der MHMK nachbelegen)
- Sprachnachweis: TOEFL-Test (mit mindestens 81 von 120 Punkten im internetbasierten Test) oder IELTS (mit mindestens 6,5 von 9), sofern englischsprachige Module belegt werden; vergleichbare Qualifikationen können ggf. angerechnet werden
- Erfolgreiches Durchlaufen des Auswahlverfahrens an der MHMK

Zudem empfiehlt die Hochschule, eine mindestens zweijährige Berufspraxis, sofern der Studiengang berufsbegleitend von bereits Berufstätigen besucht wird. Außerdem werden alle Studierenden des OMM ausführlich beraten und gecoacht, damit die Fächerwahl der Studierenden ein sinnvolles Studienkonzept ergeben.

Die Auswahl der Studierenden erfolgt nach Angaben der Hochschule über ein hochschuleigenes Auswahlverfahren. Nach Einreichung von Bewerbungsunterlagen einschließlich der Arbeitsproben werden Bewerber zu einem Aufnahmetest eingeladen. Ferner findet ein Bewerbungsgespräch mit der Studienberatung und einem Professor des jeweiligen Studienganges statt. Die Ergebnisse des Tests, die Prüfung der vorgelegten Arbeitsproben sowie das persönliche Gespräch, in welchem ebenfalls auf die Arbeitsproben Bezug genommen wird, bilden die Kriterien für die Aufnahme in den Studiengang, über die die Studiengangsleitung entscheidet. Für die unterschiedlichen Studiengänge bestehen spezialisierte, schriftliche Eignungstests, die die Prüfungsbereiche Kreativität, vernetztes Denken, Wortschatz, Allgemeinbildung, Fachfragen und Praktische Übung abdecken. Die Studienberatung lädt Interessenten zu einem Bewerbungsgespräch ein, um anhand der Klärung von Neigungen und Fähigkeiten die Eignung für den Studiengang feststellen zu können. Sofern der Eignungstest bereits absolviert wurde, sind auch dessen Ergebnisse Gegenstand des Gesprächs. Die Eignungsfeststellung und die Klärung speziellerer fachlicher Fragen werden darüber hinaus durch Gespräche mit den Professoren des Faches geleistet. Das Zulassungsverfahren wird nach Angaben der Hochschule in den Zulassungsinformationen beschrieben und im Rahmen von Informationsveranstaltungen erläutert.

Hinsichtlich der Transparenz der Zulassungsentscheidung führt die Hochschule aus, dass die Kriterien der Zulassungsentscheidung hinsichtlich quantitativer Art (Ergebnisse des Eignungstests in erreichten Punktzahlen, dem Ergebnis der Prüfung der eingereichten Arbeitsproben) sowie qualitativer Art (Beurteilung von Eindrücken zur Person des Bewerbers aus dem persönlichen Gespräch, Hinweise zu seiner Motivation etc.), die gewichtet und zur Zulassung oder Ablehnung führen, wie folgt kommuniziert werden: Das Ergebnis wird vorab in mündlicher Form mitgeteilt und schließlich durch Ausgabe des Zulassungsantrages sowie Zusendung der Zulassungsbestätigung oder durch Absage in schriftlicher Form dokumentiert. Die Bewerber erhalten nach eigenen Angaben die Zulassungsentscheidung üblicherweise spätestens 14 Tage nach ihrem Gespräch an der MHMK.

Bewertung:

Die Zulassung zum Master-Studiengang ist von der Hochschule nachvollziehbar dargelegt worden. Zudem konnte die Hochschule darstellen, dass sie sehr auf die Qualität ihrer Auszubildenden bzw. Studierenden achtet und somit der Auswahlprozess gerade die Gewinnung solcher gewährleistet. Jedoch wird seitens der Hochschule in der Prüfungsordnung als Zulassungsbedingung die Fach- bzw. allgemeine Hochschulreife gefordert. Für ein Master-Studium ist ein erstes berufsqualifizierendes Hochschulstudium als Zugangsvoraussetzung zu fordern. Dieses erste berufsqualifizierende Studium kann ein Bewerber auch ohne die Fach- oder allgemeine Hochschulreife erworben haben. Die Fach- oder allgemeine Hochschulreife stellt somit keine Zugangsvoraussetzung dar. Die Gutachter empfehlen daher, die Akkreditierung mit folgender **Auflage** zu verbinden:

Die in der Prüfungsordnung genannten Zugangsvoraussetzungen sind derart anzupassen, dass sie den nationalen Vorgaben entsprechen. (Rechtsquelle: Kriterium A 2. der Ländergemeinsamen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen i.d.F. vom 04.02.2010).

Eine vollständige Transparenz hinsichtlich des Zulassungsverfahrens und der Zulassungsentscheidung konnte durch die Hochschule nachgewiesen werden; hier stehen den Studieninteressierten neben Informationen auf der Homepage der Hochschule auch persönliche Ansprechpartner zur Verfügung. Die Gutachter regen jedoch an, auch die Prüfungsordnung auf der Homepage zu veröffentlichen, um auch diesbezüglich Transparenz zu schaffen.

Spezifische Fremdsprachenkompetenzen werden von den Bewerbern in Form eines TOEFL-Tests mit mindestens 81 Punkten gefordert. Dies ist nicht zu beanstanden und gewährleistet nach Ansicht der Gutachter, dass die Studierenden den englischsprachigen Veranstaltungen folgen können.

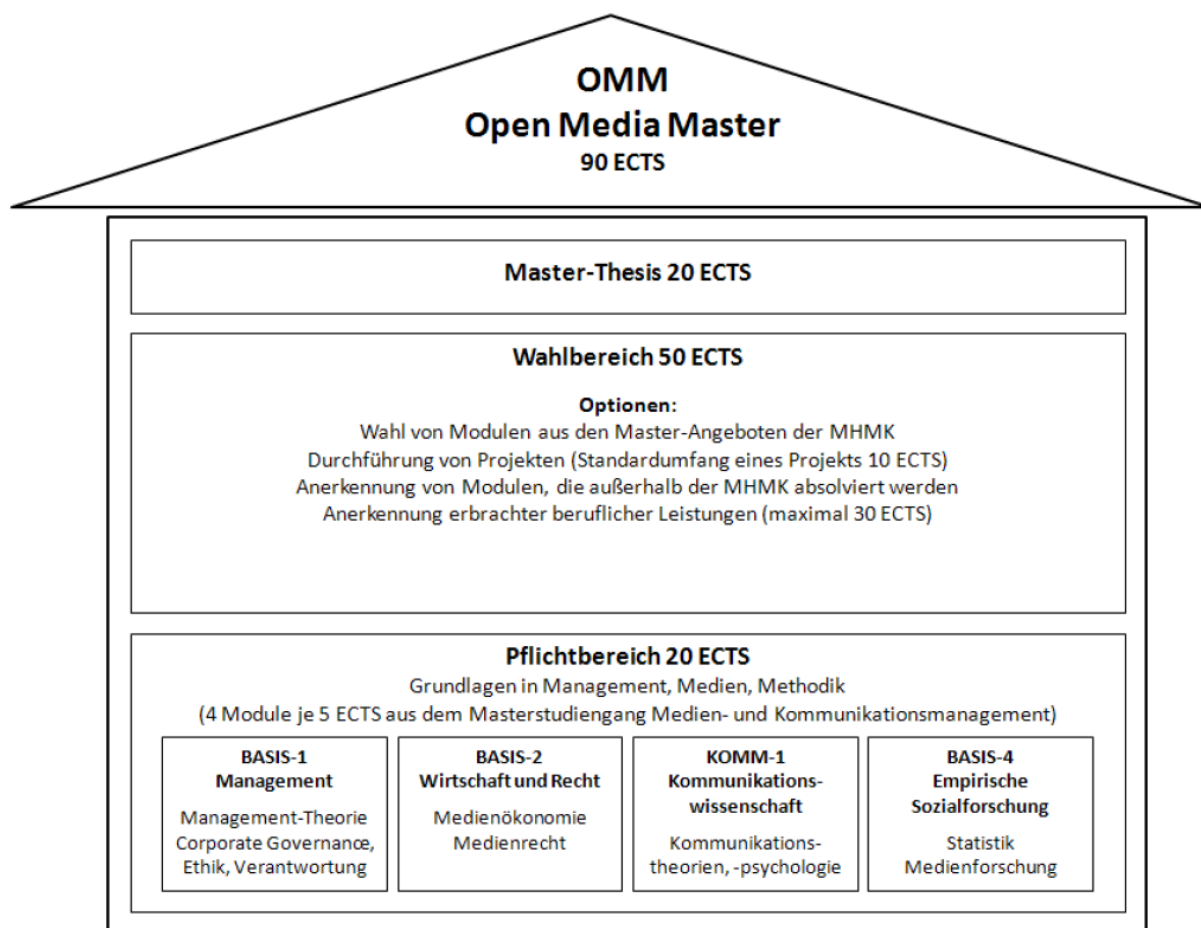
		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
2	Zulassung (Bedingungen und Verfahren)					
2.1*	Zulassungsbedingungen				Auflage	
2.2	Auswahlverfahren			x		
2.3	Berufserfahrung (* für weiterbildenden Master-Studiengang)					x
2.4	Gewährleistung der Fremdsprachenkompetenz		x			
2.5*	Transparenz und Nachvollziehbarkeit des Zulassungsverfahrens			x		
2.6*	Transparenz der Zulassungsentscheidung			x		

3 Konzeption des Studienganges

3.1 Struktur

Der Master-Studiengang umfasst insgesamt 90 ECTS-Punkte, wobei ein ECTS-Punkt einer Arbeitsbelastung von 30 Stunden entspricht. In jedem Semester werden gem. Studienverlaufsplan 30 ECTS-Punkte erworben, in der Teilzeitvariante 15 ECTS-Punkte. Er ist als Präsenzstudiengang konzipiert und kann in drei Semestern (Vollzeit) bzw. sechs Semestern (Teilzeit) absolviert werden. Die einzelnen Module umfassen zwischen fünf und 10 ECTS-Punkte. Das dritte (bzw. sechste in der Teilzeitvariante) Semester sieht zudem die Bearbeitung der Master-Arbeit vor, für die insgesamt 20 ECTS-Punkte vergeben werden. Als Bearbeitungsdauer der Master-Arbeit sind vier Monate (bzw. 7,5 Monate in der Teilzeitvariante) vorgesehen.

Der Open Media Master steht in einem engen konzeptionellen Verbund mit den grundlegenden Masterangeboten der MHMK. Es sind dies zurzeit "Media and Communication Management", "Media and Design" und "Journalistik". Der OMM als weiteres Master-Angebot ergänzt diese „Basis-Masterstudiengänge“. In der Standard-Variante kommen seine Inhalte aus deren Curricula; der Studiengang versteht sich deshalb als querschnittsorientiertes Studienkonzept aus den Themenfeldern Management, Design und Journalistik. Schwerpunktsetzungen nach individuellen Präferenzen und Erfahrungen sind möglich und können dazu führen, dass die Studieninhalte von der Standard-Variante mehr oder weniger stark abweichen. In jedem Falle bildet der OMM gemeinsam mit den Basis-Mastern ein in sich geschlossenes und logisches Gesamtkonzept. Das Konstruktionsprinzip des Open Media Masters erfüllt den Anspruch an die konzeptionelle Geschlossenheit und an eine klare und nachvollziehbare innere Logik. Unterschieden werden drei curriculare Bereiche: Erstens der Pflichtbereich mit 20 ECTS, zweitens der Wahlbereich mit 50 ECTS und drittens die Master-Thesis mit 20 ECTS. Das Konzept stellt sich in der Übersicht folgendermaßen dar:



Der relativ schlank gehaltene Pflichtbereich schafft nach Angaben der Hochschule großen Freiraum für Wahlmöglichkeiten durch die Studierenden. Der Freiraum ist unmittelbar im Wahlbereich mit 50 ECTS gegeben, ergänzend auch durch die Master-Thesis mit 20 ECTS. Damit ist festzuhalten, dass die Studierenden ein Volumen von 70 ECTS, mithin mehr als drei Viertel der Gesamtzahl von 90 ECTS, selbst bestimmen können und in die Lage versetzt werden, persönliche Interessengebiete auszubauen und zu pflegen. Diese sehr große inhaltliche Wahlfreiheit wird als entscheidender Benefit des Studienganges angesehen, so die Hochschule weiter.

Sämtliche Inhalte werden nach Angaben der Hochschule in Form von klar abgegrenzten Modulen vermittelt. Die Module dieses Studienganges werden grundsätzlich mit einer einzigen Prüfung abgeschlossen. Dadurch ergibt sich ein hohes Maß an Überschaubarkeit und Transparenz sowie eine Reduktion der Prüfungslast für Studierende. Somit wird die Studierbarkeit des Faches gewährleistet, so die Hochschule weiter. Dieses Konzept wird hochschulweit angewandt, sodass sich nach eigenen Angaben auch zwischen den Studiengängen ein hohes Maß an Kompatibilität ergibt.

Eine Studien- und Prüfungsordnung, eine Allgemeine Studien- und Prüfungsordnung sowie eine Ordnung zur Anerkennung für an anderen Hochschulen erbrachte Leistungen liegen in veröffentlichter Form vor. Die Prüfungsordnungen sind rechtsgeprüft.

Bewertung:

Die Struktur des Master-Studienganges ist nach Ansicht der Gutachter sehr offen, aber sinnvoll konzipiert worden. Neben der Vermittlung von wissenschaftlichen Methoden können die Studierenden in branchenspezifischen Veranstaltungen vertiefendes Fachwissen aus unterschiedlichen Bereichen der Medien erwerben. Hierbei stehen die persönlichen Interessen

und Neigungen der Studierenden im Vordergrund. Vor der Wahl der Module aus dem Wahlpflichtbereich werden die Studierenden hinsichtlich sinnvoll aufeinander aufbauender Module ausführlich gecoacht, damit der Aufbau des Studienganges auf die Qualifikationsziele ausgerichtet wird und sich ein sinnvolles Studienkonzept ergibt (s. Kapitel 2). Dieses Beratungskonzept wird von den Gutachtern als sehr sinnvoll erachtet und daher sehr begrüßt.

Die Prüfungsleistungen erfolgen studienbegleitend und vermitteln den Eindruck, dass Aufgabenstellungen und Lösungen eigenständig zu erarbeiten sind. Die einzelnen Module des vollständig modularisierten Curriculums umfassen zwischen fünf und 10 ECTS-Punkte je Modul. Jedes Modul wird mit einer das gesamte Modul umfassenden Prüfung abgeschlossen. Keines der Module erstreckt sich über mehr als ein Semester, sodass prinzipiell die Möglichkeit besteht, Studienzeiten im Ausland zu verbringen bzw. die Hochschule zu wechseln. Die Gutachter konnten feststellen, dass Untersuchungen zum studentischen Workload, Studienerfolg und Absolventenverbleib anderer Studiengänge bei der Entwicklung des Studienganges berücksichtigt wurden.

Eine Studien- und Prüfungsordnung, eine Allgemeine Studien- und Prüfungsordnung sowie eine Ordnung zur Anerkennung für an anderen Hochschulen erbrachte Leistungen liegen in veröffentlichter Form vor. Die Prüfungsordnungen sind rechtsgeprüft, für die Anerkennungsordnung hat die Hochschule keine Rechtsprüfung vorgelegt. Die Prüfungsordnungen regeln den Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderungen.

Die Allgemeine Studien- und Prüfungsordnung regelt in § 3 Abs. 4 S.4 2. HS Folgendes: „[...] pro Semester dürfen nicht mehr als 23 ECTS, pro Studienjahr nicht mehr als 45 ECTS erworben werden.“ Sicherlich hat eine Hochschule dafür Sorge zu tragen, dass die Studierbarkeit eines Studienganges durchweg gewährleistet ist. Daher regeln die Vorgaben des Akkreditierungsrates und des ECTS-Leitfadens, dass seitens der Hochschule in Vollzeit-Studiengängen nicht mehr als 75 ECTS-Punkte bei Intensivstudiengängen und maximal 60 ECTS-Punkte bei Nicht-Intensiv-Studiengängen gemäß Studienverlaufsplan gefordert werden dürfen (je Studienjahr). Allerdings steht es den Studierenden frei, Leistungen darüber hinaus zu erbringen, eine Einschränkung auf 23 bzw. 45 ECTS-Punkte seitens der Hochschule ist nicht zulässig. Die Gutachter empfehlen daher, die Akkreditierung mit folgender **Auflage** zu verbinden (Hinweis: es ist eine rechtsgeprüfte und veröffentlichte Prüfungsordnung vorzulegen; Rechtsquelle: Kriterium 2.5 und Kriterium 2.8 der Regeln für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 10. Dezember 2010):

Die Allgemeine Prüfungsordnung ist derart anzupassen, dass die Beschränkung des Erwerbes auf maximal 23 bzw. 45 ECTS-Punkte je Studienjahr entfällt und Studierende selbständig entscheiden können, in welchem Umfang ECTS-Punkte erworben werden (Rechtsquelle: Abschnitt 4.2 des ECTS-Leitfadens).

Die Anerkennungsordnung der Hochschule entspricht nach Ansicht der Gutachter hinsichtlich der folgenden Aspekte nicht den nationalen Vorgaben:

1. Für die Ordnung zur Anerkennung von Studienleistungen ist eine Rechtsprüfung vorzulegen (Rechtsquelle: Kriterium 2.5 und Kriterium 2.8 der Regeln für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 10. Dezember 2010 i.V.m. dem Bayerischen Hochschulgesetz (BayHSchG) i.d.F. vom 23. Februar 2011).
2. Die Vorgaben der Lissabon Konvention wurden nicht richtig umgesetzt. Die Hochschule führt in ihrer Ordnung aus, dass Studien- und Prüfungsleistungen anerkannt werden, sofern hinsichtlich der erworbenen Kompetenzen keine wesentlichen Unterschiede bestehen. Gem. Artikel VI.1 der Lissabon Konvention müssen jedoch an anderen Hochschulen absolvierte Studienzeiten oder Qualifikationen anerkannt werden, soweit keine wesentlichen Unterschiede seitens der Hochschule nachgewiesen, also festgestellt und begründet werden (Beweislastumkehr).

3. In § 5 der Ordnung wird ausgeführt, dass Studien- und Prüfungsleistungen im Rahmen eines freiwilligen Auslandssemesters anerkannt werden, sofern zuvor ein Learning Agreement abgeschlossen und durch die Prüfungskommission freigegeben wurde. Dies entspricht nicht den (oben bereits genannten) Vorgaben der Lissabon Konvention.
4. Weiterhin wird in § 5 gefordert, dass innerhalb von vier Wochen nach Beendigung des Auslandsaufenthaltes ein von der ausländischen Hochschule erstelltes Transcript of Records einzureichen ist, um die Anerkennung der Leistungen zu erreichen. Diese zeitliche Beschränkung ist im Hinblick auf die Lissabon Konvention ebenfalls nicht zulässig.
5. Zudem erhebt die Hochschule Kosten für die Anerkennung von Studienleistungen. Neben einer Bearbeitungsgebühr von 150 € sind je ECTS-Punkt zwischen 30 € und 50 € gem. der Anerkennungsordnung zu entrichten. Zwar wird in der Anerkennungsordnung auf das Anfallen dieser Gebühren verwiesen, in der Gebührenordnung der Hochschule ist jedoch nicht ersichtlich, dass diese Kosten von Studierenden zu entrichten sind, sofern Leistungen anerkannt werden sollen. Die Ordnung zur Anerkennung von Leistungen ist zudem nicht auf der Homepage der Hochschule veröffentlicht, sodass hinsichtlich der Kosten für das Studium einzig die Gebührenordnung, welche auf der Homepage der Hochschule zu finden ist, als Anhaltspunkt dient. Hier hat die Hochschule für Transparenz Sorge zu tragen. Auch die Befragung der Studierenden während der Begutachtung vor Ort ergab, dass die Gebühren für die Anerkennung von Studienleistungen den Studierenden nicht bekannt sind.

Daher empfehlen die Gutachter, die Akkreditierung mit folgender **Auflage** zu verbinden (Hinweis: es ist eine rechtsgeprüfte und veröffentlichte Anerkennungsordnung vorzulegen; Rechtsquelle: Kriterium 2.5 und Kriterium 2.8 der Regeln für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 10. Dezember 2010):

Die Ordnung zu Anerkennung von Studienleistung ist derart anzupassen, dass sie den Vorgaben der Lissabon Konvention entspricht (Rechtsquelle: Artikel VI.1 der Lissabon Konvention in der Fassung vom 19. November 2010 i.V.m. Kriterien 2.3 und 2.8 der Regeln für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 07. Dezember 2011).

Insgesamt bemängeln die Gutachter die Konsistenz der von der Hochschule gemachten Angaben. So wird z.B. in § 1 der Anerkennungsordnung hinsichtlich der Anerkennung von Studienleistungen auf Regelungen des § 14 der Allgemeinen Prüfungsordnung verwiesen; dieser regelt allerdings keine Anerkennung von Studienleistungen, sondern Verstöße gegen Prüfungsvorschriften. Die Gutachter regen an, alle Ordnungen bzw. Satzungen der Hochschule nochmals auf Einheitlichkeit zu überprüfen, um ihren eigenen hohen Qualitätsanforderungen gerecht zu werden.

Weiterhin wird die von der Hochschule festgesetzte Gebühr für die Anerkennung von Leistungen von den Gutachtern sehr kritisiert. Sie regen ausdrücklich an, diesen Aspekt nochmals zu überdenken. Sinn der Lissabon Konvention ist, das Anerkennen von Leistungen, welche an anderen Hochschulen oder im Ausland erbracht wurden, zu erleichtern. Durch diese ungerechtfertigt hohen Kosten, welche an der Hochschule durch die Anerkennung von Leistungen entstehen, sehen die Gutachter keine Erleichterung der Anerkennung, sondern eher ein Hemmnis.

Die für den Studiengang vorgelegten Modulbeschreibungen entsprechen nach Ansicht der Gutachter nicht den nationalen Vorgaben. Gemäß den Vorgaben der Ländergemeinsamen Strukturvorgaben müssen Modulbeschreibungen die Voraussetzungen für die Teilnahme an jedem Modul benennen. Hierbei ist darauf zu achten, dass Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten beschrieben werden, die für die erfolgreiche Teilnahme vorausgesetzt werden. Die Hochschule gibt jedoch durchgängig in jeder Modulbeschreibung an, dass keine spezifischen

Voraussetzungen vorliegen, um die jeweiligen Module zu belegen. Dies kann nach Ansicht der Gutachter jedoch zumindest für die höheren Semester nicht zutreffen. Die Module des ersten Semesters sollen die Grundlagen für die folgenden Module schaffen (beispielsweise „Management“ im Pflichtbereich stellt die Grundlage für das Modul „Strategisches Management“ im Pflichtbereich dar). Die Gutachter weisen darauf hin, dass diese Information gerade in dem sehr offen gestalteten OMM sehr wichtig ist, damit ein Studierender weiß, welche Module belegt werden müssen, um entsprechende vertiefende Wahlpflichtmodule belegen zu können. Sie empfehlen daher, die Akkreditierung des Studienganges mit folgender **Auflage** zu verbinden:

Die Modulbeschreibungen sind hinsichtlich der Voraussetzung für die erfolgreiche Teilnahme derart anzupassen, dass sie den nationalen Vorgaben entsprechen (Rechtsquelle: Kriterium 1.1 der Anlage „Rahmenvorgaben für die Einführung von Leistungspunktsystemen und die Modularisierung von Studiengängen“ der Ländergemeinsamen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen i.d.F. vom 04.02.2010).

Die Studierbarkeit sehen die Gutachter im vorliegenden Studiengang als gewährleistet an.

	Exzellent	Qualitäts- anforderung übertroffen	Qualitäts- anforderung erfüllt	Qualitäts- anforderung nicht erfüllt	Nicht rele- vant
3. Konzeption des Studienganges					
3.1 Struktur			x		
3.1.1* Struktureller Aufbau des Studienganges (Kernfächer / ggf. Spezialisierungen (Wahlpflichtfächer) / weitere Wahl- möglichkeiten / Praxiselemente			x		
3.1.2* Berücksichtigung des „European Credit Transfer and Accumulation Systeme (ECTS)“ und der Modularisierung				Auflage	
3.1.3* Studien- und Prüfungsordnung				Auflage	
3.1.4* Studierbarkeit			x		

3.2 Inhalte

Als entscheidende Ziele des Studienganges wurden nach Angaben der Hochschule die „kombinierte Kompetenz“ und die „Ankoppelungskompetenz“ für alle Kontexte, in denen Medien und Kommunikation relevant sind, dargelegt. Das Curriculum ist eine Kombination aus einem vergleichsweise schlank gehaltenen Pflichtteil und einem breiten Wahlteil, verbunden mit einer interdisziplinären Fundierung, in der Standard-Variante bezogen auf die Themenfelder Management, Design und Journalistik. Sämtliche Modul-Definitionen sind auf die Entwicklung von Qualifikation und Kompetenz in fachlicher, methodischer und sozialer Hinsicht ausgerichtet, so die Hochschule weiter. Die MHMK ist der Überzeugung, dass mit diesem Modularisierungskonzept dem Anspruch standgehalten wird, die Module inhaltlich ausgewogen anzulegen und in der Reihenfolge und Anordnung sinnvoll miteinander zu verknüpfen.

Für den Open Media Master können die Pflicht-Module als Kernfächer verstanden werden, da sie die grundsätzliche Ausrichtung des Studiums vorgeben. Sie liefern die notwendigen Kenntnisse und Fertigkeiten und die theoretischen Grundlagen, damit sich die Absolventen auf einer breiten Plattform professionell und wissenschaftlich fundiert bewegen können. Im Wahlbereich erfolgen fachliche Vertiefungen, die den Blick auf die Praxis, auf Projektlandschaften und operative Anwendungen richten. Sie legen den Fokus auf die vertiefende und kritische Auseinandersetzung mit den Herausforderungen, die sich insbesondere an der Schnittstelle von Management, Design und Journalistik ergeben. Dieses Verständnis korres-

pondiert mit dem Qualifizierungsziel der Führungskompetenz und des unternehmerischen Denkens und Handelns. Die Schulung und Erarbeitung von Führungskompetenz ist wesentlicher Bestandteil des Wahlbereichs. Gerade dort soll selbstbestimmtes Lernen und Arbeiten, Eigenverantwortung, Sozialverhalten und Personalführung im Kontext von Projektmanagement von herausragender curricularer Bedeutung sein. Bezüglich des Master-Studienganges Open Media Master lässt sich festhalten, dass die maximale Wahlmöglichkeit der Studierenden im Zentrum des Konzepts steht. Es wird von der Vorstellung ausgegangen, dass ein OMM-Studierender der MHMK in selbstverantwortlicher Weise und in maximaler Eigenbestimmung sein Studium gestaltet.

Der theoretischen Fundierung des Lehrangebotes wird im Curriculum ein hoher Stellenwert beigemessen. Dies folgt dem Verständnis, dass erst eine tiefgehende wissenschaftlich-theoretische Grundlage dafür sorgt, dass professionelle Praxis zustande kommt. Daher versteht es sich nach Angaben der Hochschule von selbst, dass bei allen Lehrangeboten der Verknüpfung von Theorie und Praxis stets ein besonderes Augenmerk gilt. Die frühe und enge Verzahnung der theoretischen Kenntnisse mit der Praxis erfolgt insbesondere in den Lehrprojekten. Besonderen Wert legt die MHMK nach eigenen Angaben auf die Verpflichtung von Medienpraktikern als Lehrbeauftragte und Gastdozenten, die in geeigneter Weise mit den Studierenden so arbeiten, dass diese die Verbindung von Theorie und Praxis erkennen, so die Hochschule weiter. Die theoretische Fundierung wird auch deshalb besonders betont, da in einem Master-Studiengang gerade die Theorie und Wissenschaftlichkeit von besonderer Relevanz ist. Auf dem Master-Level zu agieren, fordert vom einzelnen Studierenden einen soliden und vertieften theoretischen Hintergrund. Das Konzept der Studiengänge sieht nach Angaben der Hochschule vor, dass die theoretische Fundierung und der Bezug auf Modell- und Theoriwelten jederzeit herzustellen ist. Was die Integration von Theorie- und Praxis-Inhalten anbelangt, so werden vom Studierenden besonders in den folgenden Bereichen professionelle Umsetzungen erwartet:

- Studienarbeiten (teilweise in Englisch anzufertigen)
- Medienprojekte
- Master-Thesis

Im Bereich der von den Studierenden zu bearbeitenden Medienprojekte erfolgt die enge Verzahnung der theoretischen Kenntnisse mit der Praxis insofern, als angestrebt ist, möglichst alle Projekte im Verbund bzw. mit konkretem Fokus auf Unternehmen und Organisationen zu entwickeln. Für die Basis-Master-Studiengänge gilt, dass besonderes Augenmerk auf die Verpflichtung von hochkarätigen Medien- und Designpraktikern sowie Journalisten gelegt wird, die durch ihre Lehrtätigkeit die Verbindung von Theorie und Praxis gewährleisten, so die Hochschule weiter. Ebenso wird stets angestrebt, international ausgewiesene Medien- und Kommunikationsmanager sowie Designer und Journalisten zu Gastvorträgen einzuladen, was den Studierenden Einblicke in die Praxis ermöglicht. Ein optionales Praxisjahr im Master-Studiengang zwischen zweitem und drittem Semester bietet zusätzlich die Möglichkeit, erlernte Fähigkeiten und Theorien in der Praxis anzuwenden und zu überprüfen.

Das Curriculum gestaltet sich im Einzelnen wie folgt:

Studienablaufplan und Prüfungsregularien im Masterstudiengang Open Media Master						
Modul/Lerneinheit	1. und 2. Semester*					Studium in Teilzeit*
Pflicht-Module	Workload in Stunden			ECTS	Prüfung	Empfohlene Lage der Module
	SWS	LVS	SSZ			
MA-OM-AL-1 Management	3	45	105	5	Mm	1
Management-Theorie	2	30	60	3		
Corporate Governance, Ethik, Verantwortung	1	15	45	2		
MA-OM-AL-2 Wirtschaft und Recht	4	60	90	5	Ms-K90	1
Medienökonomie	2	30	60	3		
Medienrecht	2	30	30	2		
MA-OM-AL-3 Kommunikationswissenschaft	4	60	90	5	Ms-K90	1
Kommunikationstheorien	2	30	60	3		
Kommunikationspsychologie	2	30	30	2		
MA-OM-AL-4 Empirische Sozialforschung	4	60	90	5	Ms-K90	2
Statistik	2	30	60	3		
Medienforschung	2	30	30	2		
gesamt	15	225	375	20		
	3. Semester					Studium in Teilzeit: 6. Semester
MA-OM-AL-MT Master-Thesis	2	30	570	20	MA	
Master-Thesis	2	30	570	20		
gesamt	2	30	570	20		
<i>SWS = Semesterwochenstunden, LVS = Lehrveranstaltungsstunden, SSZ = Selbststudienzeit M = Modulprüfung, s = schriftlich, m = mündlich K = Klausur, 90 = 90 Minuten Dauer, MA = Masterarbeit</i>						
<i>*Anmerkung: Im Open Media Master können die Studierenden mit Ausnahme des Moduls Master-Thesis frei wählen, wann sie welche Module belegen. Die MHMK empfiehlt aber, die Pflichtmodule weitestmöglich im ersten Semester zu belegen.</i>						

Studienablaufplan und Prüfungsregularien im Masterstudiengang Open Media Master						
Modul/Lerneinheit	1., 2. und 3. Semester					Studium in Teilzeit
Wahl-Module: Auswahl im Umfang von 50 ECTS aus dem Angebot der Seiten 2 bis 4	Workload in Stunden			ECTS	Prüfung	Empfohlene Lage der Module: 2. bis 5. Semester
	SWS	LVS	SSZ			
MA-OM-WA-MAN-1 Strategisches Management	4	60	90	5	Ms-ST	
Strategiemodelle, Wettbewerb	2	30	60	3		
Strategieprozesse in der Praxis	2	30	30	2		
MA-OM-WA-PRO-1 Medien-Projekt	2	30	270	10	Ms-PA	
Medien-Projekt	2	30	270	10		
MA-OM-WA-KOM-1 Kommunikationskompetenz	3	45	105	5	Mm	
Verhandlungstechnik, Rhetorik	2	30	60	3		
Gesprächsführung, Moderation	1	15	45	2		
MA-OM-WA-MAN-2 Operatives Management	4	60	90	5	Ms-K90	
Geschäftsmodelle	2	30	30	2		
Controlling, Kosten, Finanzen	2	30	60	3		
MA-OM-WA-KOM-2 Massenkommunikation	4	60	90	5	Ms-ST engl.	
Publizistik, öffentliche Meinung	2	30	60	3		
PR und Marktkommunikation	2	30	30	2		
MA-OM-WA-MAN-3 Personalführung	3	45	105	5	Mm	
Personalführung, Leadership	2	30	60	3		
Selbstmanagement	1	15	45	2		
MA-OM-WA-MAN-4 Entrepreneurship	2	30	120	5	Ms-ST engl.	
Unternehmerisches Verständnis	1	15	75	3		
Unternehmensgründung	1	15	45	2		
MA-OM-WA-MAN-5 Marketing und Marken	4	60	90	5	Ms-K90	
Marketing-Konzeption	2	30	60	3		
Marke und Markenführung	2	30	30	2		
<i>SWS = Semesterwochenstunden, LVS = Lehrveranstaltungsstunden, SSZ = Selbststudienzeit M = Modulprüfung, s = schriftlich, m = mündlich K = Klausur, 90 = 90 Minuten Dauer, PA = Projektarbeit, ST = Studienarbeit</i>						

Studienablaufplan und Prüfungsregularien im Masterstudiengang Open Media Master						
Modul/Lerneinheit	1., 2. und 3. Semester					Studium in Teilzeit
Wahl-Module: Auswahl im Umfang von 50 ECTS aus dem Angebot der Seiten 2 bis 4	Workload in Stunden			ECTS	Prüfung	Empfohlene Lage der Module: 2. bis 5. Semester
	SWS	LVS	SSZ			
MA-OM-WA-KOM-3 Gruppenkommunikation	4	60	90	5	Ms-K90	
Mediale Erlebniswelten, Communities	2	30	60	3		
Live-Erlebniswelten	2	30	30	2		
MA-OM-WA-MAN-6 Internationalisierung	3	45	105	5	Mm	
Internationale Medienmärkte	2	30	60	3		
Interkulturelle Kompetenz	1	15	45	2		
MA-OM-WA-KOM-4 Individualkommunikation	4	60	90	5	Mm	
Interpersonale Kommunikation	2	30	60	3		
Mobilkommunikation	2	30	30	2		
MA-OM-WA-DES-1 Design-Praxis 1	4	60	90	5	Ms-K90	
Design-Praxis	2	30	60	3		
Best-Practice-Beispiele	2	30	30	2		
MA-OM-WA-DES-2 Design 1	4	60	90	5	Ms-ST	
Design-Forschungsmethoden	2	30	60	3		
Interdisziplinäre Praxisbeispiele	2	30	30	2		
MA-OM-WA-MAN-7 Projektmanagement	4	60	90	5	Ms-K90	
Grundlagen Projektmanagement	2	30	60	3		
Projektcontrolling, Werkzeuge	2	30	30	2		
MA-OM-WA-DES-3 Design-Praxis 2	4	60	90	5	Ms-K90	
Design-Methoden	2	30	60	3		
Design-Modelle und -Theorien	2	30	30	2		
MA-OM-WA-DES-4 Design 2	4	60	90	5	Ms-ST	
Design linearer Medien	2	30	30	2		
Interaktives Design	2	30	60	3		
<i>SWS = Semesterwochenstunden, LVS = Lehrveranstaltungsstunden, SSZ = Selbststudienzeit M = Modulprüfung, s = schriftlich, m = mündlich K = Klausur, 90 = 90 Minuten Dauer, PA = Projektarbeit, ST = Studienarbeit</i>						

Studienablaufplan und Prüfungsregularien im Masterstudiengang Open Media Master						
Modul/Lerneinheit	1., 2. und 3. Semester					Studium in Teilzeit
Wahl-Module: Auswahl im Umfang von 50 ECTS aus dem Angebot der Seiten 2 bis 4	Workload in Stunden			ECTS	Prüfung	Empfohlene Lage der Module: 2. bis 5. Semester
	SWS	LVS	SSZ			
MA-OM-WA-DES-5 Spezielles Design-Management	4	60	90	5	Ms-ST	
Design-Ethik	2	30	60	3		
Human Centered Design (HCD)	2	30	30	2		
MA-OM-WA-PRO-2 Wahl-Projekt Design	2	30	270	10	Ms-PA	
Projekt, Auswahl aus vier Sachgebieten	2	30	270	10		
MA-OM-WA-DES-6 Design 3	3	45	105	5	Ms-ST	
User Experience Design	2	30	60	3		
Design-Systeme	1	15	45	2		
MA-OM-WA-DES-7 Design 4	4	60	90	5	Mm	
Strategisches und Konzept-Design	2	30	60	3		
Business und Innovation	2	30	30	2		
MA-OM-WA-JOU-1 Journalistische Anwendung 1	6	90	210	10	Ms-PA	
Stilformen	2	30	60	3		
Recherche	2	30	60	3		
Interview- und Reportageformen	2	30	90	4		
MA-OM-WA-JOU-2 Journalistische Theorie	6	90	210	10	Ms-K90	
Normen und Funktionen des Journalismus	2	30	90	4		
Geschichte des Journalismus	2	30	60	3		
Journalistische Ethik	2	30	60	3		
MA-OM-WA-JOU-3 Journalistische Anwendung 2	6	90	210	10	Ms-PA	
TV und Radio	2	30	90	4		
Online	2	30	60	3		
Print	2	30	60	3		
<i>SWS = Semesterwochenstunden, LVS = Lehrveranstaltungsstunden, SSZ = Selbststudienzeit M = Modulprüfung, s = schriftlich, m = mündlich K = Klausur, 90 = 90 Minuten Dauer, PA = Projektarbeit, ST = Studienarbeit</i>						

Bewertung:

Die Gutachter sind der Ansicht, dass das Curriculum in angemessener Weise den Zielen dieses Master-Studienganges entspricht. Das Curriculum ist dabei logisch aufgebaut, die Module sind inhaltlich ausgewogen angelegt. Durch die Vermittlung von vertiefendem Medien-Wissen in den Kernfächern in Kombination mit größtmöglicher Wahlfreiheit der Studierenden ist das Curriculum gut auf die Qualifikations- und Kompetenzentwicklung ausgerichtet. Die Learning Outcomes entsprechen den jeweils im nationalen Qualifikationsrahmen vorgesehenen Kompetenzen und Fähigkeiten. Das optionale Praxisjahr, welches die Studie-

renden vor der Bearbeitung der Master-Arbeit ableisten können, hilft nach Ansicht der Gutachter, das zuvor theoretisch erworbene Wissen zu erproben und bereitet die Studierenden optimal auf ihre Abschlussarbeit vor.

Das Curriculum beinhaltet im großen Umfang interdisziplinäres Denken, das schon durch die Flexibilität in den Wahlmöglichkeiten deutlich wird. Dieser Aspekt wird von den Gutachtern als sehr positiv bewertet. Auch die Vermittlung von Methodenkompetenz und die Befähigung zu wissenschaftlichem Arbeiten sind im Studiengang gewährleistet. Die Lehre ist wissenschaftsbasiert und orientiert sich am aktuellen Stand der Wissenschaft.

Die Anordnung der modulumfassenden Prüfungsleistungen ist durchdacht und gut konzipiert. Die Prüfungen dienen der Feststellung, ob die formulierten Qualifikationsziele erreicht werden. Dabei sind sie modulbezogen sowie wissens- und kompetenzorientiert. Die Abschlussarbeit dient nach Einschätzung der Gutachter der Feststellung, ob die formulierten Qualifikationsziele erreicht werden. Die den Gutachtern während der Begutachtung vor Ort vorgelegten Abschlussarbeiten anderer Studiengänge bestätigten diesen Eindruck.

		Exzellent	Qualitäts- anforderung übertraffen	Qualitäts- anforderung erfüllt	Qualitäts- anforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.2	Inhalte			x		
3.2.1*	Logik und konzeptionelle Geschlossenheit des Curriculums			x		
3.2.2	Fachliche Angebote in Kernfächern			x		
3.2.3	Fachliche Angebote in Spezialisierungen (Wahlpflichtfächer)			x		
3.2.4	Fachliche Angebote in den Wahlmöglichkeiten der Studierenden (falls zutreffend)					x
3.2.5	Integration von Theorie und Praxis			x		
3.2.6	Interdisziplinarität		x			
3.2.7*	Methoden und wissenschaftliches Arbeiten			x		
3.2.8*	Wissenschaftsbasierte Lehre			x		
3.2.9*	Prüfungsleistungen			x		
3.2.10*	Abschlussarbeit			x		

3.3 Überfachliche Qualifikationen

Im Master-Studiengang OMM ist es nach hochschuleigenen Angaben insbesondere der Pflichtbereich, der dem Anspruch einer allgemeinen Bildungskomponente und der Orientierung in dieser Welt gerecht wird. Zu nennen ist insbesondere das Modul Management: Hier wird in der Lehreinheit „Corporate Governance, Ethik, Verantwortung“ der Studierende intensiv dazu veranlasst, über den Tellerrand hinauszublicken, gesellschaftliche Bezüge herzustellen und eigene Einstellungen zu hinterfragen, so die Hochschule.

Neben der notwendigen Vermittlung fachlicher Kompetenzen steht nach dem Verständnis der MHMK hierfür die Förderung von Teamkompetenz, Selbstverantwortung, Entwicklung gesellschaftlichen Engagements, konstruktive Konfliktfähigkeit, aber auch die Sensibilisierung für die ethische Dimension im Vordergrund. Diese Sensibilisierung ist insbesondere bei der Gestaltung und dem Management von Medien – ganz im Sinne der Output-Betrachtung – unabdingbar, so die Hochschule weiter. Medien stehen in der Gesellschaft zu Recht „unter besonderer Beobachtung“ und müssen sich jederzeit kritischer Betrachtung fügen. Die Schu-

lung der Studierenden in Kommunikationsverhalten und Rhetorik ist nach eigenen Angaben von zentraler Bedeutung, da nicht nur Wissen vermittelt, sondern auch die Persönlichkeit geschult werden soll. Kommunikation und Rhetorik spielen daher im gesamten Curriculum eine wichtige Rolle. So erlernen und üben die Studierenden beispielsweise in Präsentationen und Vermittlung ihrer Projektarbeiten vor „realen Auftraggebern“ aus der Medienbranche, professionell und gekonnt zu agieren.

Bewertung:

Die überfachlichen Qualifikationen werden nach Ansicht der Gutachter in Master-Studiengang im ausreichenden Maße vermittelt. Die ethischen Aspekte sind nach Ansicht der Gutachter fester Bestandteil in verschiedenen Modulen. Nach Ansicht der Gutachter gelingt es der Hochschule zudem auf hervorragende Weise, Managementkonzepte, Kommunikationsfähigkeit und Rhetorikkompetenzen zu vermitteln. Kommunikationsfähigkeit und Rhetorik werden in verschiedensten Modulen (z.B. in Projektarbeiten) geübt. Auch Prüfungsleistungen (Präsentationen oder die von den Studierenden zu bearbeitenden Projekte), die sicher stellen, dass die Studierenden bis zum ihrem Abschluss auch Präsentationen geübt haben, trägt nach Ansicht der Gutachter hierzu bei.

	Exzellent	Qualitäts- anforderung übertroffen	Qualitäts- anforderung erfüllt	Qualitäts- anforderung nicht erfüllt	Nicht rele- vant
3.3 Überfachliche Qualifikationen			x		
3.3.1* Kompetenzerwerb für anwendungs- und/oder forschungsorientierte Aufgaben (nur bei Master-Studiengang)			x		
3.3.2 Bildung und Ausbildung			x		
3.3.3 Ethische Aspekte			x		
3.3.4 Führungskompetenz			x		
3.3.5 Managementkonzepte		x			
3.3.6 Kommunikationsfähigkeit und Rhetorik		x			
3.3.7 Kooperations- und Konfliktfähigkeit			x		

3.4 Didaktik und Methodik

Die Lehre an der MHMK orientiert sich nach eigenen Angaben an hohen didaktischen Standards und Prinzipien. Es ist das Ziel der Hochschule, permanent die neuesten didaktischen Erkenntnisse – auch im internationalen Rahmen – zu verfolgen, sie auf ihre Anwendbarkeit und Umsetzbarkeit an der MHMK zu überprüfen und sie sodann in der Lehre umzusetzen. Die Fakultät „Medien und Kommunikation“ hat zur Erreichung dieses Ziels eine „Didaktik-Kommission“ eingerichtet, die neben der Qualitätskommission für die weitere Verbesserung und den Ausbau der Didaktik an der MHMK zuständig ist, so die Hochschule. Die Didaktik-Kommission wurde vom Dekan eingesetzt und campusübergreifend organisiert, um die Lehre in allen Studiengängen unter didaktischen und mathematischen Gesichtspunkten ständig zu verbessern und die Anwendung zeitgemäßer Methoden zu gewährleisten. Konkret werden für die Vermittlung der angestrebten Lerninhalte und –ziele nach Angaben der Hochschule u. a. die folgenden Lehrveranstaltungsformen angeboten:

- Vorlesungen: Sie gewährleisten im Kontext von selbst organisiertem Lernen, Übungen und Tutorien unter Aufarbeitung von Datenmaterial und Literatur den fachwissenschaftlichen Überblick und Zusammenhang.
- Seminare: Sie führen unter aktiver Beteiligung der Studierenden in die Methoden und Arbeitsweisen des Faches ein. Dabei müssen Wissensgebiete eigenständig oder in Gruppen erarbeitet und schriftlich und mündlich präsentiert werden.

- Übungen: Sie vermitteln fachpraktische Kompetenzen (in der Regel anhand der jeweiligen Medientechnik) in vorgegebenen Aufgabenstellungen.
- Projekte: Sie führen in die berufspraktische Arbeitsweise ein und dienen der Gesamtdarstellung der bisher erworbenen theoretischen und praktischen Qualifikationen in komplexen Aufgabenstellungen. Insbesondere werden hier kollaborative Arbeitsweisen sowie Organisations- und Kommunikationskompetenz gefördert und erprobt. Die Lehrprojekte bilden ein wichtiges Zentrum der Lehrorganisation, denn die Studierenden haben hier durch die intensive Betreuung die Möglichkeit, die praktische Integration des Wissens der anderen Veranstaltungen (Vorlesungen, Seminare und Übungen) zu gewährleisten.
- Die studentischen Initiativen bieten den Studierenden in besonderem Maß Freiräume, um eigene Interessen einzubringen, und bieten darüber hinaus die Integration von Aktivitäten in das Studium an, welche zwar nicht in unmittelbarem fachlichem Zusammenhang zu diesem stehen, es aber in qualitativer Weise bereichern. Diese Projekte werden von den Studierenden selbst geplant, entwickelt und durchgeführt. „Learning by doing“ ist hier verwirklicht und bietet den Studierenden die Möglichkeit, in Begleitung von fachlichen Anleitungen die eigene Studierfähigkeit zu überprüfen, weiterzuentwickeln und zu individualisieren.

Die Lehre erfolgt nach eigenen Angaben in einem Mix aus erprobten und bekannten Lehrveranstaltungsformen und Lehrmethoden einerseits und neuen innovativen Elementen andererseits. Dabei wird besonders auf die Anwendung aktivierender Lehr- und Lernmethoden geachtet. Dies bedeutet eine intensive (seminaristische) Interaktion – teils auch in Vorlesungen – durch:

- Plenumsdiskussionen und Gruppenbildung
- Übungen, Übungsaufgaben
- Planspiele
- computergestütztes Lernen
- Einsatz von Fallstudien
- umfangreiche Arbeit mit studentischen Präsentationen
- Redaktionssimulationen- Lehrredaktionen

Als weitere aktivierende Methoden nennt die Hochschule:

- Gastvorträge
- Einsatz von Rollenspielen
- Unternehmensexkursionen

Daneben findet in allen Studiengängen ein Modul im Praxissemester als begleitetes und betreutes E-Learning-Modul über die hochschuleigene Moodle-Plattform statt. Hierüber werden den Studierenden auch Lehrveranstaltungsunterlagen zur Verfügung gestellt. Je nach Bedarf und Aufgabenstellung werden den Studierenden auch Aufnahmemedien und Trägermaterialien von der Hochschule leihweise zur Verfügung gestellt.

Bewertung:

Die Gutachter sehen das didaktische Konzept der MHMK als sinnvoll auf den Master-Studiengang ausgerichtet an. Insbesondere die Praxisprojekte finden große Zustimmung bei den Gutachtern. Diese helfen den Studierenden, bislang erlernte Basics anzuwenden und zu erproben. Die Wissensvermittlung und Einübung gelingt der Hochschule durchweg gut.

Die Methoden im Master-Studiengang sind vielfältig und auf die jeweiligen Profile der Veranstaltungen ausgerichtet, so dass sie den dort benötigten Anforderungen entsprechen. Die Hochschule verfügt zudem über ein breites Angebot an Prüfungsformen.

Hinsichtlich der Lehrveranstaltungsunterlagen für den hier vorliegenden Studiengang sind die Gutachter der Ansicht, dass die Materialien in quantitativer und qualitativer Hinsicht dem zu fordernden Niveau entsprechen und zeitgemäß sind. Die Lehrmaterialien werden den Studierenden in Form von Skripten oder online zur Verfügung gestellt. Besonders beeindruckt hat das Equipment an Aufnahmemedien und Tonträgermedien, welche den Studierenden auf Anfrage zur Verfügung gestellt werden.

Gastreferenten, weitgehend Unternehmensvertreter der Kooperationspartner, werden an mehreren Stellen, z.B. Gastvorträge etc., in den Master-Studiengang eingebunden. Sie können auf diese Weise besondere Erfahrungen in den Lehrbetrieb einbringen, welche die Studierenden ohne diese Gastreferenten nicht erhalten würden.

	Exzellent	Qualitäts- anforderung übertrifft	Qualitäts- anforderung erfüllt	Qualitäts- anforderung nicht erfüllt	Nicht rele- vant
3.4 Didaktik und Methodik			x		
3.4.1* Logik und Nachvollziehbarkeit des didaktischen Konzeptes			x		
3.4.2 Methodenvielfalt			x		
3.4.3 Fallstudien / Praxisprojekt		x			
3.4.4* Begleitende Lehrveranstaltungsunterlagen			x		
3.4.5 Gastreferenten			x		
3.4.6 Tutoren im Lehrbetrieb			x		

3.5 Berufsbefähigung

Die aus den Zielsetzungen des Studienganges abgeleitete Berufsbefähigung ist Bestandteil der Curricula. Das Gesamtangebot der Studiengänge ist insofern darauf angelegt, Berufsbefähigung der Absolventen zu ermöglichen. Auf die Entwicklung der Berufsfähigkeit der Absolventen wird im Studiengang OMM großer Wert gelegt. Neben der notwendigen Vermittlung fachlicher Kompetenzen steht nach Verständnis des Studienganges hierfür auch die Förderung von Teamkompetenz, Selbstverantwortung, Entwicklung gesellschaftlichen Engagements und konstruktive Konfliktfähigkeit. Die komplexen praktischen Anforderungen der Berufspraxis werden in umfangreichen, praxisbezogenen Projektarbeiten dargestellt und erarbeitet. Das Praxisprojekt wird in der Regel in Kooperation für und mit beteiligten Unternehmen der Medienwirtschaft in studentischen Projektteams bearbeitet. Damit wird der Bezug zur Arbeitswelt schon frühzeitig während des Studiums hergestellt, so die Hochschule. Durch die berufspraktisch, nach Fachressorts spezialisierten Lehrveranstaltungen im Master-Studiengang entwickeln die Studierenden zusätzlich Wissen und Kompetenzen in einem speziellen Fachgebiet, so die Hochschule. Dieses breite Qualifikationsprofil ist das besondere Merkmal des Studienganges. Neben den fachlichen Kompetenzen kommt den Studierenden die Fähigkeit zu Teamarbeit, Selbstverantwortung, Entwicklung gesellschaftlichen Engagements und konstruktiver Konfliktfähigkeit im Arbeitsalltag zugute. Die vielfältigen Berührungspunkte mit der Branche und ihren Vertretern während des Studiums, die Erprobung notwendiger Kompetenzen in Projektarbeiten sowie die flankierenden persönlichkeitsbildenden Module geleiten die Studierenden nach Angaben der Hochschule auf ideale Weise in die Berufstätigkeit.

Bewertung:

Das Curriculum des vorliegenden Studienganges ist nach Auffassung der Gutachter sehr gut auf das Qualifikationsziel und auf einen berufsqualifizierenden Abschluss ausgerichtet. Der

Studiengang ist systematisch auf die Anforderungen des Arbeitsmarktes zugeschnitten. Die Hochschule hat bei der Gestaltung des Studienganges auf Absolventenbefragungen anderer Studiengänge zurückgegriffen. Die Gespräche mit Lehrenden und der Studiengangsleitung bestätigen zudem den Eindruck, dass die Berufsbefähigung der Absolventen gemäß der Studiengangeszielsetzung und den definierten Learning Outcomes erreicht wird.

	Exzellent	Qualitäts- anforderung übertroffen	Qualitäts- anforderung erfüllt	Qualitäts- anforderung nicht erfüllt	Nicht rele- vant
3.5* Berufsbefähigung			X		

4 Ressourcen und Dienstleistungen

4.1 Lehrpersonal des Studienganges

Die Planung des Lehrpersonals erfolgt seit Aufnahme des Lehrbetriebs der MHMK grundsätzlich gemäß den Bestimmungen des Bayerischen Hochschulgesetzes, nach dem der überwiegende Teil der Lehraufgaben von hauptberuflich Lehrenden wahrgenommen werden muss (§ 76 Absatz 4 HSchG). Die Einhaltung dieser Vorgabe wird durch das Bayerische Staatsministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst überwacht, dem im Rahmen eines jährlichen Stichtagsberichts auch eine Übersicht zur Abdeckung der Lehre vorgelegt wird, so die Hochschule. Das jeweilige Lehrdeputat der hauptberuflich Lehrenden wird dem Staatsministerium im Rahmen der Anträge auf Lehrgenehmigung übermittelt. Planung und Ausbau des Lehrpersonals für den zu akkreditierenden Studiengang sind im Rahmen der Gesamtplanung der Lehre der MHMK an allen Standorten zu sehen, so die Hochschule weiter.

Die Einstellung von Lehrpersonal, das in wissenschaftlicher und pädagogischer Hinsicht sowie bezüglich der Praxiserfahrung den Anforderungen genügt, erfolgt an der MHMK grundsätzlich nach den Vorgaben des Bayerischen Hochschulpersonalgesetzes (BayHSchPG). Hauptberuflich Lehrende einer Fachhochschule müssen demnach nach Angaben der Hochschule folgende Kriterien nach § 7 Abs. 3 erfüllen:

- Nachweis eines abgeschlossenen Hochschulstudiums in anderen als Fachhochschulstudiengängen oder eines in einem förmlichen Verfahren als laufbahnrechtlich gleichwertig anerkannten Studiums in einem Fachhochschulstudiengang,
- pädagogische Eignung,
- je nach Anforderungen der Stelle a) besondere Befähigung zu wissenschaftlicher Arbeit, die in der Regel durch eine Promotion nachgewiesen wird oder b) besondere Befähigung zu künstlerischer Arbeit,
- darüber hinaus besondere Leistungen bei der Anwendung oder Entwicklung wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden in einer mindestens fünfjährigen beruflichen Praxis, die nach Abschluss des Hochschulstudiums erworben sein muss und von der mindestens drei Jahre außerhalb des Hochschulbereichs ausgeübt worden sein müssen; Zeiten als Referendar oder Referendarin oder als wissenschaftlicher oder künstlerischer Mitarbeiter oder als wissenschaftliche oder künstlerische Mitarbeiterin können insgesamt nur bis zu zwei Jahren angerechnet werden.

Kandidaten durchlaufen nach dem Berufungsverfahren die Überprüfung durch das Bayerische Staatsministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst, das die Beschäftigungsgenehmigung erteilen muss.

Auch (freie) Lehrbeauftragte unterliegen den Anforderungen des § 31 BayHSchPG und müssen demzufolge folgende Voraussetzungen erfüllen:

- ein abgeschlossenes Hochschulstudium in anderen als Fachhochschulstudiengängen oder ein in einem förmlichen Verfahren als laufbahnrechtlich gleichwertig anerkanntes Studium in einem Fachhochschulstudiengang,
- pädagogische Eignung,
- mindestens dreijährige berufliche Praxis.

Abweichungen zu beiden Personengruppen regelt § 7 Abs. 3 Satz 2 (Zulassung von Fachhochschulabsolventen mit Promotion oder Anerkennung wissenschaftlicher/künstlerischer Leistungen anstelle der Promotion).

Hinsichtlich der internen Kooperation führt die Hochschule aus, dass bereits bei der Entwicklung und Weiterentwicklung der Curricula durch Studiengangsleiter und das Dekanat die Integration der Professoren der jeweiligen Fachbereiche in höchstem Maße gewährleistet ist, da der Studiengangsleiter seinerseits alle Professoren des Faches einbindet und gegenüber dem Dekanat als deren Sprecher auftritt. Der Studiengangsleiter sorgt gemeinsam mit seinen Stellvertretern an den unterschiedlichen Campus dabei im Besonderen dafür, dass auch die Evaluationsergebnisse sowie die Ergebnisse von Absolventenbefragungen bei der Überarbeitung von Curricula Berücksichtigung finden, so die Hochschule weiter. Interne Kooperation zeigt sich darüber hinaus nach eigenen Angaben an der gesamten Fakultät auch darin, dass die einzelnen Studiengänge ihre Schwerpunkte jeweils auch für die anderen Studiengänge anbieten. Auf diese Weise wird einerseits eine optimale fachliche Betreuung gewährleistet sowie andererseits eine enge Kooperation der einzelnen Studiengänge, so die Hochschule weiter. Darüber hinaus gibt es einige strategisch eingebundene studiengangübergreifende Veranstaltungen in den ersten beiden Semestern. Die identischen Fachangebote werden über alle Studiengänge hinweg gemeinsam organisiert, wobei der fachlich kompetente Studiengang, vertreten durch den jeweiligen Studiengangsleiter, eine Führungsposition einnimmt. Zusätzlich finden an den Campus der Hochschule regelmäßig gemeinsame Veranstaltungen statt, an denen alle Hochschullehrer, zahlreiche Mitarbeiter und Studierende teilnehmen. Kooperationen über die Studiengänge hinweg erfolgen beispielsweise im Rahmen von Veranstaltungen für Studieninteressenten, die von den Vertretern der Studiengänge in Form von Informationsgesprächen und Probevorlesungen, etwa in der Organisationsform des „Open Campus“, gemeinsam bestritten werden. Interne Kooperation erfolgt ferner in der gemeinsamen Gremienarbeit, wie etwa im Prüfungsausschuss oder in koordinierter Tätigkeit, etwa in wöchentlichen gemeinsamen Arbeitsmeetings im Fakultätsrat oder im Dekanat (wöchentlich pro Campus). Zusätzlich gibt es nach eigenen Angaben auch standortübergreifende Veranstaltungen. In diesem Rahmen treffen sich zwei Mal jährlich alle Professoren. Technisch wird diese Zusammenarbeit über alle Campus hinweg seit dem Frühjahr 2012 durch ein Videokonferenzsystem unterstützt, das sowohl die Gremienarbeit als auch inhaltliche Besprechungen wesentlich erleichtert. Die interne Kooperation findet darüber hinaus auch mit Studierendenvertretern statt. Gemäß den Bestimmungen der Grundordnung werden gemeinsame Meetings der Professoren mit den örtlichen Studierendenvertretungen abgehalten.

Die Betreuung der Studierenden ist nach eigenen Angaben gewährleistet. Das Lehrpersonal steht den Studierenden im Rahmen von festen Sprechzeiten und/oder nach Vereinbarung zur Verfügung. Für die Betreuung durch das Lehrpersonal hat die Fakultät nach eigenen Angaben unter der Leitung des Dekans Richtlinien entwickelt, die Teil des „Professoren-Handbuchs“ sind. Diese Richtlinien sind seit Inkrafttreten des Handbuchs auch Vertragsbestandteile.

Bewertung:

Die Gutachter haben sich bei der Durchsicht der Lebensläufe sowie während der Gespräche mit den Lehrenden von der wissenschaftlichen und didaktischen Qualifikation des Lehrpersonals überzeugen können; die Qualifikationen entsprechen den nationalen Vorgaben. Die

Lehre wird im Wesentlichen von Lehrenden getragen, die neben ihrer wissenschaftlichen Qualifikation über einschlägige Erfahrungen in der berufspraktischen Anwendung wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden verfügen. Diesbezüglich fanden insbesondere die berufspraktischen Erfahrungen des Lehrpersonals bei den Gutachtern große Zustimmung. Der Umfang des Lehrkörpers entspricht darüber hinaus den Erfordernissen, die sich aus den curricularen Anforderungen ergeben.

Die Studierenden bestätigten in der Befragung, dass eine Betreuung durch die Hochschule durchweg gewährleistet ist. Die Studierenden führten überzeugend aus, dass Rückfragen ihrerseits schnell und unkompliziert beantwortet werden und sie sich in jeder Hinsicht gut betreut fühlen. Feste Sprechstunden waren hierbei für die Studierenden weniger relevant, da die Lehrenden nach Angaben der Studierenden immer gut zu erreichen sind.

Zudem bemüht sich die Hochschule um einen regen Kommunikationsprozess innerhalb der Hochschule. Besonders die interne Kooperation beurteilen die Gutachter sehr positiv; die Einführung von Videokonferenzen zwischen den einzelnen Standorten ist äußerst modern und zeitgemäß. Des Weiteren wurde bei der Begutachtung vor Ort deutlich, dass alle Klausuren, welche an der MHMK geschrieben werden, gemeinsam (in Zusammenarbeit mit allen Standorten) entworfen werden. Jeder Absolvent des Studienganges hat also unabhängig vom Studienort exakt die gleiche schriftliche Prüfungsleistung zu erbringen. Dementsprechend findet auch eine intensive Abstimmung der Lehrinhalte statt, was auf eine gute Kooperation auch zwischen den einzelnen Standorten schließen lässt.

	Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4. Ressourcen und Dienstleistungen					
4.1 Lehrpersonal des Studienganges			x		
4.1.1* Struktur und Anzahl des Lehrpersonals in Bezug auf die curricularen Anforderungen			x		
4.1.2* Wissenschaftliche Qualifikation des Lehrpersonals			x		
4.1.3* Pädagogische / didaktische Qualifikation des Lehrpersonals			x		
4.1.4 Praxiskenntnisse des Lehrpersonals		x			
4.1.5 Interne Kooperation			x		
4.1.6* Betreuung der Studierenden durch Lehrpersonal		x			

4.2 Studiengangsmanagement

Jeder Studiengang an der Hochschule wird nach eigenen Angaben durch eine zentrale Studiengangsleitung verantwortet. Die zentrale Studiengangsleitung wird vor Ort an den jeweiligen Campus durch sogenannte stellvertretende Studiengangsleiter vertreten und unterstützt. Die Studiengangsleiter legen einvernehmlich Termine für die organisatorische und personelle Semesterplanung vor. Das Qualitätsmanagement wird von allen Studiengangsleitern getragen, so die Hochschule weiter. Insgesamt ist festzuhalten, dass die stellvertretenden Studiengangsleiter alle relevanten Prozesse am Campus steuern, die überregionale Studiengangsleitung alle übergeordneten Prozesse. Für jede Lehrveranstaltung sind daneben sogenannte Lehrveranstaltungskoordinatoren benannt, die mit ihren Kollegen an den anderen Campus den Stoffverteilungsplan, die Literatur, weitere Unterrichtsmaterialien sowie die Prüfungsfragen festlegen. Die Studiengangsleitung bespricht alle studiengangbezogenen Themen in wöchentlichen Fakultätsratssitzungen mit den betroffenen Dozenten. Die Fachschaft

der Studierenden trifft in der Regel zwei Mal pro Semester mit Hochschul- und Studiengangsleitungen zusammen. Das Aufgabengebiet der Studiengangsleitung wird im Arbeitsvertrag festgelegt und umfasst folgende Aufgaben:

- Inhaltliche Führung des Studienganges
- Studienplanung
- Management des Dozententeams (Einsatzplanung, Briefing)
- Qualitätsmanagement
- Prüfungswesen
- Campusübergreifende Koordination
- Außenvertretung
- Forschung
- Weiterentwicklung des Studienganges

Die Studiengangsleitungen der verschiedenen Studiengänge werden dabei von ihren wissenschaftlichen Mitarbeitern, von den Semesterplanern und Studienorganisatoren, vom Studiensekretariat und vom Prüfungsamt unterstützt. Die Verwaltung der MHMK gliedert sich in zwei Bereiche, nämlich in die campusübergreifende Zentralverwaltung und in die dezentrale Campusverwaltung. Dabei übernimmt der Campus – und gleichzeitig der zentrale Standort – in München zwei Funktionen, nämlich zum einen die der Zentralverwaltung und zum anderen die der dezentralen Campusbetreuung, während die Verwaltungen der anderen Campus jeweils nur für ihren eigenen Campus zuständig sind. Eine Ausnahme stellt der Bereich Career- und Alumniservice dar – dieser wird vom Campus Hamburg aus geleitet. Zur Verwaltungsunterstützung für Studierende und Lehrpersonal an allen Campus trägt das Prüfungsamt folgendermaßen bei:

- Vollzug der Beschlüsse aller Prüfungsorgane im Studienalltag
- Überwachung der Einhaltung aller Vorgaben (relevante Ordnungen/Vorgaben)
- Bearbeitung von Anträgen Prüfungsdurchführung am Studiencampus und Organisation der Korrekturphase
- Überprüfung aller Noteneingaben und Notenfreigabe im Portal
- Noten- und Ergebnisverwaltung und Auskunftserteilung
- Benachrichtigungen der Studierenden in allen Prüfungsangelegenheiten
- Erstellung der Bescheinigungen für BAföG-Empfänger

Hinsichtlich des Beratungsgremiums führt die Hochschule aus, dass an der MHMK ein Kuratorium besteht, das der Hochschulleitung beratend zur Seite steht. Nach § 13 der Grundordnung der Hochschule sind Mitglieder des Kuratoriums Persönlichkeiten aus den Bereichen Politik, Medienwirtschaft oder Verwaltung. Sie werden vom Präsidium berufen. Die Tätigkeit im Kuratorium ist ehrenamtlich. Das Kuratorium tagt in regelmäßigen Abständen.

Weiterbildungsmaßnahmen des Lehr- und Verwaltungspersonals werden angeboten und können optional in Anspruch genommen werden. Weiterbildungsmöglichkeiten sind z.B. die Teilnahme an Konferenzen, Besuch von Partnerhochschulen mit (gleichzeitigem Besuch von Seminaren). Zudem können die Mitarbeiter Kurse besuchen (z.B. Präsentations- und Moderationstraining, „sales training“), sofern sie dies als notwendig erachten. Die Angebote werden seitens der Mitarbeiter gut angenommen und genutzt, so die Hochschule.

Bewertung:

Für den Studiengang steht ein eigenes Management zur Verfügung, dessen Aufgaben und Zuständigkeiten im Einzelnen klar geregelt und detailliert beschrieben sind. Die Ablauforganisation und Entscheidungsprozesse, -kompetenzen und -verantwortlichkeiten sind festgelegt und werden entsprechend umgesetzt. Wie die Hochschule während der Begutachtung vor Ort überzeugend ausführt, sind die Dozenten und Studierenden bei den Entscheidungsprozessen, welche ihre Tätigkeitsbereiche betreffen, einbezogen. Die Weiterentwicklung bzw. Weiterqualifizierung des Personals wird durch entsprechende Weiterbildungsmaßnahmen sichergestellt und gefördert; auch Aufenthalte an den Partnerhochschulen sind möglich.

Der MHMK ist es nach Ansicht der Gutachter gelungen, die Ablauforganisation und Entscheidungsprozesse deutlich zu verbessern und Abläufe zu optimieren.

Die Studiengangsleitung ist den Gutachtern positiv aufgefallen. Hier war Engagement und der Wille zur Weiterentwicklung zu erkennen. Die Koordination des Studienganges scheint gut zu gelingen.

Die Gutachter konnten sich vor Ort davon überzeugen, dass die Verwaltung als Serviceeinrichtung für Studierende und Lehrende agiert. Die Möglichkeiten der elektronischen Serviceunterstützung werden genutzt und ergänzen das persönliche Beratungsgespräch. Die befragten Studierenden an der MHMK zeigten sich zufrieden mit der geleisteten Verwaltungsunterstützung und fühlen sich diesbezüglich immer sehr gut betreut.

Ein studiengangsbezogenes Beratungsgremium (Beirat) ist in Form eines Kuratoriums eingerichtet. Dieser setzt sich aus Vertretern der Wirtschaft, Industrie und Forschung zusammen. Der Beirat hat beratende Funktion und trägt zur Weiterentwicklung des Studienganges bei.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.2	Studiengangsmanagement			X		
4.2.1	Ablauforganisation für das Studiengangsmanagement und Entscheidungsprozesse			X		
4.2.2	Studiengangsleitung			X		
4.2.3*	Verwaltungsunterstützung für Studierende und das Lehrpersonal			X		
4.2.4	Beratungsgremium (Beirat) und dessen Struktur und Befugnisse			X		

4.3 Dokumentation des Studienganges

Die Ziele, die Inhalte, der Ablauf und die Prüfungen der Studiengänge der MHMK sind nach eigenen Angaben folgendermaßen dokumentiert:

Für alle Studiengänge gilt die Allgemeine Studien- und Prüfungsordnung. Pro Studiengang regelt eine studiengangspezifische Studien- und Prüfungsordnung nebst Anlagen Näheres. Zu den Anlagen der jeweiligen SPO zählen die Prüfungsregularien, das Musterzeugnis, die Musterurkunde, der Studienablaufplan sowie der Modulkatalog. Diese Unterlagen sind, sobald nach erfolgter Akkreditierung das Einvernehmen des Ministeriums vorliegt, in den Studiensekretariaten der Campus einsehbar und zudem in elektronischer Form im Portal abrufbar, so die Hochschule. Die Studierenden erhalten die Unterlagen darüber hinaus zum Studienbeginn ausgehändigt. Zugangsvoraussetzungen und Nachteilsausgleichsregelungen werden in der ASPO bzw. in den SPO's geregelt. Für die einzelnen Veranstaltungen existieren sogenannte Stoffverteilungspläne, die u.a. gewährleisten, dass an allen Campus der MHMK die gleichen Inhalte vermittelt werden. Auch diese sind den Studierenden im Portal einsehbar, so die Hochschule weiter.

Die Aktivitäten der Hochschule hinsichtlich aller die Lehre betreffenden Fragen laufen nach eigenen Angaben in den wöchentlichen Dekanatssitzungen zusammen; dabei diskutieren der Dekan und alle Studiengangsleiter über aktuelle und längerfristige Themen. Der Dekan leitet die Sitzung und ist für die Dokumentation zuständig. In zusammengefasster Form sind die Aktivitäten des Studienjahres auch Gegenstand eines Lehrberichtes, der vom Dekanat

erstellt wird. Dieser Lehrbericht wird in der Regel mit dem Stichtagsbericht jährlich zum 1. März dem Bayerischen Staatsministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst vorgelegt.

Bewertung:

Die Anforderungen hinsichtlich Studiengang, Studienverlauf, Prüfungsanforderungen und Zugangsvoraussetzungen werden durch geeignete Dokumentation und Veröffentlichung bekannt gemacht. Die Studierenden werden nach Auffassung der Gutachter sehr gut durch fachliche und überfachliche Beratung unterstützt. Der Studiengang wird zudem ausführlich beschrieben und ständig aktualisiert. Um die Transparenz zu erhöhen, ist es nach Ansicht der Gutachter wünschenswert, eine Veröffentlichung aller Ordnungen auf der Homepage der Hochschule vorzunehmen; bislang stehen die Ordnungen nur im Intranet der MHMK zu Verfügung.

Die Aktivitäten der Hochschule sowie alle wichtigen Kenngrößen des Studienganges werden dokumentiert und regelmäßig in einem Lehrbericht veröffentlicht.

	Exzellent	Qualitäts- anforderung übertrifft	Qualitäts- anforderung erfüllt	Qualitäts- anforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.3 Dokumentation des Studienganges			x		
4.3.1* Beschreibung des Studienganges			x		
4.3.2 Dokumentation der Aktivitäten im Studienjahr			x		

4.4 Sachausstattung

Die Übersicht der Sachausstattung spiegelt nach Angaben den Stand vom Mai 2012 wider.

a) Campus Berlin

Der Campus Berlin befindet sich in einem umgebauten Fabrikgebäude mit 1.141 Quadratmetern im 1. und 2. Stockwerk. Die Raum-Ausstattung umfasst:

- 41 Unterrichtsräume mit 30-70 qm
- 1 Cafeteria mit 76 qm
- 1 Radiostudio
- 1 Bibliothek
- Videokonferenzraum

Technische Ausstattung:

- Beamer, Leinwand und Whiteboard in allen Unterrichtsräumen
- ca. 52 Rechner Apple iMac 2,0 GHz, 2,66GHz, Core I3
- alle Systeme mit Netzwerk- und Internetanbindung sowie Peripheriegeräten (z.B. Farblaserdrucker, Beamer, Scanner etc.)
- 2 Lichtkoffer
- 2 Audio Aufnahmegeräte Zoom H1 mit Zubehör Pack
- 2 HDV/DV Videokamera Canon XH A1S mit viel Zubehör
- 2 Kamerastative
- 2 Mischer, Sound Devices 302
- 2 Mikrophon, Rode NT3 und NTG1 mit viel Zubehör
- 2 Canon Foto Kameras Canon EOS 500D
- 1 Camcorder JVC Everio S
- 5 externe Festplatten

b) Campus Hamburg

Der unmittelbar in der Hamburger City gelegene Campus der MHMK Hamburg verfügt über insgesamt 2.380 Quadratmeter, davon rund 1.450 Quadratmeter Studien- und Gruppenräume.

- 15 Unterrichtsräume à 45-70 qm
- 3 Aulen à 65 qm
- 2 Gruppenräume à 25qm
- 1 Schnitt/Tonstudio à 15 qm
- 1 Bibliothek 40 qm
- 1 Eventfläche 120 qm
- 1 Videokonferenzraum

Technische Ausstattung:

- Beamer, Leinwand, Flipchart, Whiteboard und Soundsystem in allen wichtigen Unterrichtsräumen
- 2 OHPs
- 17 Rechner PC Pentium 4 Core2Duo 1.86 GHz
- ca. 60 Rechner Apple iMac 2,0 GHz (davon 24 im Akademieberreich) □ ca. 60 Rechner Apple iMac 2,66 GHz
- ca. 45 Rechner Apple iMac 3,06 GHz
- alle Systeme mit Netzwerk- und Internetanbindung(100 MBit Standleitung) sowie Peripheriegeräten
- (z.B. Farblaserdrucker, Scanner etc.)
- 20 Notebooks Pentium 4 Core2Duo 2.40 GHz
- 6 HDV/DV Kameras, inkl. umfangreichem Zubehör, einschließlich Stative, Lichtkoffer, Mikrofone, Angeln, Korbwindschutz und Funkmikrosets
- 1 Digitaler Camcorder, 7 H2 Zoom Audioaufnahmegeräte, 3 Podcaststandmikrofone, 5 Digitalkameras, 3 Farbkopiersysteme, 2 Schnittplatzrechner (Quadcore) mit Dualmonitoren, Mischpulten und vollwertigen Audioboxen

c) Campus Köln, Richmodstraße

Der Campus in Köln Richmodstraße befindet sich in einem vierstöckigen Gebäude mit einer Gesamtfläche von über 2.000 Quadratmetern. Die Ausstattung umfasst:

- 10 Unterrichtsräume von 20-80 qm
- 1 Fernsehstudio mit Regieraum
- 2 Videoschnitträume
- 1 Tonstudio
- Bibliothek
-

Technische Ausstattung:

- Beamer, Leinwand und Whiteboard in allen Unterrichtsräumen (außer im Tonstudio und im Schnittraum)
- ca. 160 Rechner Apple iMac mit 2GHz und 2,66GHz oder MacPro mit 2GHz Xeon bzw. 2,26GHz Intel 8-Core Xeon
- alle Systeme mit Netzwerk- und Internetanbindung sowie Peripheriegeräten (z.B. Farblaserdrucker, Beamer, Scanner etc.)
- 9 Avid Media Composer-Schnittplätze
- Ton-, Aufnahme- und Mischstudio
- Fernsehstudio (4 Kameras, Bildmischer etc.)
- Filmprojektion, Lichtausstattungen von Dedolight bis 2,5 Kw Arri
- 2 komplette EB-Einheiten (BetaSP,DVCPro) einschließlich Stativ, Lichtkoffer, SQN, Mikrofone, Angeln, Korbwindschutze etc.

- 2 HDV/DV Kameras, 2 HVX 200 HD Videokamera, 1 DV Videokamera, einschließlich Stativ

ii. Brüderstrasse

Der Campus in Köln Brüderstrasse befindet sich in einem vierstöckigen Gebäude mit einer Gesamtfläche von über 625 Quadratmetern. Die Ausstattung umfasst:

- 5 Unterrichtsräume von 20-80 qm
- 1 Besprechungsraum
- 1 Design Lab
- 1 extra Rechnerraum
-

Technische Ausstattung:

- Beamer, Projektionsfläche, Soundsystem und Whiteboard in allen Räumen
- 51 Rechner Apple iMac mit 3GHz
- alle Systeme mit Netzwerk- und Internetanbindung sowie Peripheriegeräten (z.B. Beamer, Scanner etc.)
- 1 Farbkopiersystem
- W-LAN-Zugang für private Systeme

d) Campus München

Die Hochschule in München befindet sich in einem vierstöckigen Hauptgebäude mit einer Gesamtfläche von über 2.660 Quadratmetern sowie in einem Nebengebäude mit ca. 829 Quadratmetern. Die Ausstattung umfasst:

- 20 Unterrichtsräume 70-85 qm
- Aula mit 81 qm
- Tonstudio (11 qm) und Sprecherraum (13 qm)
- Videostudio (35 qm) (Avid Media Composer)
- Fernsehstudio 85 qm
- Radiostudio
- Videokonferenzraum
- Surround Vertonungsraum
- Bibliothek
-

Die Studiengangsleiter verfügen neben ihren Büros über einen Besprechungsraum in der vierten Etage des Hauptgebäudes und über einen Besprechungsraum im Nebengebäude. Ferner stehen zur Begegnung eine Cafeteria (105 qm) im Hauptgebäude und eine Cafeteria (70 qm) im Nebengebäude zur Verfügung.

Technische Ausstattung:

- Beamer, Leinwand und Whiteboard in allen Unterrichtsräumen
- ca. 160 Apple iMac oder 56 MacPro 2,0 GHz – Core i5
- ca. 26 Rechner PC Core2Duo 1.86GHz – 2,24GHz Xeon
- ca. 90 Laptops Core2Duo – Core i5
- alle Systeme mit Netzwerk- und Internetanbindung sowie Peripheriegeräten (z.B. Farblaserdrucker, Beamer, Scanner etc.)
- 56 Avid Media Composer-Schnittplätze, 56 ProTools-Schnittplätze
- 30 Logic Schnittplätze, 30 FinalCut Studio Schnittplätze
- Ton-, Aufnahme und Mischstudio, Tonarchiv
- Radiostudio mit Anbindung an ein Internetradioserver

- Fernsehstudio (4 Kameras, DD30 digitaler Bildmischer, Studioliicht mit Steuerung etc.)
- Ausleihlager für Audio und Video mit über 5000 Komponenten wie:
- Filmkamera Super16, Zeiss, High-Speed-Festoptiken, Zweiband-Filmprojektion
- Lichtausstattungen von Dedolight bis 2,5 Kw Arri HMI Daylight (ca. 40 Stk.) inkl. Transportkoffer.
- 6 komplette EB-Einheiten (DVCam, DVCPRO, BetaSP) einschließlich Stative
- SQN, Sounddevice, Zoom, Mikrofone, Angeln, Korbwindschutze, Funksets.
- Dolly's (Panter, GFM), Gib-arm etc.
- 3 HVX 200 HD Videokamera, 7 HDV/DV Videokamera, 2 DV Videokamera
- EOS 7D mit Filmoptiken und Zubehör.
- 7 Spiegelreflexkameras mit Objektiven von Canon 400D - 5D MK II

e) Campus Stuttgart

Der Campus in Stuttgart befindet sich in einem 3-stöckigen Gebäude auf dem Areal des Römerkastells Stuttgart und hat 2.600 Quadratmeter zur Verfügung, davon rund 1.200 Quadratmeter Studien- und Gruppenräume:

- 14 Unterrichtsräume mit 60-85 qm, davon ein Medienraum
- 3 Unterrichtsräume mit 40-60 qm
- Cafeteria mit 70 qm
- Bibliothek

Technische Ausstattung:

- Beamer, Leinwand und Whiteboard in allen Unterrichtsräumen (außer im Kunstraum)
- 30x Dell Precision 380D/2,8 GHz
- 41x Apple iMac 2,0 GHz
- 114x Apple iMac 2,66 GHz C2D 20"
- 89 x Apple iMac 3,00 GHz 21,5"
- 15x Dell Precision 390/3,0 GHz
- Alle Rechnersysteme mit Netzwerk- und Internetanbindung
- 3 Drucksysteme
- Fernseher mit Video/DVD Abspielmöglichkeit
- 4 Digitalkameras
- 6 HDV/DV Kameras, 2 DV Videokamera, einschließlich Stative und Beleuchtung
- 3 Tonaufnahmegeräte
- Videokonferenzraum

Hinsichtlich der Zugangsmöglichkeit zu erforderlichen Fachliteratur führt die Hochschule aus, das bundesweit pro Semester Titel der Pflichtliteratur bis zu einer Summe von 10.000 Euro beschafft werden. Pro Semester kann zusätzlich jeder Campus einschlägige Bände im Wert von 1.000 Euro erwerben. Das Bibliothekskonzept der MHMK sieht vor, dass alle Bände der Pflichtliteratur aller laufender Studiengänge und Semester spätestens zu dem Semester, in dem die entsprechenden Lehrveranstaltungen erstmals stattfinden, erworben werden. Es findet eine aktive Bestandspolitik statt. Ältere Studienliteratur wird gesondert aufgestellt. Weitere Grundlagenliteratur wird über bibliothekarische Tauschvereinigungen erworben. Der Bestandsnachweis der Literatur erfolgt über die Onlinebibliothek. Es steht ein Koha- OPAC für die Recherche und weitere Servicefunktionen zur Verfügung. Der Koha-OPAC ist an den Verbundkatalog des Südwestdeutschen Bibliotheksverbundes (SWB) angeschlossen. Der Zugang, der Nachweis und die Verwaltung der elektronischen Zeitschriften erfolgen vor allem über die Elektronische Zeitschriftenbibliothek (EZB). Darüber hinaus besteht Zugang zu JSTOR, Statista, 74 Nationallizenzen (verschiedene Fächer) sowie weiteren Fachseiten. Insgesamt besteht Zugriff auf über 42.000 Fachzeitschriften. Darin enthalten ist die folgende Auswahl:

- Wirtschaft: 5.326
- Kunstgeschichte: 741
- Informatik: 824
- Musikwissenschaft: 446
- Politikwissenschaft: 2.740
- Medien, Kommunikationswissenschaft und Journalismus: 616

Durch die Onlinebibliothek wird über den Service bookboon.de ein kostenfreier Zugang zu über 1.000 E-Books vermittelt. Die Bibliotheken sind wie folgt geöffnet:

Campus Berlin: 09:00 – 16:00 Uhr

Campus Hamburg: 11:00 – 16:00 Uhr

Campus Köln: 08:00 – 20:00 Uhr

Campus München: 08:00 – 16:30 Uhr

Campus Stuttgart: Montag – Freitag: 09:00 Uhr – 13:00 Uhr und Montag, Dienstag, Donnerstag zusätzlich 14:00 – 17:00 Uhr.

Die Arbeitsplätze stehen den Studierenden 24 Stunden am Tag/7 Tage die Woche zu Verfügung.

Bewertung:

Die Gutachter konnten sich bei der Begutachtung vor Ort am Campus München davon überzeugen, dass die Räumlichkeiten den Notwendigkeiten des Studienbetriebs entsprechen und behindertengerecht eingerichtet sind. Die Räumlichkeiten der Hochschule sind mit Internetzugang ausgestattet und entsprechen sehr modernen und multimedialen Anforderungen. Die Ausstattung ist nach Ansicht der Gutachter hervorragend.

Nach Ansicht der Gutachter ist das Angebot an entsprechender Literatur gewährleistet. Der Zugang zur erforderlichen Literatur ist nach Ansicht der Gutachter allerdings noch ausbaufähig. Zudem fehlen noch elementare Literatur und Zeitschriften. Nach Sicht der Gutachter hat ein Ausbau der Bibliotheken schon stattgefunden, dieser reicht jedoch noch bei weitem nicht aus. Dies ist auch seitens der Studierenden wünschenswert. Internationale Fachliteratur ist in den Bibliotheksbeständen mangelhaft, es ist praktisch fast keine englischsprachige Literatur vorhanden. Diesbezüglich empfehlen die Gutachter dringend, diesbezüglich am weiteren Ausbau zu arbeiten. Aufgrund der Kooperationen mit anderen Bibliotheken ist den Studierenden der Zugang zu entsprechender Fachliteratur jedoch ermöglicht, sodass dieses Kriterium noch als erfüllt bewertet werden kann.

Die Öffnungszeiten der Bibliothek könnten nach Ansicht der Gutachter noch ausgebaut werden. Positiv ist allerdings in diesem Zusammenhang anzumerken, dass die Studierenden unabhängig von den Bibliotheksöffnungszeiten den Campus mit eigener Schlüsselkarte betreten und verlassen können. Faktisch ist den Studierenden dadurch die Möglichkeit gegeben, 24 Stunden am Tag 7 Tage/Woche an einem der zahlreichen Arbeitsplätze auf dem Campus zu arbeiten. Die Möglichkeit, Onlineliteratur an diesen Arbeitsplätzen zu nutzen, ist an den Arbeitsplätzen gegeben.

	Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.4 Sachausstattung			x		
4.4.1* Quantität, Qualität sowie Media- und IT-Ausstattung der Unterrichtsräume		x			
4.4.2* Zugangsmöglichkeit zur erforderlichen Literatur			x		
4.4.3 Öffnungszeiten der Bibliothek			x		

		Exzellent	Qualitäts- anforderung übertroffen	Qualitäts- anforderung erfüllt	Qualitäts- anforderung nicht erfüllt	Nicht rele- vant
4.4.4	Anzahl und technische Ausstattung der Bibliotheksarbeitsplätze für Studierende		x			

4.5 Zusätzliche Dienstleistungen

Zur Förderung der Employability während des Studiums wurde der Bereich Career-Management und Placement Service stetig weiter ausgebaut, so die MHMK. Zu diesem Zweck wurde der Career Service der MHMK ins Leben gerufen und mit einem strukturellen, inhaltlichen und personellen Konzept weiter professionalisiert. Der Career Service wird vom Leiter Career-/Alumni Service am Campus Hamburg geleitet. Er koordiniert auch die zentrale und dezentrale Alumni-Arbeit an allen Standorten der MHMK. An jedem Campus übernimmt eine Mitarbeiterin die Umsetzung der inhaltlichen Konzepte sowie die Beratung der Studierenden und Absolventen. Das Angebot ist strukturell an allen Campus identisch; gleichwohl wird – in Absprache mit der Leitung – inhaltlich den regionalen Erfordernissen Rechnung getragen. Die übergeordneten Maßnahmen der Career- und Placement-Arbeit bestehen im Wesentlichen in:

- Organisation von Career-Days mit Unternehmen in der Hochschule
- individuellem Career Coaching
- Workshops (Schlüsselkompetenzen, Job-Search-Strategien, Bewerbungstrainings, Existenzgründerworkshops etc.)
- Arbeitsmarktinformationen im Medienbereich
- Unternehmens-Exkursionen

An jedem Campus der MHMK wurde zudem ein Vertrauensprofessor benannt. Wenn sich seitens der Studierenden Probleme ergeben, die weder mit dem Dozenten noch dem für die Fachrichtung verantwortlichen Professor bzw. dem stellvertretenden Studiengangsleiter besprochen oder ausgeräumt werden konnten, können sich die Studierenden an die Vertrauensprofessoren wenden. Die Vertrauensprofessoren haben die Aufgabe, zu moderieren, zu schlichten und innerhalb der Fakultät eine Lösung zu finden. Darüber hinaus ist der Bereich „Beratung der Studierenden“ an der MHMK definiert und kommuniziert.

Die Alumni-Aktivitäten wurden durch ein bundesweites Konzept und die Gründung des Alumni-Vereins „mhmk connect e.V.“ auf ein professionelles Fundament gestellt. Der Vorstand des Vereins besteht aus vier Vertretern der Absolventen und zwei Vertretern der Hochschule. Die zentrale Geschäftsstelle befindet sich am Sitz des Vereins in München und wird durch ein Vorstandsmitglied der MHMK geleitet. Zusätzlich wurde der Verein durch ein personelles und strukturelles Konzept an allen Campus verankert. An jedem MHMK-Standort kümmert sich eine wissenschaftliche Mitarbeiterin der MHMK als Alumni-Beauftragte in enger Zusammenarbeit mit der Geschäftsstelle und dem Vorstand um die Umsetzung der inhaltlichen Konzepte, so die Hochschule.

Bewertung:

Die MHMK bietet eine Karriereberatung an, welche durch die Beratung durch die Hochschule, aber auch durch Workshops u.a. erfolgen kann. Zudem finden Karriere-Messen statt, zu der die MHMK einlädt.

Der Alumni-Verein der Hochschule erscheint den Gutachtern sehr belebt, gleichwohl sich dieser Bereich noch im Aufbau befindet. Die Aktivitäten des Vereins umfassen u.a. Seminare und Weiterbildungsprogramme sowie die Vermittlung von Absolventen.

Die Sozialberatungsstelle an der MHMK ist nach Ansicht der Gutachachter hinreichend gewährleistet.

	Exzellent	Qualitäts- anforderung übertroffen	Qualitäts- anforderung erfüllt	Qualitäts- anforderung nicht erfüllt	Nicht rele- vant
4.5 Zusätzliche Dienstleistungen			x		
4.5.1 Karriereberatung und Placement Service			x		
4.5.2 Alumni-Aktivitäten			x		
4.5.3 Sozialberatung und -betreuung der Studierenden			x		

4.6 Finanzplanung und Finanzierung des Studienganges

Die Sicherstellung der nachhaltigen Finanzierung der Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation war eines der zentralen ausschlaggebenden Kriterien für die ministerielle Zulassung im Jahr 2006. Der Studiengang wird aus Studienbeiträgen finanziert. Neben den vorhandenen liquiden Mitteln des Gesamtunternehmens und den eingeräumten Kreditlinien ist aus der Kalkulation des Master-Studienganges zu erkennen, dass die Gesamtausgaben durch die Studiengebühren gedeckt sind. Dennoch werden zusätzliche (in erster Linie privatwirtschaftliche) Fördermittel angestrebt. Neben den oben genannten Grundsatzbescheiden und den Ergebnissen der beigefügten Kalkulationen der Studiengänge ist darauf zu verweisen, dass dem Ministerium eine Bankbürgschaft in Höhe von 1,0 Mio. Euro vorliegt.

Bewertung:

Die kurzfristige Finanzplanung für den Studiengang ist von der MHMK vorgelegt worden und wird von den Gutachtern als logisch und nachvollziehbar beurteilt. Der Detaillierungsgrad der kurz- und auch der mittelfristigen Finanzplanung sowie ihre Transparenz werden als ausreichend angesehen. Die Finanzierung beruht fast ausschließlich aus Studienbeiträgen. Zudem liegt eine Bankbürgschaft in ausreichender Höhe vor, die finanzielle Grundausstattung ist nach Ansicht der Gutachter somit gegeben.

	Exzellent	Qualitäts- anforderung übertroffen	Qualitäts- anforderung erfüllt	Qualitäts- anforderung nicht erfüllt	Nicht rele- vant
4.6 Finanzplanung und Finanzierung des Studienganges			x		
4.6.1* Logik und Nachvollziehbarkeit der Finanzplanung			x		
4.6.2 Finanzielle Grundausstattung			x		
4.6.3* Finanzierungssicherheit für den Studiengang			x		

5 Qualitätssicherung

Das zentrale Organ des Qualitätsmanagements ist nach Angaben der Hochschule die Qualitätskommission. Durch die Zusammensetzung der Kommission aus Hochschulangehörigen aller Gruppen, d.h. einschließlich der Studierenden und aller Campus ist das bundesweite Operieren für das Qualitätsmanagement der Fachhochschule gewährleistet, so die Hochschule weiter. Zu den wesentlichen Aufgaben gehört dementsprechend die Qualitätssiche-

rung von Lehre und Studium an der MHMK. Damit obliegen Planung und Durchführung der internen und externen Evaluation und die Erarbeitung des Selbstberichts der Qualitätskommission. Zur Planung, Steuerung und Kontrolle der Qualitätssicherungsverfahren sind an allen Campus hauptamtlich lehrende Personen bestimmt, die zusammen die Qualitätskommission bilden. Aus diesem Personenkreis hat ein Mitglied den Vorsitz inne und ist für die Gesamtkoordination der Prozesse und das Berichtswesen gegenüber den an der Qualitätsentwicklung beteiligten Instanzen und Personengruppen verantwortlich. Diese Instanzen und Personengruppen sind nach eigenen Angaben im Einzelnen:

- der Dekan und die Prodekane
- die Studiengangsleitungen
- die studentischen Vertreter aus der Fachschaft
- die Campusleitungen

Im Rahmen des weiteren Ausbaus der MHMK hat die Mitgliederstruktur nach eigenen Angaben der Qualitätskommission durch die Schaffung des Amtes eines Prodekans ihre vollständige Struktur und Besetzung erreicht. Die Entscheidungsprozesse und die Durchführung qualitätsverbessernder Maßnahmen werden nach einem festgelegten Procedere erreicht und umgesetzt. Die Qualitätskommission berichtet der Hochschulleitung regelmäßig die Endergebnisse der Qualitätsprüfung und der Kommunikationsforen zwischen Hochschulleitung, Lehrenden und Studierenden. Zu ergreifende Maßnahmen der Qualitätssicherung und -verbesserung werden im nächsten Schritt mit Zielvereinbarungen, die zwischen Hochschulleitung und Fakultät geschlossen werden, konkretisiert und durch Umsetzungsbeauftragte begleitet, so die Hochschule weiter. Als Organ der Hochschule initiiert und begleitet die Qualitätskommission die zwischen Hochschulleitung und Fakultät vereinbarten Umsetzungsschritte. Die Erfüllung der Zielvereinbarung wird durch die Hochschulleitung regelmäßig überprüft. Das Nicht-Erreichen von Zielen ohne schlüssige Begründung ist nach eigenen Angaben mit Konsequenzen belegt. Dieses Verfahren wird in regelmäßigen Abständen wiederholt. Die Arbeit der Qualitätskommission ist eine wichtige Basis für eine Beschlussfassung im Rahmen des Studiengangmanagements. Hier besteht die Qualitätssicherung aus mehreren Bausteinen und Maßnahmen:

- interne und externe Evaluierung aller Studiengänge (d.h. Studieninhalte, Lehrpersonal
- Prüfungspraxis) und aller Campus
- Kommentierung und Bewertung der Ergebnisprofile dieser Evaluierungen durch die Studiengangsleiter und die Leitung der Qualitätskommission
- Klausurtagungen der fest angestellten Lehrenden und der Hochschulleitung
- Foren zwischen Hochschulleitung bzw. Campusleitungen, Lehrenden und studentischer

Die hier genannten Bausteine des Qualitätsmanagements führen zur Erhebung umfangreicher und komplexer Informationsdaten, auf deren Basis die Entscheidungsprozesse im Rahmen der Qualitätssicherung erfolgen. Durch die gleichwertige Durchführung der verschiedenen Maßnahmen in allen Studiengängen und an allen Campus der MHMK ist nach Angaben der Hochschule im Ergebnisprofil eine größtmögliche Transparenz gewährleistet.

Zur Qualitätssicherung eines einzelnen Studienganges stehen nach eigenen Angaben folgende Werkzeuge zur Verfügung:

- interne Evaluierung durch Studierende und das Lehrpersonal
- externe Evaluierung durch Alumni und Gutachter
- Klausurtagungen der Studiengangsleitung, der Lehrenden und der Hochschulleitung zur Weiterentwicklung des Lehrangebots
- Fachschaftstage bzw. Semesterforen: Klausurtagung zwischen Studiengangsleitung, Lehrenden und Studierenden der studentischen Vertretung zur Weiterentwicklung der Studieninhalte.

Vergleichbar zum Prozedere des Qualitätsmanagements auf der Ebene aller Studiengänge wird nach Hochschulangaben die Qualitätssicherung und -verbesserung eines einzelnen Studienganges an der MHMK durchgeführt. Die Evaluation der Studiengänge durch die Studierenden ist eine fortlaufende Aktivität, die je Semester einmal durchgeführt wird (12. Semesterwoche).

Bewertung:

Die MHMK hat nachvollziehbar dargelegt, wie sie die Entwicklung ihrer Studiengänge überprüft. Dabei hat sie Qualitätsziele entwickelt und überprüft ihre Umsetzung regelmäßig. Alle relevanten Bereiche für eine qualitätsvolle Entwicklung von Studiengängen werden dabei berücksichtigt. Die Verantwortlichkeiten sind klar definiert, sowohl Lehrende als auch Studierende sind an Planung und Auswertung von Qualitätssicherungs- und -entwicklungsverfahren beteiligt.

Es finden regelmäßig mehrere Evaluierungen durch Studierende und Absolventen statt, auch das Lehrpersonal wird regelmäßig befragt. Die Ergebnisse der studentischen Evaluation werden an den Studiengangsleiter und die Dozenten kommuniziert. Gegebenenfalls notwendige Maßnahmen werden entsprechend getroffen.

		Exzellent	Qualitäts- anforderung übertroffen	Qualitäts- anforderung erfüllt	Qualitäts- anforderung nicht erfüllt	Nicht rele- vant
5.	Qualitätssicherung					
5.1	Qualitätssicherung und -entwicklung der Hochschule und das Zusammenwirken zwischen Hochschulleitung und Fakultät/Fachbereich sowie Studiengangsleitung in der Studiengangs-entwicklung			x		
5.2*	Qualitätssicherung und -entwicklung des Studienganges in Bezug auf Inhalte, Prozesse und Ergebnisse			x		
5.3	Instrumente der Qualitätssicherung			x		
5.3.1	Evaluation durch Studierende			x		
5.3.2	Qualitätssicherung durch das Lehrpersonal			x		
5.3.3	Fremdevaluation durch Alumni, Arbeitgeber und weitere Dritte			x		

Qualitätsprofil

Hochschule: Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation

Master-Studiengang: Open Media Master (M.A.)

Beurteilungskriterien

Bewertungsstufen

		Exzellent	Qualitäts- anforderung übertroffen	Qualitäts- anforderung erfüllt	Qualitäts- anforderung nicht erfüllt	Nicht rele- vant
1.	Ziele und Strategie			x		
1.1.	Zielsetzungen des Studienganges			x		
1.1.1*	Logik und Nachvollziehbarkeit der Ziel- setzung des Studiengangskonzeptes			x		
1.1.2*	Begründung der Abschlussbezeichnung			x		
1.1.3*	Studiengangsprofil (nur relevant für Mas- ter-Studiengang in D)			x		
1.1.4*	Studiengang und angestrebte Qualifika- tions- und Kompetenzziele			x		
1.2	Positionierung des Studienganges			x		
1.2.1	Positionierung im Bildungsmarkt			x		
1.2.2	Positionierung im Arbeitsmarkt im Hin- blick auf Beschäftigungsrelevanz („Employability“)			x		
1.2.3	Positionierung im strategischen Konzept der Hochschule			x		
1.3	Internationale Ausrichtung			x		
1.3.1	Internationale Ausrichtung der Studien- gangskonzeption		x			
1.3.2	Internationalität der Studierenden			x		
1.3.3	Internationalität der Lehrenden			x		
1.3.4	Internationale Inhalte			x		
1.3.5	Interkulturelle Inhalte			x		
1.3.6	Strukturelle und/oder inhaltliche Indikato- ren für Internationalität		x			
1.3.7	Fremdsprachenkompetenz			x		
1.4	Kooperationen und Partnerschaften			x		
1.4.1*	Kooperationen mit Hochschulen und anderen wissenschaftlichen Einrich- tungen bzw. Netzwerken			x		
1.4.2*	Kooperationen mit Wirtschaftsunter- nehmen und anderen Organisationen		x			
1.5*	Chancengleichheit			x		
2	Zulassung (Bedingungen und Verfahren)					
2.1*	Zulassungsbedingungen			x		
2.2	Auswahlverfahren				Auflage	
2.3	Berufserfahrung (* für weiter- bildenden Master-Studiengang)					x
2.4*	Gewährleistung der Fremdspra- chenkompetenz		x			
2.5*	Transparenz und Nachvollziehbarkeit des Zulassungsverfahrens			x		

		Exzellent	Qualitäts- anforderung übertroffen	Qualitäts- anforderung erfüllt	Qualitäts- anforderung nicht erfüllt	Nicht rele- vant
2.6*	Transparenz der Zulassungsentscheidung			x		
3.	Konzeption des Studienganges			x		
3.1	Struktur			x		
3.1.1*	Struktureller Aufbau des Studienganges (Kernfächer / ggf. Spezialisierungen (Wahlpflichtfächer) / weitere Wahlmöglichkeiten / Praxiselemente			x		
3.1.2*	Berücksichtigung des „European Credit Transfer and Accumulation Systeme (ECTS)“ und der Modularisierung			x		
3.1.3*	Studien- und Prüfungsordnung				Auflage	
3.1.4*	Studierbarkeit			x		
3.2	Inhalte			x		
3.2.1*	Logik und konzeptionelle Geschlossenheit des Curriculums			x		
3.2.2	Fachliche Angebote in Kernfächern			x		
3.2.3	Fachliche Angebote in Spezialisierungen (Wahlpflichtfächer)			x		
3.2.4	Fachliche Angebote in den Wahlmöglichkeiten der Studierenden (falls zutreffend)			x		
3.2.5	Integration von Theorie und Praxis			x		
3.2.6	Interdisziplinarität		x			
3.2.7*	Methoden und wissenschaftliches Arbeiten			x		
3.2.8*	Wissenschaftsbasierte Lehre			x		
3.2.9*	Prüfungsleistungen			x		
3.2.10*	Abschlussarbeit			x		
3.3	Überfachliche Qualifikationen			x		
3.3.1*	Kompetenzerwerb für anwendungs- und/oder forschungsorientierte Aufgaben (nur bei Master-Studiengang)			x		
3.3.2	Bildung und Ausbildung			x		
3.3.3	Ethische Aspekte			x		
3.3.4	Führungskompetenz			x		
3.3.5	Managementkonzepte		x			
3.3.6	Kommunikationsfähigkeit und Rhetorik		x			
3.3.7	Kooperations- und Konfliktfähigkeit			x		
3.4	Didaktik und Methodik			x		
3.4.1*	Logik und Nachvollziehbarkeit des didaktischen Konzeptes			x		
3.4.2	Methodenvielfalt			x		
3.4.3	Fallstudien / Praxisprojekt		x			
3.4.4*	Begleitende Lehrveranstaltungsmaterialien			x		
3.4.5	Gastreferenten			x		
3.4.6	Tutoren im Lehrbetrieb			x		
3.5*	Berufsbefähigung			x		

	Exzellent	Qualitäts- anforderung übertroffen	Qualitäts- anforderung erfüllt	Qualitäts- anforderung nicht erfüllt	Nicht rele- vant
4. Ressourcen und Dienstleistungen			x		
4.1 Lehrpersonal des Studienganges			x		
4.1.1* Struktur und Anzahl des Lehrpersonals in Bezug auf die curricularen Anforderungen			x		
4.1.2* Wissenschaftliche Qualifikation des Lehrpersonals			x		
4.1.3* Pädagogische / didaktische Qualifikation des Lehrpersonals			x		
4.1.4 Praxiskenntnisse des Lehrpersonals		x			
4.1.5 Interne Kooperation			x		
4.1.6* Betreuung der Studierenden durch Lehrpersonal		x			
4.2 Studiengangsmanagement			x		
4.2.1 Ablauforganisation für das Studiengangsmanagement und Entscheidungsprozesse			x		
4.2.2 Studiengangsleitung			x		
4.2.3* Verwaltungsunterstützung für Studierende und das Lehrpersonal			x		
4.2.4 Beratungsgremium (Beirat) und dessen Struktur und Befugnisse			x		
4.3 Dokumentation des Studienganges			x		
4.3.1* Beschreibung des Studienganges			x		
4.3.2 Dokumentation der Aktivitäten im Studienjahr			x		
4.4 Sachausstattung			x		
4.4.1* Quantität, Qualität sowie Media- und IT-Ausstattung der Unterrichtsräume		x			
4.4.2* Zugangsmöglichkeit zur erforderlichen Literatur			x		
4.4.3 Öffnungszeiten der Bibliothek			x		
4.4.4 Anzahl und technische Ausstattung der Bibliotheksarbeitsplätze für Studierende		x			
4.5 Zusätzliche Dienstleistungen			x		
4.5.1 Karriereberatung und Placement Service			x		
4.5.2 Alumni-Aktivitäten			x		
4.5.3 Sozialberatung und -betreuung der Studierenden			x		
4.6 Finanzplanung und Finanzierung des Studienganges			x		
4.6.1* Logik und Nachvollziehbarkeit der Finanzplanung			x		
4.6.2 Finanzielle Grundausstattung			x		
4.6.3* Finanzierungssicherheit für den Studiengang			x		

		Exzellent	Qualitäts- anforderung übertroffen	Qualitäts- anforderung erfüllt	Qualitäts- anforderung nicht erfüllt	Nicht rele- vant
5.	Qualitätssicherung			x		
5.1	Qualitätssicherung und -entwicklung der Hochschule und das Zusammenwirken zwischen Hochschulleitung und Fakultät/Fachbereich sowie Studiengangsleitung in der Studiengangs-entwicklung			x		
5.2*	Qualitätssicherung und -entwicklung des Studienganges in Bezug auf Inhalte, Prozesse und Ergebnisse			x		
5.3	Instrumente der Qualitätssicherung			x		
5.3.1	Evaluation durch Studierende			x		
5.3.2	Qualitätssicherung durch das Lehrpersonal			x		
5.3.3	Fremdevaluation durch Alumni, Arbeitgeber und weitere Dritte			x		

Beschluss der FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme

90. Sitzung am 20./21. März 2014

Projektnummer: 13/081

Hochschule: Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation

Standorte: Berlin, Hamburg, Köln, München, Stuttgart

Studiengang: Open Media Master (M.A.)

Die FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme beschließt im Auftrag der Stiftung zur Akkreditierung von Studiengängen in Deutschland wie folgt:

Die bestehende Akkreditierung für den Studiengang wird gemäß Abs. 3.1.2 i. V. m. 3.2.1 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i. d. F. 07. Dezember 2011 unter zwei Auflagen auf die strukturell veränderte Variante des Studienganges erweitert.

Akkreditierungszeitraum: Wintersemester 2013/14 bis Ende Wintersemester 2018/19

Auflagen:

1. Die Hochschule benennt und definiert die drei neuen Vertiefungsrichtungen in der Studien- und Prüfungsordnung und weist nach, dass diese beschlossen, rechtsgeprüft und genehmigt ist
(siehe Kapitel 3.1; Rechtsquelle: Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ i. d. F. vom 10. Dezember 2010 Nr. 2.5).

Die Auflage ist erfüllt.

Die FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme am 24. März 2015

2. Die Hochschule beschreibt für die neuen Wahlmodule die Verwendbarkeit im gleichen und in anderen Studiengängen
(siehe Kapitel 3.1; Rechtsquelle: Punkt 2d der Anlage zu den Rahmenvorgaben für die Einführung von Leistungspunktsystemen und die Modularisierung von Studiengängen (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 10.10.2003 i. d. F. vom 04. Februar 2010)).

Die Auflage ist erfüllt.

Die FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme am 6. August 2015

Das Siegel des Akkreditierungsrates und das Qualitätssiegel der FIBAA werden vergeben.

Gutachten

Hochschule:

Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation (MHMK)

Standorte: Berlin, Hamburg, Köln, München, Stuttgart

Master-Studiengang:

Open Media Master

1. neue Vertiefungsrichtung „Medien und Design“
2. neue Vertiefungsrichtung „Medien- und Kommunikationsmanagement“
3. neue Vertiefungsrichtung „Journalistik“

Abschlussgrad:

Master of Arts (M.A.)

Allgemeine Informationen zum Studiengang

Zuordnung des Studienganges:

konsekutiv

Studiendauer:

3 Semester

Studienform:

Vollzeit und Teilzeit

Double/Joint Degree vorgesehen:

nein

Aufnahmekapazität:

ca. 20 pro Standort

Start zum:

Wintersemester

Erstmaliger Start des Studienganges:

WS 2013/14

in der geänderten Variante: geplant WS 2014/15

Zügigkeit (geplante Anzahl der parallel laufenden Jahrgänge):

einzigig

Umfang der ECTS-Punkte des Studienganges:

90

Stunden (Workload) pro ECTS-Punkt:

30

Ablauf des Akkreditierungsverfahrens²

Am 31. Oktober 2011 wurde zwischen der FIBAA und der Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation (MHMK) ein Vertrag über die Akkreditierung des Master-Studienganges „Open Media Master“ (M.A.) geschlossen. Der Studiengang wurde am 30. November 2012 mit vier Auflagen für den Zeitraum bis zum 31. März 2019 akkreditiert. Mit einer Ausnahme sind alle Auflagen zwischenzeitlich erfüllt worden.

Am 27. August 2013 wurde zwischen der FIBAA und der MHMK ein weiterer Vertrag über die Ergänzungs-Akkreditierung von drei Vertiefungsrichtungen dieses Studienganges geschlossen. Am 21. Oktober 2013 übermittelte die Hochschule einen begründeten Antrag, der eine Darstellung der strukturellen Abweichungen der neuen von der bereits akkreditierten Variante sowie eine Darstellung der neu einzurichtenden Vertiefungsrichtungen umfasst und das Einhalten der Kriterien für die Akkreditierung von Studiengängen dokumentiert.

Parallel dazu bestellte die FIBAA ein Gutachterteam. Sie stellte zur Zusammensetzung des Gutachterteams das Benehmen mit der Hochschule her; Einwände wurden nicht geäußert. Dem Gutachterteam gehörten an:

Prof. Dr. phil. Otto Altendorfer

Hochschule Mittweida

Professor für Publizistik und Kommunikationswissenschaften,
Direktor der Mitteldeutschen Journalistenschule

Prof. Dr. Jörg Freiling

Universität Bremen

Professor für Mittelstand, Existenzgründung und Entrepreneurship

Prof. Dr. Julia Frohne

International School of Management Dortmund

Studiengangsleiterin B.A. Psychology & Management

Prof. Dr. Tibor Kliment

Rheinische Fachhochschule

Professor für Medienökonomie

Prof. Dr. habil. Wolfgang Schulz

Hochschule Fresenius

Studiendekan Media Management,

Studiendekan Logistics & Retail

Christoph Sodemann

Inhaber Südost-Medienagentur und get linx -media+solutions

TV-Produktion/Unternehmenskommunikation

Luisa Todisco

HTW Berlin

Studentin der Wirtschaftskommunikation (M.A.)

FIBAA-Projektmanager:

Dipl.-Kfm. Ekon.Mag. Henning Dettleff

² Lediglich zur Vereinfachung der Lesbarkeit des Gutachtens erfolgt im Folgenden keine geschlechtsbezogene Differenzierung.

Die Begutachtung beruht auf der Antragsbegründung, ergänzt um weitere, vom Gutachterteam erbetene Unterlagen, und einer Begutachtung vor Ort. Die Begutachtung vor Ort wurde am 23./24. Januar 2014 in den Räumen der Hochschule in München durchgeführt. Im gleichen Cluster wurden der im Konzept vorliegende Studiengang Management (B.A.) sowie die bereits durch die FIBAA akkreditierten Studiengänge Journalistik (B.A.), Medienmanagement (B.A.), Medien- und Kommunikationsdesign (B.A.) und Film & Fernsehen (B.A.) begutachtet, für welche die Hochschule ebenfalls Änderungsakkreditierungen beantragt hatte. Zum Abschluss des Besuchs gaben die Gutachter gegenüber Vertretern der Hochschule ein kurzes Feedback zu ihren ersten Eindrücken.

Das auf dieser Grundlage erstellte Gutachten wurde der Hochschule am 20. Februar 2014 zur Stellungnahme zugesandt. Die Hochschule übermittelte ihre Stellungnahme zum Gutachten am 3. März 2014; die Stellungnahme ist im vorliegenden Gutachten bereits berücksichtigt.

Zusammenfassung

Die strukturell angepasste und um drei Vertiefungsrichtungen ergänzte Variante des Master-Studienganges „Open Media Master“ (M.A.) der Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation, der an den Standorten Berlin, Hamburg, Köln, München und Stuttgart angeboten werden soll, entspricht weitgehend den Qualitätsanforderungen an Master-Studiengänge. Die bestehende Akkreditierung kann daher von der Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA) mit zwei Auflagen auf die veränderte Variante des Studienganges sowie die neuen Vertiefungsrichtungen erweitert werden.

Handlungsbedarf sehen die Gutachter beim Status der für den Studiengang einschlägigen Ordnungen und bezüglich der Darstellung der Verwendbarkeit in den Modulbeschreibungen. Daher empfehlen sie, die Erweiterung der Akkreditierung auf die neuen Vertiefungsrichtungen mit folgenden Auflagen zu verbinden:

1. Die Hochschule benennt und definiert die drei neuen Vertiefungsrichtungen in der Studien- und Prüfungsordnung und weist nach, dass diese beschlossen, rechtsgeprüft und genehmigt ist
(siehe Kapitel 3.1; Rechtsquelle: Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ i. d. F. vom 10. Dezember 2010 Nr. 2.5).
2. Die Hochschule beschreibt für die neuen Wahlmodule die Verwendbarkeit im gleichen und in anderen Studiengängen
(siehe Kapitel 3.1; Rechtsquelle: Punkt 2d der Anlage zu den Rahmenvorgaben für die Einführung von Leistungspunktsystemen und die Modularisierung von Studiengängen (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 10.10.2003 i. d. F. vom 04. Februar 2010)).

Zur Gesamtbewertung siehe das Qualitätsprofil im Gutachten zur bestehenden Akkreditierung des Studienganges sowie ergänzend die Qualitätsprofile in den Gutachten zur bestehenden Akkreditierung der Master-Studiengänge „Medien und Design“, „Medien- und Kommunikationsmanagement“ und „Journalistik“, die den neuen Vertiefungsrichtungen zugrunde liegen.

Darstellung und Bewertung im Einzelnen

6 Strategie und Ziele

6.1 Zielsetzungen des Studienganges

Durch die strukturelle Anpassung des Studienganges „Open Media Master“ (OMM) und die Einführung dreier spezifischer Vertiefungsrichtungen hat sich nach Angabe der Hochschule dessen Zielsetzung nicht geändert. Vielmehr beabsichtigt die Hochschule, unter dem Dach des OMM auch die Zielsetzungen der bisher als eigenständige Angebote organisierten Master-Studiengänge „Medien und Design“, „Medien- und Kommunikationsmanagement“ und „Journalistik“ zu verfolgen, indem sich die Studierenden für die jeweils gleichnamige Vertiefungsrichtung entscheiden können. Die Module dieser Studiengänge sind daher vollständig in den OMM übernommen worden. Mit dieser Zusammenführung verfolgt die Hochschule das Ziel, neben dem seit jeher durch einen hohen Grad an Wahlfreiheit geprägten OMM alter Form auch vordefinierte Modulkombinationen anzubieten, mit denen ein spezifisches Qualifikationsprofil verbunden ist.

Bewertung:

Nach Ansicht der Gutachter geht die strukturelle Anpassung nicht mit einer Änderung der Zielsetzung des Studienganges einher. Je nach Wahl der Vertiefungsrichtung entspricht die Zielsetzung des OMM derjenigen der bisher eigenständigen Masterstudiengänge „Medien und Design“, „Medien und Kommunikationsmanagement“ bzw. „Journalistik“ oder – bei freier Kombination der Wahlmodule – der Zielsetzung des OMM alter Form.

Im Übrigen wird auf die Ausführungen in den Hauptberichten verwiesen.

3. Konzeption des Studienganges

3.1 Struktur

Die Hochschule strebt an, alle Master-Studiengänge im OMM zu vereinen. Die gewählte einheitliche Grundstruktur folgt dem folgenden Muster:

ECTS		
Pflichtmodule	20	Inhaltlich definierte Module (identisch für alle Durchführungsvarianten)
	20	Master-Thesis mit prinzipiell freier Themenwahl Vorgabe: Thematische Kompatibilität mit Studiengang
Wahlmodule	50	Freie Kombination aus Modulen gruppiert in die vier Kategorien <ul style="list-style-type: none"> • Module der Inhaltskategorie „Management“ • Module der Inhaltskategorie „Kommunikation“ • Module der Inhaltskategorie „Design“ • Projektmodule
Summe ECTS	90	Formatierung der Module: Alle Module auf 5 ECTS oder ein Vielfaches davon formatiert
Bei Zulassung mit 180 ECTS zusätzliches Ergänzungssemester auf BA-Niveau erforderlich		
Ergänzungsmodule auf BA Niveau	30	Freie Kombination aus BA-Modulen der Studiengänge Medienmanagement, Journalistik, Film und Fernsehen, Medien- und Kommunikationsdesign, Management entsprechend der Vorkenntnisse

Die bisherigen Master-Studiengänge „Medien- und Kommunikationsmanagement“, „Medien und Design“ sowie „Journalistik“ werden nicht mehr als eigenständige Programme fortgesetzt, sondern als Basisvarianten eines im Wahlbereich stärker festgelegten OMM abgebildet.

Die Pflichtmodule des OMM bleiben nach Anzahl und Inhalt unverändert. Unter den Wahlmodulen werden alle in den Programmen „Medien- und Kommunikationsmanagement“, „Medien und Design“ sowie „Journalistik“ akkreditierten Module zusammengefasst, wodurch sich der bisherige Wahlmodul-Katalog des OMM erweitert. Einige neue Module werden in den Katalog aufgenommen (siehe Kapitel 3.2), zu denen die Hochschule auch Modulbeschreibungen vorgelegt hat. Alle sonstigen Rahmenparameter bleiben bestehen.

Der Studienverlauf und die neuen Vertiefungsrichtungen für den OMM sind nach Angabe der Hochschule in einer fachspezifischen Studien- und Prüfungsordnung dokumentiert. Allerdings sind darin die möglichen drei Vertiefungsrichtungen nicht benannt und definiert. Auch sind sie in der vorgelegten Form nicht als Beschluss der zuständigen Hochschulgremien ausgewiesen. Die Hochschule beabsichtigt die Herbeiführung entsprechender Beschlüsse mit anschließender Genehmigung durch das Ministerium.

Bewertung:

Der Studiengang in seiner geänderten Struktur entspricht dem strukturellen Muster der bisherigen vier Master-Studiengänge der Hochschule und führt diese in einer einheitlichen Grundstruktur zusammen. Nach Ansicht der Gutachter sind damit alle strukturellen Anforderungen an Master-Studiengänge weiterhin erfüllt.

Die im Entwurf vorgelegte Studien- und Prüfungsordnung gibt diese neue Struktur allerdings noch nicht korrekt wider. Da sie zudem noch nicht von den zuständigen Hochschulgremien beschlossen und im Anschluss einer Rechtsprüfung unterzogen sowie gemäß den einschlägigen gesetzlichen Vorgaben vom Ministerium genehmigt worden ist, empfehlen die Gutachter, die Akkreditierung mit der folgenden **Auflage** zu verbinden:

Die Hochschule benennt und definiert die drei neuen Vertiefungsrichtungen in der Studien- und Prüfungsordnung und weist nach, dass diese beschlossen, rechtsgeprüft und genehmigt ist.

(Rechtsquelle: Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ i. d. F. vom 10. Dezember 2010 Nr. 2.5).

Die Modulbeschreibungen für die neuen Wahlmodule enthalten insgesamt aussagekräftige Informationen zu den einzelnen Modulen und den darin enthaltenen Lehrveranstaltungen. Allerdings enthalten die Beschreibungen keine Hinweise auf die Verwendbarkeit des Moduls, etwa eine Zuordnung zu einer Vertiefungsrichtung. Die Gutachter empfehlen daher, die Akkreditierung mit der folgenden **Auflage** zu verbinden:

Die Hochschule beschreibt für die neuen Wahlmodule die Verwendbarkeit im gleichen und in anderen Studiengängen

(Rechtsquelle: Punkt 2d der Anlage zu den Rahmenvorgaben für die Einführung von Leistungspunktsystemen und die Modularisierung von Studiengängen (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 10.10.2003 i. d. F. vom 04. Februar 2010)).

Die Gutachter empfehlen zudem, auch bei den übrigen Modulbeschreibungen, die nicht Gegenstand der Ergänzungs-Akkreditierung sind, die Verwendbarkeit der Module zu beschreiben.

Im Übrigen wird auf die Ausführungen in den Hauptberichten verwiesen.

3.2 Inhalte

Dem OMM liegt der folgende Studienplan – differenziert nach den drei möglichen Vertiefungsrichtungen – zugrunde:

Medien- und Kommunikationsmanagement		Medien und Design		Journalistik	
Management	Wirtschaft und Recht	Management	Wirtschaft und Recht	Management	Wirtschaft und Recht
Kommunikationswissenschaft	Empirische Sozialforschung	Kommunikationswissenschaft	Empirische Sozialforschung	Kommunikationswissenschaft	Empirische Sozialforschung
Master-Thesis mit Fokus Medien- und Kommunikationsmanagement		Master-Thesis mit Fokus Medien und Design		Master-Thesis mit Fokus Journalistik	
Interdisziplinäres Projekt (Projekt 1)	Fokus-Projekt Medien- und Kommunikationsmanagement (Projekt 2)	Interdisziplinäres Projekt (Projekt 1)	Fokus-Projekt Medien und Design (Projekt 2)	Interdisziplinäres Projekt (Projekt 1)	Fokus-Projekt Journalistik (Projekt 2)
Operatives Management	Strategisches Management	Projektmanagement	Design 1	Normen des Journalismus	Journalistische Darstellungsformen
Personalführung	Marketing und Marken	Personalführung	Design 2	Personalführung	Funktionen des Journalismus
Massenkommunikation	Internationalisierung	Design Praxis 2	Design 3	Massenkommunikation	Crossmediales Publizieren

Alle Module, die im Rahmen der bisher eigenständigen Programme konzipiert und akkreditiert wurden, werden unverändert in den Modulkatalog des OMM übernommen. Darüber hinaus plant die Hochschule, die folgenden zusätzlichen Wahlmodule zu je 5 CP anzubieten:

- Wahlmodule Management: „Innovation“ und „Digitale Markenführung“
- Wahlmodule Journalistik: „Unternehmenskommunikation“, „Digitale Medien“ und „Kultur und Kreativwirtschaft“
- Wahlmodule Design: „Touch Point Design“ und „Design Thinking“

Im Wahlmodulbereich „Journalistik“ werden zudem die jeweils 10 CP umfassenden Module „Journalistische Anwendung 1 und 2“ auf die jeweils 5 CP umfassenden Module „Journalistische Darstellungsformen“ und „Crossmediales Publizieren“ reduziert. Das ebenfalls 10 CP umfassende Modul „Journalistische Theorie“ wird in die beiden 5-CP-Module „Normen des Journalismus“ und „Funktionen des Journalismus“ aufgeteilt.

Auch die Projektmodule alter Form entfallen und werden durch die zwei Projektmodule „Interdisziplinäres Projekt“ und „Fokus-Projekt“ ersetzt.

Bewertung:

Die Gutachter sehen keine substanziellen Unterschiede in der inhaltlichen Gestaltung zwischen den bisherigen Master-Studiengängen „Medien und Design“, „Medien- und Kommunikationsmanagement“ und „Journalistik“. Sie halten die zusätzlichen Wahlmodule für sinnvolle Ergänzungen, die sich gut in das Profil des OMM einfügen. Die inhaltlichen Modifikationen bzw. Neugewichtungen sowie die Veränderung der Projektmodule halten sie ebenfalls für plausibel.

Im Übrigen wird auf die Ausführungen in den Hauptberichten verwiesen.

4 Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen

4.1 Lehrpersonal

Da die Hochschule die neuen Vertiefungsrichtungen bereits als eigenständige Studiengänge anbietet, verfügt sie bereits über das nötige Lehrpersonal zu ihrer Durchführung.

Bewertung:

Die Lehrversorgung der neuen Vertiefungsrichtungen im OMM ist nach Ansicht der Gutachter weiterhin vollständig gesichert.

Im Übrigen wird auf die Ausführungen in den Hauptberichten verwiesen.



Beschluss der FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme

98. Sitzung am 26. Februar 2016

Projektnummer: 15/106
Hochschule: Hochschule Macromedia, University of Applied Sciences (ehemals: Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation)
Studiengang: Open Media Master (M.A.)

Die FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme beschließt im Auftrag der Stiftung zur Akkreditierung von Studiengängen in Deutschland wie folgt:

Die bestehende Akkreditierung des Studienganges Open Media Master (M.A.) wird gemäß Ziff. 3.1.2 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 10. Dezember 2010 um die Spezialisierungen „Marketing Analytics“, „Sportmarketing“ und „Design Thinking“ unter einer Auflage erweitert.

Akkreditierungszeitraum: Wintersemester 2013/14 bis Ende Wintersemester 2018/19

Auflage:

Die Hochschule legt eine rechtskräftige Prüfungsordnung vor
(Rechtsquelle: Ziff. 2.5 der Regeln des Akkreditierungsrates).

Die Erfüllung der Auflage ist bis zum 26. November 2016 nachzuweisen.

Das Siegel des Akkreditierungsrates und das Qualitätssiegel der FIBAA werden vergeben.

**FOUNDATION FOR INTERNATIONAL
BUSINESS ADMINISTRATION ACCREDITATION**

FIBAA – BERLINER FREIHEIT 20-24 – D-53111 BONN

Gutachterbericht

Hochschule:

Hochschule Macromedia, University of Applied Sciences
(ehemals: Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation)

Standorte: München, Stuttgart, Berlin, Hamburg, Köln

Master-Studiengang:

Open Media Master

Abschlussgrad:

Master of Arts (M.A.)

Kurzbeschreibung des Studienganges:

Der Studiengang Open Media Master ist nach Angaben der Hochschule auf ein breites Berufsfeld ausgelegt. Zentraler Anker ist der Medienbezug. Die Absolventen des Master-Studienganges sollen sich als Medienexperten mit spezifischen, selbst gewählten Schwerpunktsetzungen am Markt behaupten. Sie üben vorzugsweise Führungsfunktionen mit besonderem Bezug zum internationalen Kontext aus. Für die Studierenden besteht beim Studiengang OMM wie bei keinem anderen Studiengang der Hochschule Macromedia die Möglichkeit, das Studium auf die ganz persönlichen Interessen, Präferenzen und Vorerfahrungen auszurichten. Er bietet maximale Wahlfreiheit auf einer soliden methodischen und fachlichen Grundlage.

Datum des Vertragsschlusses:

31. Oktober 2011

Für die Erweiterungsakkreditierung: 12. November 2015

Datum der Einreichung der Unterlagen:

08. Dezember 2015

Akkreditierungsart:

Erweiterung der bestehenden Akkreditierung um weitere Spezialisierungen

Zuordnung des Studienganges:

grundständig

Studiendauer (Vollzeitäquivalent):

3 Semester Vollzeit, 6 Semester Teilzeit

Studienform:

Vollzeit und Teilzeit

Dual/Joint Degree vorgesehen:

nein

Erstmaliger Start des Studienganges:

Wintersemester 2013/14

Aufnahmekapazität:

30 je Campus

Start zum:

Wintersemester

Zügigkeit (geplante Anzahl der parallel laufenden Jahrgänge):

Einzügig

Studienanfängerzahl:

25 je Campus

Umfang der ECTS-Punkte des Studienganges:

90

Stunden (Workload) pro ECTS-Punkt:

30

Ablauf des Akkreditierungsverfahrens

Der Studiengang Open Media Master (M.A.) der Hochschule Macromedia, University of Applied Sciences wurde am 29./30. November 2012 unter vier Auflagen für den Zeitraum Wintersemester 2013/14 bis zum Ende Wintersemester 2018/19 von der FIBAA akkreditiert. Vertragsschluss war am 31. Oktober 2011. Maßgeblich für dieses Akkreditierungsverfahren sind somit die Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 10. Dezember 2010 und die Ländergemeinsamen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen i.d.F. vom 04. Februar 2010. Alle Auflagen sind zwischenzeitlich erfüllt worden.

Am 12. November 2015 wurde zwischen der FIBAA und der Hochschule Macromedia, University of Applied Sciences ein Vertrag über die Erweiterung der Akkreditierung des Studienganges um die Spezialisierungen „Marketing Analytics“, „Sportmarketing“ und „Design Thinking“ geschlossen. Am 08. Dezember 2015 übermittelte die Hochschule einen begründeten Antrag, der eine Darstellung des Studienganges umfasst und das Einhalten der Kriterien für die Akkreditierung von Studiengängen dokumentiert.

Parallel dazu bestellte die FIBAA ein Gutachterteam nach den Vorgaben des Akkreditierungsrates. Sie stellte zur Zusammensetzung des Gutachterteams das Benehmen mit der Hochschule her; Einwände wurden nicht geäußert. Dem Gutachterteam gehörten an:

Prof. Dr. Tibor Kliment

Rheinische Fachhochschule

Professor für Medienökonomie

(Medienwirtschaft, Medienmanagement, Kommunikationsforschung, Publizistik, Medienforschung, Kommunikationsmanagement)

Prof. Dr. Andrea Rumler

Hochschule für Wirtschaft und Recht

Professorin für Marketing

(Konsumgütermarketing, Mobile Marketing, E-Business, E-Learning, allgemeine Betriebswirtschaft, Marketing)

FIBAA-Projektmanager:

Sabine Lehmann M.A.

Die Begutachtung beruht auf der Antragsbegründung, ergänzt um weitere, vom Gutachterteam erbetene Unterlagen, die im Schriftverfahren begutachtet wurden.

Das auf dieser Grundlage erstellte Gutachten wurde der Hochschule am 29. Januar 2016 zur Stellungnahme zugesandt. Die Hochschule übermittelte ihre Stellungnahme zum Gutachten am 4. Februar 2016 die Stellungnahme ist im vorliegenden Gutachten bereits berücksichtigt.

Zusammenfassung³

Die Durchführung des Master-Studienganges Open Media Master (M.A.) der Hochschule Macromedia, University of Applied Sciences mit den neuen Spezialisierungen Marketing Analytics, Sportmarketing und Design Thinking erfüllt die notwendigen Voraussetzungen mit einer Ausnahme. Die bestehende Akkreditierung kann daher um die neuen Spezialisierungen mit einer Auflage erweitert werden.

Handlungsbedarf sehen die Gutachter bei der Studien- und Prüfungsordnung. Die Gutachter sind der Ansicht, dass der aufgezeigte Mangel innerhalb von neun Monaten behebbar ist, weshalb sie eine Akkreditierung unter folgender Auflage empfehlen [vgl. Ziff. 3.1.2 der Regeln des Akkreditierungsrates]:

Die Hochschule legt eine rechtskräftige Prüfungsordnung vor
(Rechtsquelle: Ziff. 2.5 der Regeln des Akkreditierungsrates).

Die Erfüllung der Auflage ist bis zum 26. November 2016 nachzuweisen.

³ Lediglich zur Vereinfachung der Lesbarkeit des Gutachterberichtes erfolgt im Folgenden keine geschlechtsneutrale Differenzierung, sondern wird ausschließlich die männliche Form verwendet. Selbstverständlich ist seine Ausrichtung in jedem Fall geschlechtsunabhängig.

Darstellung und Bewertung im Einzelnen

7 Strategie und Ziele

7.1 Zielsetzungen des Studienganges

Durch die Einführung der neuen Spezialisierungen Marketing Analytics, Sportmarketing und Design Thinking möchte die Hochschule ihr Angebot möglicher Vertiefungen erweitern, so dass die Studierenden in noch höherem Maße ihr Studium auf die ganz persönlichen Interessen, Präferenzen und Vorerfahrungen ausrichten können. Die inhaltliche Zielsetzung des Studienganges sowie die daraus resultierende Positionierung der Absolventen auf dem Arbeitsmarkt bleiben also unverändert bestehen. Zentraler Anker ist nach wie vor der Medienbezug. Die Absolventen sollen sich als Medienexperten mit spezifischen, selbst gewählten Schwerpunktsetzungen selbstbewusst am Markt behaupten. Sie üben vorzugsweise Führungspositionen mit besonderem Bezug zum internationalen Kontext aus.

Weitere Informationen sind dem Hauptbericht zu entnehmen.

Bewertung:

Die Zielsetzung des Studienganges und seine Konzeption korrespondieren auch unter Berücksichtigung der neuen Spezialisierungen logisch miteinander.

Im Übrigen entspricht die Bewertung derjenigen im Hauptbericht.

7.2 Positionierung des Studienganges

Mit den neuen Spezialisierungen möchte die Hochschule Macromedia ihr Angebot an Vertiefungsmöglichkeiten ausbauen, um so weiterhin ein, nach ihrer Aussage, unverwechselbares Angebot im nationalen Bildungsmarkt zu präsentieren. Das Profil des Studienganges betont in einem noch höheren Maße die Interessen der Studierenden und wird außerdem den Anforderungen der Praxis gerecht.

Was die Positionierung auf dem Arbeitsmarkt betrifft, so möchte die Hochschule mit der Einführung der neuen Spezialisierungen weiterhin auf den Bedarf an einem offenen und flexiblen Bildungsangebot reagieren. Die Hochschule weist darauf hin, dass sie sich der kontinuierlichen Beratung durch führende Medienmanager, Publizisten und Medienpolitiker im Kuratorium und Förderverein bedient und so die Grundlage für eine fortwährende Orientierung an den Bedürfnissen des Arbeitsmarktes legt.

Nach eigenen Angaben kann die Hochschule umfassende Dienstleistungen anbieten. Der OMM mit seinen zahlreichen Spezialisierungen stellt vor diesem Hintergrund eine logische Abrundung und Ergänzung dar, die es der Hochschule ermöglicht, in besonders flexibler Weise und gegebenenfalls auch auf sehr spezielle Anforderungen der Praxis zu reagieren. Im strategischen Konzept der Hochschule hat der OMM einen hohen Stellenwert, da er im Verbund mit den Basis-Masterstudiengängen nachhaltig dazu beiträgt, die gesamte Bandbreite des Medienbereichs abzubilden.

Weitere Informationen sind dem Hauptbericht zu entnehmen.

Bewertung:

Die Hochschule Macromedia hat aufgezeigt, dass sie die Positionierung des Master-Studienganges und der neuen Spezialisierungen im Bildungsmarkt gut analysiert hat. Die Gutachter sehen daher den Studiengang als nachvollziehbar im Bildungsmarkt positioniert an.

Die Positionierung im Arbeitsmarkt erfolgte nach einer eingehenden Analyse. Laut dieser Analyse herrscht ein hoher Bedarf an einer praxisorientierten Ausbildung vor und zudem Bedarf an Absolventen, die die Nahtstellen zwischen Management-, Design- und Content-Aufgaben sinnvoll ausfüllen können. Dieser Nachfrage kommt die Hochschule mit der Einführung weiterer Spezialisierungen nach.

7.3 Internationale Dimension des Studienganges

Auch mit Einführung der neuen Spezialisierungen verfolgt die Hochschule weiterhin hauptsächlich das Ziel, Absolventen dazu zu befähigen, im deutschsprachigen Raum im Bereich der Medienbranche tätig zu sein. Trotzdem kann der Master-Studiengang aufgrund struktureller und inhaltlicher Indikatoren durchaus als international bezeichnet werden. So findet beispielsweise ein Großteil der Lehrveranstaltungen innerhalb der (neuen) Module der drei neuen Spezialisierungen überwiegend in englischer Sprache statt und es wird fast ausschließlich auf internationale Fachliteratur verwiesen.

Weitere Informationen sind dem Hauptbericht zu entnehmen.

Bewertung:

Auch mit Einführung der neuen Spezialisierungen weicht die Hochschule nicht von ihrem Hauptziel ab, Absolventen für den deutschsprachigen Raum beruflich zu befähigen. Dennoch sehen die Gutachter wichtige Aspekte der Internationalität in diesen neuen Vertiefungsmöglichkeiten als gegeben an. So wird die Fremdsprachenkompetenz auch in den neuen Modulen weiterhin gefördert.

Im Übrigen entspricht die Bewertung derjenigen im Hauptbericht.

3 Konzeption des Studienganges

3.1 Struktur

Die neuen Spezialisierungen weisen folgendes Angebot an Wahlmodulen auf:

Sportmarketing (Studienrichtung Medien- und Kommunikationsmanagement)

- Marketing und Marken
- Internationalisierung
- Projektmanagement
- Digitale Markenführung
- Sportmarketing
- Gruppenkommunikation
- Individualkommunikation
- Unternehmenskommunikation
- Digitale Medien

- Touch Point Design

Marketing Analytics (Studienrichtung Medien- und Kommunikationsdesign)

- Projektmanagement
- Marketing und Marken
- Digitale Markenführung
- Digitale Medien
- Customer Experience
- Data Analytics und CRM
- Social-Media-Management

Design Thinking (Studienrichtung Medien und Design)

- Innovation
- Design Thinking
- Kommunikationsdesign und Semiotik
- Social-Media-Management
- Unternehmenskommunikation
- Digitale Medien
- Kultur und Kreativwirtschaft
- Touch Point Design

Alle Wahlmodule sind durchgängig mit 5 ECTS-Punkten ausgestattet. Nach wie vor fallen 50 der 90 während des Studiums zu erbringenden ECTS-Punkte auf Wahlmodule.

Neu sind nur die Module „Customer Experience“, „Data Analytics und CRM“ und „Social Media Management“ der Spezialisierung Marketing Analytics, „Sportmarketing“ der Spezialisierung Sportmarketing und „Kommunikationsdesign und Semiotik“ der Spezialisierung Design Thinking. Alle anderen Module bestanden bereits vorher.

Zwei Satzungen zur Änderung der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Open Media werden zurzeit vom Bayerischen Staatsministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst geprüft.

Weitere Informationen sind dem Hauptbericht zu entnehmen.

Bewertung:

Die neuen Spezialisierungen wurden sinnvoll konzipiert und fügen sich gut in das bereits bestehende Studienprogramm ein. Sie tragen den Bemühungen der Hochschule Rechnung, die persönlichen Interessen und Neigungen der Studierenden noch weiter in den Vordergrund zu stellen. Vor der Wahl der Module aus dem Wahlpflichtbereich werden die Studierenden hinsichtlich sinnvoll aufeinander aufbauender Module ausführlich gecoacht, damit der Aufbau des Studienganges auf die Qualifikationsziele ausgerichtet wird und sich ein sinnvolles Studienkonzept ergibt. Dieses Beratungskonzept wird von den Gutachtern als sehr sinnvoll erachtet.

Für die angepasste Studienganspezifische Studien- und Prüfungsordnung liegt zum jetzigen Zeitpunkt noch keine Rechtsprüfung vor, da sie derzeit noch vom Bayerischen Staatsministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst geprüft wird. Die Gutachter empfehlen daher, die Akkreditierung mit folgender **Auflage** zu verbinden:

Die Hochschule legt eine rechtskräftige Prüfungsordnung vor
(Rechtsquelle: Ziff. 2.5 der Regeln des Akkreditierungsrates).

3.2 Inhalte

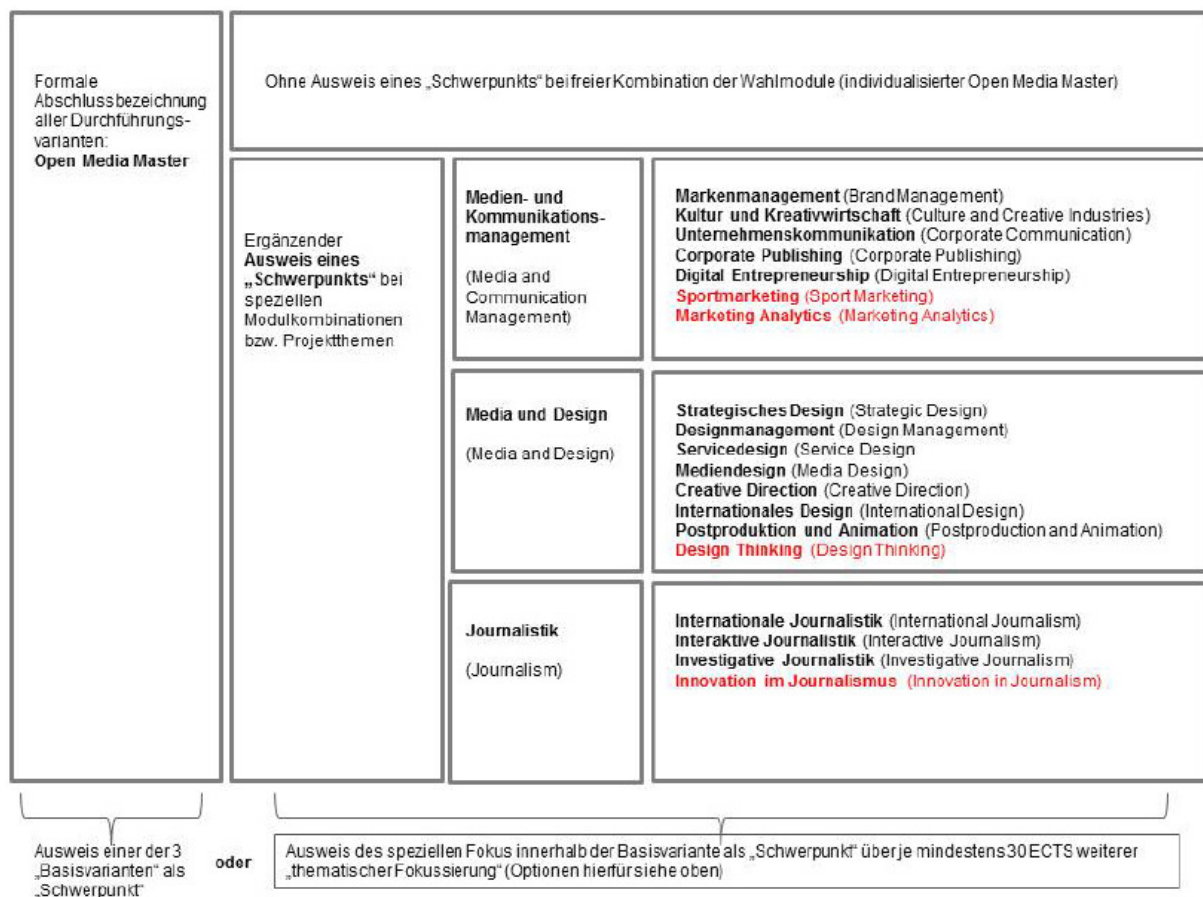
Mit der Einführung der drei neuen Spezialisierungen Marketing Analytics, Sportmarketing und Design Thinking möchte die Hochschule Macromedia die Vertiefungsangebote innerhalb des Studienganges erweitern. Im Zuge dieser Erweiterung wurde der Modulkatalog um vier neue Wahlmodule ergänzt. Ferner soll unter der neuen Bezeichnung „Innovation im Journalismus“ die vormalige Spezialisierung „Innovation und Entrepreneurship“ der Studienrichtung Journalistik klarer zuordenbar sein und damit in der Benennung präzisiert werden ohne inhaltliche Veränderungen im Curriculum vorzunehmen.

Der Modulkatalog des Open Media Masters enthält eine gewisse Anzahl neuer bzw. modifizierter Module, die in nachfolgender Übersicht im Einzelnen dargestellt sind:

Modulkategorie	Erläuterung der Modifikation
Pflichtmodulkomplex	
Pflichtmodule	<ul style="list-style-type: none"> Keinerlei Veränderung im Pflichtmodulkomplex Alle Inhalte und Bezeichnungen bleiben bestehen
Wahlmodulkomplex	
Wahlmodule „Medien und Kommunikationsmanagement“	<ul style="list-style-type: none"> Alle Altmodule bleiben erhalten Neue Module mit neuen Inhalten ergänzen des Angebot
	<ul style="list-style-type: none"> MA-OM-WA-MAN-10: Customer Experience (5 ECTS) Neues Modul mit neuen Inhalten
	<ul style="list-style-type: none"> MA-OM-WA-MAN-11: Data Analytics und CRM (5ECTS) Neues Modul mit neuen Inhalten
	<ul style="list-style-type: none"> MA-OM-WA-MAN-12: Social-Media-Management (5ECTS) Neues Modul mit neuen Inhalten
	<ul style="list-style-type: none"> MA-OM-WA-MAN-13: Sportmarketing (5ECTS) Neues Modul mit neuen Inhalten)
Wahlmodule „Design“	<ul style="list-style-type: none"> Alle Altmodule bleiben erhalten Ein neues Modul mit neuen Inhalten ergänzt das Angebot
	<ul style="list-style-type: none"> MA-OM-WA-DES-10: Kommunikationsdesign und Semiotik (5ECTS) Neues Modul mit neuen Inhalten
Wahlmodule „Journalistik“	<ul style="list-style-type: none"> Keinerlei Veränderung im Pflichtmodulkomplex Alle Inhalte bleiben bestehen

Aus dieser Übersicht geht hervor, dass sich das Gesamtportfolio möglicher Wahlmodule erweitert und den Studierenden damit neue Wahlmöglichkeiten eröffnet werden.

Neben dem individualisierten OMM können die Studierenden aus drei Basisvarianten wählen, die ihrerseits optional weiter thematisch fokussiert werden können (Beispiel: Schwerpunkt Medien- und Kommunikationsmanagement mit der weiteren Fokussierung Markenmanagement). Im Kontext des OMM sind damit drei verschiedene idealtypische Studienverläufe hinsichtlich der Modulwahl vorgesehen. Die nachfolgende Abbildung verdeutlicht das Konzept, die neuen Spezialisierungen sind hier farblich hervorgehoben:



Die drei idealtypischen Studienverläufe sehen also folgendermaßen aus:

- 1) Der individualisierte OMM. Hier kann die Modulwahl innerhalb der gesetzten (und unveränderten) Regeln nach individuellen Interessen und Vorkenntnissen durchgeführt werden.
- 2) Die Auswahl einer der drei Schwerpunkte („Medien- und Kommunikationsmanagement“, „Medien und Design“ und „Journalistik“), bei der Modulkombinationen angeboten werden, die in gewohnter Weise auf Anforderungen bestimmter Berufsfelder vorbereiten. Hierbei handelt es sich um die sogenannten Basisvarianten.
- 3) Eine weitere optionale Spezialisierung innerhalb einer Basisvariante durch thematische Fokussierung. Diese weiteren Spezialisierungen werden in der vorangegangenen Abbildung ausgewiesen. Der spezielle Fokus innerhalb einer Basisvariante muss mit mindestens 30 ECTS-Punkte ausgewiesen sein.

Bewertung:

Die Gutachter sind der Ansicht, dass das Curriculum logisch aufgebaut ist und in angemessener Weise den Zielen dieses Master-Studienganges entspricht. Die neuen bzw. modifizierten Module sind adäquat und plausibel beschrieben und geben die Spezialisierungen inhaltlich wider. Einzig bei der Spezialisierung „Design Thinking“ merken die Gutachter an, dass es innerhalb dieser Spezialisierung ein Modul mit gleichem Namen gibt. Da dies zu Missverständnissen bezüglich des Stellenwerts dieses Moduls innerhalb der Spezialisierung führen könnte, empfehlen die Gutachter die Inhalte und Qualifikationsziele des Moduls „Design Thinking“ im Rahmen der Modulbeschreibung von der Spezialisierungsrichtung gleichen Namens zu schärfen bzw. stärker abzugrenzen. In ihrer Stellungnahme hat die Hochschule dargelegt, dass sie diese Problematik künftig beachten möchte, in diesem speziellen Fall jedoch gerne bei der ursprünglichen Namensgebung bleiben würde.

Im Übrigen entspricht die Bewertung derjenigen im Hauptbericht

3.3 Überfachliche Qualifikationen

Die Einführung der drei neuen Spezialisierungen hat zu keiner Veränderung hinsichtlich der Vermittlung überfachlicher Qualifikationen geführt. Laut Aussage der Hochschule ist es nach wie vor der Pflichtbereich, der dem Anspruch einer allgemeinen Bildungskomponente und der Orientierung in dieser Welt gerecht wird.

Weitere Informationen sind dem Hauptbericht zu entnehmen.

Bewertung:

Die Bewertung entspricht derjenigen im Hauptbericht.

4 Ressourcen und Dienstleistungen

4.1 Lehrpersonal des Studienganges

Das für die neuen Spezialisierungen eingesetzte Lehrpersonal genügt in wissenschaftlicher und pädagogischer Hinsicht sowie bezüglich der Praxiserfahrung den Anforderungen, so die Hochschule Macromedia. Grundsätzlich erfolgt die Einstellung von Lehrpersonal an der Hochschule nach den Vorgaben des Bayerischen Hochschulpersonalgesetzes (BayH-SchPG). Dadurch ist auch gewährleistet, dass der überwiegende Teil der Lehraufgaben von hauptberuflich Lehrenden wahrgenommen wird.

Weitere Informationen sind dem Hauptbericht zu entnehmen.

Bewertung:

Die Gutachter haben sich bei der Durchsicht der Lebensläufe von den in den neuen Spezialisierungen Lehrenden davon überzeugen können, dass diese über die nötigen fachlichen Qualifikationen verfügen.

Die Bewertung entspricht derjenigen im Hauptbericht.

Beschluss der FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme

102. Sitzung am 24. März 2017

Projektnummer: 16/084
Hochschule: Macromedia, Hochschule für Medien und Kommunikation
Studiengänge: Medien- und Kommunikationsmanagement (M.A.)
Business Management (M.A.)
Design Management (M.A.)
(ehem. Open Media Master)

Die FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme beschließt im Auftrag der Stiftung zur Akkreditierung von Studiengängen in Deutschland wie folgt:

Die bestehende Akkreditierung des Studienganges wird gemäß Ziff. 3.1.2 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. 10. Dezember 2010 um die Umstrukturierung unter einer Auflage auf die Studiengänge Medien- und Kommunikationsmanagement (M.A.), Business Management (M.A.) und Design Management (M.A.) übertragen.

Akkreditierungszeitraum: Wintersemester 2013/14 bis Ende Wintersemester 2018/19

Auflage:

Die Hochschule legt rechtskräftige und rechtsgeprüfte Prüfungsordnungen vor.
(Rechtsquelle: Ziff. 2.5 der Regeln des Akkreditierungsrates).

Die Auflage erfüllt.

Beschluss der FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme am 24. März 2018.

Das Siegel des Akkreditierungsrates und das Qualitätssiegel der FIBAA werden vergeben.

Gutachten

Hochschule:

Macromedia

Hochschule für Medien und Kommunikation

Standorte: München, Berlin, Hamburg, Köln, Stuttgart

Master-Studiengänge:

Medien- und Kommunikationsmanagement

Business Management

Design Management

(ehem. Open Media Master)

Abschlussgrad:

Master of Arts

Datum des Vertragsschlusses:

31. Oktober 2011 (Antrag auf Erweiterung der Akkreditierung am 12. August 2016)

Datum der Einreichung der Unterlagen:

16. Dezember 2016

Datum der Begutachtung vor Ort (BvO):

Schriftverfahren

Akkreditierungsart:

Erweiterungs-Akkreditierung (Übertragung der Akkreditierung des Studienganges Open Media Master auf die drei aus ihm entstandenen Studiengänge Medien- und Kommunikationsmanagement, Business Management und Design Management)

Zuordnung der Studiengänge:

konsekutiv

Studiendauer:

3 Semester Vollzeit, 6 Semester Teilzeit

Studienform:

Vollzeit / Teilzeit

Dual/Joint Degree vorgesehen:

nein

Profiltyp:

nicht zugeordnet

Erstmaliger Start des Studienganges Open Media Master:

Wintersemester 2013/14

Erstmaliger Start der Studiengänge Medien- und Kommunikationsmanagement, Business Management und Design Management:

Wintersemester 2017/18

Aufnahmekapazität:

ca. 30 je Campus

Start zum:

Wintersemester

Zügigkeit (geplante Anzahl der parallel laufenden Jahrgänge):

Je 1 Zug

Studienanfängerzahl des Studienganges Open Media Master:

ca. 25 je Campus

Umfang der ECTS-Punkte des Studienganges:

90 ECTS-Punkte

Stunden (Workload) pro ECTS-Punkt:

30 Stunden

Betreuerin:

Elisabeth Rauch

Gutachter:**Prof. Dr. Tibor Kliment**

Rheinische Fachhochschule

Professor für Medienökonomie

Prof. Andreas Ken Lanig

Diploma Hochschule

Professor für Kommunikationsdesign und virtuelle Lehre

Zusammenfassung⁴

Bei der Bewertung wurden die Selbstdokumentation und die Stellungnahme der Hochschule vom 8. März 2017 berücksichtigt.

Die Studiengänge Medien- und Kommunikationsmanagement, Business Management und Design Management als Umstrukturierung des Studienganges „Open Media Master“ entsprechen mit einer Ausnahme den Strukturvorgaben der Kultusministerkonferenz (KMK), den Anforderungen des Akkreditierungsrates sowie den Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse. Die bestehende Akkreditierung kann daher von der Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA) unter einer Auflage erweitert werden.

Handlungsbedarf sehen die Gutachter bei den Studien- und Prüfungsordnungen. Daher empfehlen sie, die Akkreditierung mit folgender Auflage zu verbinden:

- Auflage
Die Hochschule legt rechtskräftige und rechtsgeprüfte Prüfungsordnungen vor.
(siehe Kapitel 3.1, Rechtsquelle: Ziff. 2.5 der Regeln des Akkreditierungsrates).

Die Erfüllung der Auflage ist bis zum 27. Dezember 2017 nachzuweisen.

Die Gutachter sind der Ansicht, dass die aufgezeigten Mängel innerhalb von neun Monaten behebbar sind, weshalb sie eine Akkreditierung unter Auflagen empfehlen (vgl. Abs. 3.1.2 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 10. Dezember 2010).

Die Gutachter sehen Weiterentwicklungspotenzial für die Studiengänge zu folgenden Aspekten und empfehlen:

- die designbezogenen Elemente stärker in der Studienrichtungsbeschreibung bzw. der Modulbeschreibung für die Studienrichtung „Smart City Design“ herauszuarbeiten (Studiengang Design Management, siehe Kapitel 1.2),
- die generischen Spezialisierungen der drei Studiengänge begrifflich abzusetzen (siehe Kapitel 3.1),
- die Literaturliste des Moduls „Globale Entwicklungen in Wirtschaft und Gesellschaft“ hinsichtlich ihrer Aktualität anzupassen. (siehe Kapitel 3.2)
- dass der thematische und inhaltliche Bezug der Fokusprojekte je nach Studienrichtung in den Modulbeschreibungen klarer definiert und dargestellt wird, um das Modul inhaltlich in die Studienrichtung einzuordnen. (siehe Kapitel 3.2)

Die ggf. getroffenen Maßnahmen der Hochschule zur Umsetzung der Empfehlungen sind im Rahmen einer allfälligen Re-Akkreditierung zu betrachten.

⁴ Lediglich zur Vereinfachung der Lesbarkeit des Gutachterberichtes erfolgt im Folgenden keine geschlechtsneutrale Differenzierung, sondern wird ausschließlich die männliche Form verwendet. Selbstverständlich ist seine Ausrichtung in jedem Fall geschlechtsunabhängig.

Darstellung und Bewertung im Einzelnen

5 Strategie und Ziele

5.1 Zielsetzungen der Studiengänge

Die inhaltliche Zielsetzung der neuen Master-Studiengänge bleibt laut der Hochschule unverändert wie bei dem alten Open Media Master. Die Studierenden erhalten die Möglichkeit das Studium auf die persönlichen Interessen, Präferenzen und Vorerfahrungen auszurichten. Diese Spezialisierung war bereits in dem alten Master-Studiengang möglich, jedoch war die abstrakte Studiengangsbezeichnung zusammen mit der Komplexität der unterschiedlichen Wahlmöglichkeiten auf Ebene der Spezialisierungen nicht ideal.

Weitere Informationen sind dem Hauptgutachten zu entnehmen.

Bewertung:

Die allgemeine Zielsetzung der Master-Studiengänge hat sich im Vergleich zu dem Open Media Master nicht geändert. Die von den Studierenden gewählte Vertiefungsrichtung wird durch die Umbenennung und Neustrukturierung nun auch in der Studiengangsbezeichnung sichtbar.

Die selektierten fachwissenschaftlichen Bezugsdisziplinen schaffen, nach Meinung der Gutachter, auf hinreichende Weise die Voraussetzungen für Interdisziplinarität der berufspraktischen Arbeit der Absolventen. Die Restrukturierung auf der Ebene der Studienrichtungen setzt dies plausibel um und bietet den Studierenden individualisierte Qualifikationen. Gleichzeitig bietet die beabsichtigte Straffung des Angebots in Studiengänge und -richtungen einen Gewinn an Orientierung für die Studierenden.

Im Übrigen entspricht die Bewertung derjenigen im Hauptgutachten.

	Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1. Ziele und Strategie					
1.1. Zielsetzungen des Studienganges					
1.1.1* Logik und Nachvollziehbarkeit der Zielsetzung des Studiengangskonzeptes			x		
1.1.2* Begründung der Abschlussbezeichnung			x		
1.1.3* Studiengangsprofil (nur relevant für Master-Studiengang in D)			x		
1.1.4* Studiengang und angestrebte Qualifikations- und Kompetenzziele			x		

5.2 Positionierung des Studiengänge

Die Positionierung der neuen Studiengänge ist laut der Hochschule unverändert geblieben. Das umfangreiche Angebot an Vertiefungsmöglichkeiten in Form von Studienrichtungen, das ein besonderes Merkmal des Studienangebots der Hochschule darstellt, trifft ebenfalls bei diesen Studiengängen zu. Sie werden mit einem eigenen Anteil im Curriculum ausgewiesen.

Weitere Informationen sind dem Hauptgutachten zu entnehmen

Bewertung:

Die Employability wird durch die komplex konzipierten interdisziplinären Bezüge in den Studienrichtungen dem in Zukunft zu erwartenden Kompetenzprofil an Medienmanagern innovativ Rechnung getragen. Gestützt wird dieser Eindruck der Gutachter durch den intensiven Austausch der Hochschule mit der unternehmerischen Praxis auf der Ebene von Kooperationen, Kuratorium und der Auswahl von Lehrenden, sowie aus den unternommenen Marktrecherchen.

Die neu etablierte Studienrichtung „Smart City Design“ des Studienganges Design Management nimmt Themen und Fragestellungen in den Blick, die traditionell von Fächern wie Stadtplanung, Architektur oder Regionalökonomie fokussiert werden. Insofern weicht dieses neue Angebot vom Profil der Hochschule, das traditionell stark auf die Bereiche Media, Management und Design fokussiert ist, ab. Die Gutachter empfehlen daher die designbezogenen Elemente stärker in der Studienrichtungsbeschreibung bzw. der Modulbeschreibung herauszuarbeiten. So stellt man ebenfalls eine stärkere Verbindung zwischen Studiengang und Studienrichtung her, die auf den ersten Blick nicht offensichtlich erscheint.

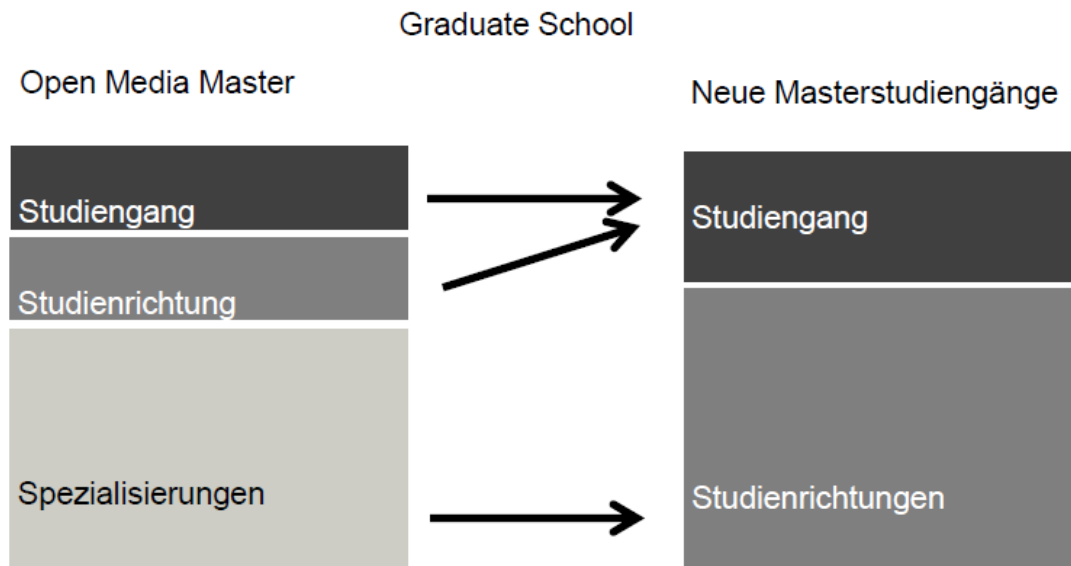
Im Übrigen entspricht die Bewertung derjenigen im Hauptgutachten.

	Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1.2 Positionierung des Studienganges					
1.2.1* Positionierung im Bildungsmarkt			x		
1.2.2* Positionierung im Arbeitsmarkt im Hinblick auf Beschäftigungsrelevanz („Employability“)			x		
1.2.3 Positionierung im strategischen Konzept der Hochschule			x		

3 Konzeption der Studiengänge

3.1 Struktur

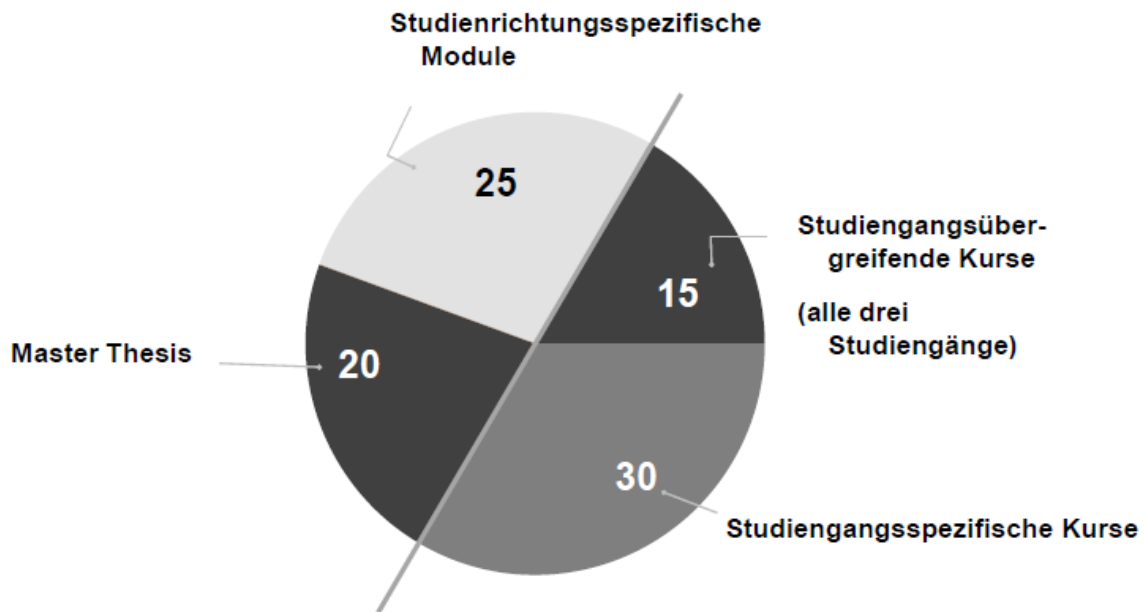
Der vorherige drei-stufige Open-Media-Master (Studiengang-Studienrichtung-Spezialisierung) wird auf ein zwei-stufiges Modell (Studiengang-Studienrichtung) angepasst. Die Änderung der Grundstruktur wird in der folgenden Abbildung dargestellt.



Auf der Ebene des Open Media Masters sind nun die drei neuen Studiengänge angesiedelt. Zum Teil waren diese vorher bereits als Studienrichtungen vorhanden. Aus ehemaligen Spezialisierungen sind Studienrichtungen entstanden.

45 der benötigten 90 ECTS-Punkte werden in Pflichtmodulen erbracht. Diese unterteilen sich in studiengangsübergreifende Module (15 ECTS-Punkte), die in allen drei Studiengängen belegt werden, und studiengangsspezifische Module (30 ECTS-Punkte). 25 ECTS-Punkte werden in Wahlpflichtmodulen in den Studienrichtungen erbracht. Das Modul „Master Thesis“ umfasst wie in dem alten Master-Studiengang 20 ECTS-Punkte und setzt sich aus der Masterarbeit und einer mündlichen Prüfung zusammen.

Alle Module umfassen 5 ECTS-Punkte oder ein Vielfaches davon.



Die neuen Studiengänge sind wie folgt strukturiert:

Studiengang: Medien und Kommunikationsmanagement	Studiengang: <u>Business Management</u>	Studiengang: Design Management
Studienrichtung: Medien- und Kommunikationsmanagement Brand Management Unternehmenskommunikation Digital Media Business Sportmarketing	Studienrichtung: Business Management Strategisches Marketing Marketing Analytics Digital Business Transformation <u>Luxus- und Fashion-Management</u>	Studienrichtung: Design Management Creative Direction Design Thinking Service Design <u>Smart City Design</u>

Medien- und Kommunikationsmanagement:

Alle Studienrichtungen waren bereits als Studienrichtung oder Spezialisierung in dem OMM enthalten.

Business Management:

Die Studiengangsbezeichnung ist neu und nicht aus einer vorher vorhandenen Studienrichtung oder Spezialisierung hervorgegangen.

Die Studienrichtung „Luxus- und Fashion-Management“ ist neu. Die anderen waren bereits als Studienrichtung oder Spezialisierung in dem OMM enthalten.

Design Management:

Die Vertiefung „Smart City Design“ ist neu. Die anderen waren bereits als Studienrichtung oder Spezialisierung in dem OMM enthalten.

Die Studien- und Prüfungsordnungen der drei neuen Master-Studiengänge liegen in einer nicht-amtlichen Gesamtausgabe vor.

Weitere Informationen sind dem Hauptgutachten zu entnehmen.

Bewertung:

In der Struktur des Studienganges ist das Verhältnis zwischen Kernfächern und Spezialisierungen angemessen gewichtet und dient der Realisierung der angestrebten Ziele.

Die Namensgleichheit zwischen den Studiengängen und ihren jeweiligen generischen Varianten im Rahmen der Spezialisierung erscheint den Gutachtern verwirrend. Speziell in der Außendarstellung scheint die Namensgleichheit von Studiengang und Spezialisierung unglücklich. Sie empfehlen daher, die generischen Spezialisierungen der drei Studiengänge begrifflich abzusetzen.

Die eingereichten Studienprüfungsordnungen liegen in nicht-amtlichen Fassungen vor und sind somit nicht rechtskräftig. Die Gutachter empfehlen daher folgende **Auflage**:

Die Hochschule legt rechtskräftige und rechtsgeprüfte Prüfungsordnungen vor.
(Rechtsquelle: Ziff. 2.5 der Regeln des Akkreditierungsrates).

Im Übrigen entspricht die Bewertung derjenigen im Hauptgutachten.

	Exzellent	Qualitäts- anforderung übertroffen	Qualitäts- anforderung erfüllt	Qualitäts- anforderung nicht erfüllt	Nicht rele- vant
3. Konzeption des Studienganges					
3.1 Struktur					
3.1.1* Struktureller Aufbau des Studienganges (Kernfächer / ggf. Spezialisierungen (Wahlpflichtfächer) / weitere Wahlmöglichkeiten / Praxiselemente			x		
3.1.2* Berücksichtigung des „European Credit Transfer and Accumulation Systeme (ECTS)“ und der Modularisierung			x		
3.1.3* Studien- und Prüfungsordnung				Auflage	
3.1.4* Studierbarkeit			x		

3.2 Inhalte

Die neue Aufteilung soll den Studierenden die Möglichkeit geben, neben einer generischen Studienrichtung auch aus vier weiteren spezialisierten Studienrichtungen wählen zu können. Die generischen Varianten können als „Basisvarianten“ angesehen werden, die jeweils allgemeine Module beinhalten und somit eine breite Orientierung im Bereich Medien und Kommunikation, Management und Design ermöglichen sollen.

Durch die weiteren Studienrichtungen kann sich der Studierenden für eine stärkere Spezialisierung und Fokussierung entscheiden.

Im Modulkatalog wurde zum größten Teil auf bereits vorhandene Module zurückgegriffen, die inhaltlich unverändert oder modifiziert übernommen worden sind.

Medien- und Kommunikationsmanagement:

Unverändert: 8 Module

Überarbeitet: 9 Module

Neuer Inhalt: 2 Module

- „Globale Entwicklungen in Wirtschaft und Gesellschaft“ (ein studiengangübergreifendes Modul)
- „Content Marketing und Transmedia Storytelling“ (ein studienrichtungsspezifisches Modul)

Studienablaufplan und Prüfungsregularien
MasterStudiengang: Medien- und Kommunikationsmanagement
Studienrichtung: generisch

Module	1. Semester							2. Semester							3. Semester							Prüfung	Teil-zeit
	SWS				LVS	SSZ	ECTS	SWS				LVS	SSZ	ECTS	SWS				LVS	SSZ	ECTS		
	ges.	V	S	Ü				ges.	V	S	Ü				ges.	V	S	Ü					
MA-MK-AL-MW1 ¹ Globale Entwicklungen in Wirtschaft und Gesellschaft	3		3		45	105	5															PA	1
MA-MK-AL-MW2 ² Statistik und Wirtschaftsmathematik	3	2		1	45	105	5															K	1
MA-MK-AL-PRO1 Interdisziplinäres Projekt	3		3		45	255	10															PA	2
MA-MK-MKM-VT1 ³ Kommunikationstheorien und -modelle	3		3		45	105	5															K	1
MA-MK-MKM-VT2 ⁴ Unternehmenskommunikation	3		3		45	105	5															m	2
MA-MK-AL-MW3 ⁵ Strategie- und Innovationsprozesse								3		3		45	105	5								PA	3
MA-MK-AL-MW4 Medienökonomie und -management								3	2		1	45	105	5								m	3
MA-MK-AL-MW5 ⁶ Rechnungs- und Finanzwesen								3	2		1	45	105	5								K	3
MA-MK-MKM-FOK Fokusprojekt								3		3		45	255	10								PA	4
MA-MK-MKM-VT3 ⁷ Marken und Markenführung								3		3		45	105	5								K	4
MA-MK-AL-MW6 ⁸ Führung und Entrepreneurship															3		3		45	105	5	m	5
MA-MK-AL-MW7 Medien- und Kommunikationsforschung															2		2		30	120	5	/	5
MA-MK-AL-MAT ⁹ Master Thesis															*				75	525	20	MA	6
Gesamt	15	2	12	1	225	675	30	15	4	9	2	225	675	30	5	0	5	0	150	750	30		
Insgesamt															35	6	26	3	600	2100	90		
<p>SWS = Semesterwochenstunden, LVS = Lehrveranstaltungsstunden, SSZ = Selbststudienzeit V = Vorlesung, S = Seminar, Ü = Übung, ges. = gesamt m = mündlich, PA = Projektarbeit, K = Klausur (Dauer: 90 Minuten), / = keine Prüfung (bestanden/nicht bestanden) * Individuelle Betreuung *Individuelle Betreuung * bestehend aus Masterarbeit (80%) und mündl. Prüfung (20%)</p>																							

^{1,5,8,9} Pflichtmodul in allen Masterstudiengängen, ²=MA-BM-AL-MW2, ³= MA-MK-BMT-VT1, MA-MK-CCO-VT1, ⁴=MA-MK-CCO-VT2⁵=MA-BM-AL-MW5 ⁷=MA-MK-BMT-VT3, MA-MK-SMT-VT3, MA-BM-STM-VT2, MA-BM-LFM-VT2

Studienablaufplan und Prüfungsregularien
 MasterStudiengang: Medien- und Kommunikationsmanagement
 Studienrichtung: Brandmanagement

Module	1. Semester							2. Semester							Prüfung	Teilzeit
	SWS				LVS	SSZ	ECTS	SWS				LVS	SSZ	ECTS		
	ges.	V	S	Ü				ges.	V	S	Ü					
MA-MK-BMT-VT1 ¹ Kommunikationstheorien und -modelle	3		3		45	105	5								K	1
MA-MK-BMT-VT2 ² Marketingstrategien	3		3		45	105	5								m	2
MA-MK-BMT-FOK Fokusprojekt								3			3	45	255	10	PA	4
MA-MK-BMT-VT3 ³ Marken und Markenführung								3		3		45	105	5	K	4
Total	6	0	6	0	90	210	10	6	0	3	3	90	360	15		

SWS = Semesterwochenstunden, LVS = Lehrveranstaltungsstunden, SSZ = Selbststudienzeit
 V = Vorlesung, S = Seminar, Ü = Übung, ges. = gesamt
 m = mündlich, PA = Projektarbeit, K = Klausur (Dauer: 90 Minuten) / = keine Prüfung (bestanden/nicht bestanden)

¹=MA-MK-MKM-VT1, ²= MA-MK-SMT-VT2, MA-BM-STM-VT1, MA-BM-MAN-VT1, MA-BM-LFM-VT1, ³=MA-MK-BMT-VT3, MA-MK-SMT-VT3, MA-BM-STM-VT2, MA-BM-LFM-VT2

Studienablaufplan und Prüfungsregularien
MasterStudiengang: Medien- und Kommunikationsmanagement
Studienrichtung: Corporate Communications

Module	1. Semester							2. Semester							Prüfung	Teil-zeit
	SWS				LVS	SSZ	ECTS	SWS				LVS	SSZ	ECTS		
	ges.	V	S	Ü				ges.	V	S	Ü					
MA-MK-CCO-VT1 ¹ Kommunikationstheorien und -modelle	3		3		45	105	5								K	1
MA-MK-CCO-VT2 ² Unternehmenskommunikation	3				45	105	5								m	2
MA-MK-COO-FOK Fokusprojekt								3		3		45	255	10	PA	4
MA-MK-CCO-VT3 Content Marketing und Transmedia Storytelling								3		3		45	105	5	K	4
Total	6	0	3	0	90	210	10	6	0	6	0	90	360	15		

SWS = Semesterwochenstunden, LVS = Lehrveranstaltungsstunden, SSZ = Selbststudienzeit
V = Vorlesung, S = Seminar, Ü = Übung, ges. = gesamt
m = mündlich, PA = Projektarbeit, K = Klausur (Dauer: 90 Minuten)

¹= MA-MK-MKM-VT1, MA-MK-BMT-VT1, ²=MA-MK-MKM-VT2

Studienablaufplan und Prüfungsregularien
MasterStudiengang: Medien- und Kommunikationsmanagement
Studienrichtung: Digital Media Business

Module	1. Semester							2. Semester							Prüfung	Teilzeit
	SWS				LVS	SSZ	ECTS	SWS				LVS	SSZ	ECTS		
	ges.	V	S	Ü				ges.	V	S	Ü					
MA-MK-DMB-VT1 Digitales Medienmanagement	3		3		45	105	5								m	1
MA-MK-DMB-VT2 ¹ Digital Transformation und Operations	3				45	105	5								K	2
MA-MK-DMB-FOK Fokusprojekt								3		3		45	255	10	PA	4
MA-MK-DMB-VT3 ² Social-Media-Management								3		3		45	105	5	K	4
Total	6	0	3	0	90	210	10	6	0	6	0	90	360	15		

SWS = Semesterwochenstunden, LVS = Lehrveranstaltungsstunden, SSZ = Selbststudienzeit
V = Vorlesung, S = Seminar, Ü = Übung, ges. = gesamt
m = mündlich, PA = Projektarbeit, K = Klausur (Dauer: 90 Minuten)

¹= MA-BM-DBT-VT2, MA-BM-BMT-VT2, MA-BM-DBT-VT2, MA-BM-DBT-VT2, ²= MA-BM-MAN-VT2

Studienablaufplan und Prüfungsregularien
MasterStudiengang: Medien- und Kommunikationsmanagement
Studienrichtung: Sportmarketing

Module	1. Semester							2. Semester							Prüfung	Teil-zeit
	SWS				LVS	SSZ	ECTS	SWS				LVS	SSZ	ECTS		
	ges.	V	S	Ü				ges.	V	S	Ü					
MA-MK-SMT-VT1 Vertiefung Sportmarketing	3		3		45	105	5								K	1
MA-MK-SMT-VT2 ¹ Marketingstrategien	3				45	105	5								m	2
MA-MK-SMT-FOK Fokusprojekt								3		3		45	255	10	PA	4
MA-MK-SMT-VT3 ² Marken und Markenführung								3		3		45	105	5	K	4
Total	6	0	3	0	90	210	10	6	0	6	0	90	360	15		

SWS = Semesterwochenstunden, LVS = Lehrveranstaltungsstunden, SSZ = Selbststudienzeit
V = Vorlesung, S = Seminar, Ü = Übung, ges. = gesamt
m = mündlich, PA = Projektarbeit, K = Klausur (Dauer: 90 Minuten)

¹= MA-MK-SMT-VT2, MA-BM-STM-VT1, MA-BM-MAN-VT1, MA-BM-LFM-VT1, ²=MA-MK-SMT-VT3, MA-MK-SMT-VT3, MA-BM-STM-VT2, MA-BM-LFM-VT2

Business Management:

Unverändert: 5 Module

Überarbeitet: 10 Module

Neuer Inhalt: 2 Module

- „Globale Entwicklungen in Wirtschaft und Gesellschaft“ (ein studiengangübergreifendes Modul)
- „Fashion and Luxury Business“ (ein studienrichtungsspezifisches Modul)

Module	1. Semester							2. Semester							3. Semester							Prüfung	Teil-zeit
	SWS				LVS	SSZ	ECTS	SWS				LVS	SSZ	ECTS	SWS				LVS	SSZ	ECTS		
	ges.	V	S	Ü				ges.	V	S	Ü				ges.	V	S	Ü					
MA-BM-AL-MW1 ¹ Globale Entwicklungen in Wirtschaft und Gesellschaft	3		3		45	105	5															PA	1
MA-BM-AL-MW2 ² Statistik und Wirtschaftsmathematik	3	2		1	45	105	5															K	1
MA-BM-AL-PRO1 Interdisziplinäres Projekt	3			3	45	255	10															PA	2
MA-BM-BMT-VT1 ³ Marketingstrategien	3		3		45	105	5															m	1
MA-BM-BMT-VT2 ⁴ Digital Transformation und Operations	3				45	105	5															K	2
MA-BM-AL-MW3 ⁵ Strategie- und Innovationsprozesse								3		3		45	105	5								PA	3
MA-BM-AL-MW4 Managementmodelle und -theorien								3		3		45	105	5								m	3
MA-BM-AL-MW5 ⁸ Rechnungs- und Finanzwesen								3	2		1	45	105	5								K	3
MA-BM-BMT-FOK Fokusprojekt								3			3	45	255	10								PA	4
MA-BM-BMT-VT3 ⁷ Business Intelligence und Analytics								3		3		45	105	5								K	4
MA-BM-AL-WM6 ⁸ Führung und Entrepreneurship															3		3		45	105	5	m	5
MA-BM-AL-WM7 Managementforschung															2		2		30	120	5	/	5
MA-BM-AL-MT ⁹ Master Thesis															*				75	525	20	MA*	6
Gesamt	15	2	6	4	225	675	30	15	2	9	4	225	675	30	5	0	5	0	150	750	30		
Insgesamt															35	4	20	8	600	2100	90		

SWS = Semesterwochenstunden, LVS = Lehrveranstaltungsstunden, SSZ = Selbststudienzeit
V = Vorlesung, S = Seminar, Ü = Übung, ges. = gesamt
m = mündlich, PA = Projektarbeit, K = Klausur (Dauer: 90 Minuten) / = keine Prüfung (bestanden/nicht bestanden)
* Individuelle Betreuung, * bestehend aus Masterarbeit (80%) und mündl. Prüfung (20%)

^{1,5, 8,9} Pflichtmodul in allen Masterstudiengängen, ² = MA-MK-AL-MW2 ³ = MA-BM-STM-VT1, MA-BM-MAN-VT1, MA-BM-LFM-VT1, MA-MK-BMT-VT2, MA-MK-SMT-VT2 ⁴ = MA-BM-DBT-VT2, MA-MK-DMB-VT2, ⁶ = MA-MK-AL-MW5, ⁷ = MA-BM-STM-VT3, MA-BM-MAN-VT3, MA-BM-DBT-VT3, MA-BM-DBT-VT3

Studienablaufplan und Prüfungsregularien
MasterStudiengang: Business Management
Studienrichtung: Strategisches Marketing

Module	1. Semester							2. Semester							Prüfung	Teil-zeit
	SWS				LVS	SSZ	ECTS	SWS				LVS	SSZ	ECTS		
	ges.	V	S	Ü				ges.	V	S	Ü					
MA-BM-STM-VT1 ¹ Marketingstrategien	3		3		45	105	5								m	1
MA-BM-STM-VT2 ² Marken und Markenführung	3		3		45	105	5								K	2
MA-BM-STM-FOK Fokusprojekt								3			3	45	255	10	PA	4
MA-BM-STM-VT3 ³ Business Intelligence und Analytics								3		3		45	105	5	K	4
Gesamt	6	0	6	0	90	210	10	6	0	3	3	90	360	15		

SWS = Semesterwochenstunden, LVS = Lehrveranstaltungsstunden, SSZ = Selbststudienzeit

V = Vorlesung, S = Seminar, Ü = Übung, ges. = gesamt

m = mündlich, PA = Projektarbeit, K = Klausur (Dauer: 90 Minuten)

¹= MA-BM-BMT-VT1, MA-BM-MAN-VT1, MA-BM-LFM-VT1, MA-MK-BMT-VT2, MA-MK-SMT-VT2, ²= MA-BM-LFM-VT2, MA-MK-BMT-VT3, MA-MK-SMT-VT3 ³= MA-BM-BMT-VT3, MA-BM-MAN-VT3, MA-BM-DBT-VT3, MA-BM-DBT-VT3

Studienablaufplan und Prüfungsregularien
MasterStudiengang: Business Management
Studienrichtung: Marketing Analytics

Module	1. Semester							2. Semester							Prüfung	Teilzeit
	SWS				LVS	SSZ	ECTS	SWS				LVS	SSZ	ECTS		
	ges.	V	S	Ü				ges.	V	S	Ü					
MA-BM-MAN-VT1 ¹ Marketingstrategien	3		3		45	105	5								m	1
MA-BM-MAN-VT2 ² Social-Media-Management	3		3		45	105	5								K	2
MA-BM-MAN-FOK Fokusprojekt								3			3	45	255	10	PA	4
MA-BM-MAN-VT3 ³ Business Intelligence und Analytics								3		3		45	105	5	K	4
Gesamt	6	0	6	0	90	210	10	6	0	3	3	90	360	15		

SWS = Semesterwochenstunden, LVS = Lehrveranstaltungsstunden, SSZ = Selbststudienzeit

V = Vorlesung, S = Seminar, Ü = Übung, ges. = gesamt

m = mündlich, PA = Projektarbeit, K = Klausur (Dauer: 90 Minuten)

¹= MA-BM-BMT-VT1, MA-BM-STM-VT1, MA-BM-LFM-VT1, MA-MK-BMT-VT2, MA-MK-SMT-VT2, ²= MA-MK-DMB-VT3, ³= MA-BM-BMT-VT3, MA-BM-STM-VT3, MA-BM-DBT-VT3, MA-BM-DBT-VT3

Studienablaufplan und Prüfungsregularien
MasterStudiengang: Business Management
Studienrichtung: Digital Business Transformation

Module	1. Semester							2. Semester							Prüfung	Teil-zeit
	SWS				LVS	SSZ	ECTS	SWS				LVS	SSZ	ECTS		
	ges.	V	S	Ü				ges.	V	S	Ü					
MA-BM-DBT-VT1 ¹ Digitales Medienmanagement	3		3		45	105	5								m	1
MA-BM-DBT-VT2 ² Digital Transformation und Operations	3				45	105	5								K	2
MA-BM-DBT-FOK Fokusprojekt								3			3	45	255	10	PA	4
MA-BM-DBT-VT3 ³ Business Intelligence und Analytics								3		3		45	105	5	K	4
Gesamt	6	0	3	0	90	210	10	6	0	3	3	90	360	15		

SWS = Semesterwochenstunden, LVS = Lehrveranstaltungsstunden, SSZ = Selbststudienzeit

V = Vorlesung, S = Seminar, Ü = Übung, ges. = gesamt

m = mündlich, PA = Projektarbeit, K = Klausur (Dauer: 90 Minuten)

¹=MA-MK-DMB-VT1, ²= MA-BM-BMT-VT2, MA-MK-DMB-VT2, ³= MA-BM-BMT-VT3, MA-BM-STM-VT3, MA-BM-MAN-VT3, MA-BM-DBT-VT3

Studienablaufplan und Prüfungsregularien
 MasterStudiengang: Business Management
 Studienrichtung: Luxury- and Fashion-Management

Module	1. Semester							2. Semester							Prüfung	Teil-zeit
	SWS				LVS	SSZ	ECTS	SWS				LVS	SSZ	ECTS		
	ges.	V	S	Ü				ges.	V	S	Ü					
MA-BM-LFM-VT1 ¹ Marketingstrategien	3		3		45	105	5								m	1
MA-BM-LFM-VT2 ² Marken und Markenführung	3		3		45	105	5								K	2
MA-BM-LFM-FOK Fokusprojekt								3			3	45	255	10	PA	4
MA-BM-LFM-VT3 Luxus- und Fashion-Business								3		3		45	105	5	PA	4
Gesamt	6	0	6	0	90	210	10	6	0	3	3	90	360	15		

SWS = Semesterwochenstunden, LVS = Lehrveranstaltungsstunden, SSZ = Selbststudienzeit
 V = Vorlesung, S = Seminar, Ü = Übung, ges. = gesamt
 m = mündlich, PA = Projektarbeit, K = Klausur (Dauer: 90 Minuten)

¹= MA-BM-BMT-VT1, MA-BM-MAN-VT1, MA-BM-STM-VT1, MA-MK-BMT-VT2, MA-MK-SMT-VT2 ²= 2 = MA-BM-STM-VT2, MA-MK-BMT-VT3, MA-MK-SMT-VT3

Design Management:

Unverändert: 7 Module

Überarbeitet: 9 Module

Neuer Inhalt: 6 Module

- „Globale Entwicklungen in Wirtschaft und Gesellschaft“ (ein studiengangübergreifendes Modul)
- „Urbane Strukturen und Konzepte“ (ein studienrichtungsspezifisches Modul)
- „Vertiefung Smart City Design“ (ein studienrichtungsspezifisches Modul)
- „Design und Management urbaner Services“ (ein studienrichtungsspezifisches Modul)
- „Kreatives Denken“ (ein studienrichtungsspezifisches Modul)
- „Management von Kreativteams“ (ein studienrichtungsspezifisches Modul)

Studienablaufplan und Prüfungsregularien
MasterStudiengang: Design Management
Studienrichtung: generisch

Module	1. Semester							2. Semester							3. Semester							Prüfung	Teil-zeit	
	SWS				LVS	SSZ	ECTS	SWS				LVS	SSZ	ECTS	SWS				LVS	SSZ	ECTS			
	ges.	V	S	Ü				ges.	V	S	Ü				ges.	V	S	Ü						
MA-DM-AL-MW1 ¹ Globale Entwicklungen in Wirtschaft und Gesellschaft	3		3		45	105	5																PA	1
MA-DM-AL-MW2 Design-Projektmanagement	3		3		45	105	5																K	1
MA-DM-AL-PRO1 Interdisziplinäres Projekt	3		3		45	255	10																PA	2
MA-DM-DMT-VT1 Vertiefung Design Management	3		3		45	105	5																m	1
MA-DM-DMT-VT2 Vertiefung Design Strategien	3		3		45	105	5																PA	2
MA-DM-AL-MW3 ² Strategie- und Innovationsprozesse								3		3		45	105	5									PA	3
MA-DM-AL-MW4 Designtheorie								3		3		45	105	5									m	3
MA-DM-AL-MW5 Wirkung und Wert von Design								3		2	1	45	105	5									K	3
MA-DM-DMT-FOK Fokusprojekt								3		3		45	255	10									PA	4
MA-DM-DMT-VT3 ³ Vertiefung HCD & UX Prinzipien und Methoden								3		2	1	45	105	5									K	4
MA-DM-AL-MW6 ⁸ Führung und Entrepreneurship															3		3		45	105	5	m	5	
MA-DM-AL-MW7 ¹⁰ Designforschung															2		2		30	120	5	/	5	
MA-DM-AL-MT Master Thesis															*				75	525	20	MA*	6	
Gesamt	15	0	15	0	225	675	30	15	0	13	2	225	675	30	5	0	5	0	150	750	30			
Insgesamt															35	0	33	2	600	2100	90			

SWS = Semesterwochenstunden, LVS = Lehrveranstaltungsstunden, SSZ = Selbststudienzeit
m = mündlich, PA = Projektarbeit, K = Klausur (Dauer: 90 Minuten) / = keine Prüfung (bestanden/nicht bestanden)
V = Vorlesung, S = Seminar, Ü = Übung, ges. = gesamt

*Individuelle Betreuung * bestehend aus Masterarbeit (80%) und mündl. Prüfung (20%)

^{1, 2, 4} Pflichtmodul in allen Masterstudiengängen, ³ = MA-DM-DMT-VT3, MA-DM-SDE-VT3

Studienablaufplan und Prüfungsregularien
MasterStudiengang: Design Management
Studienrichtung: Creative Direction

Module	1. Semester							2. Semester							Prüfung	Teil-zeit
	SWS				LVS	SSZ	ECTS	SWS				LVS	SSZ	ECTS		
	ges.	V	S	Ü				ges.	V	S	Ü					
MA-DM-CDI-VT1 Kreatives Denken	3		2	1	45	105	5								m	1
MA-DM-CDI-VT2 Marketing und Marken	3		3		45	105	5								PA	2
MA-DM-CDI-FOK Fokusprojekt								3		3		45	255	10	PA	4
MA-DM-CDI-VT3 Management von Kreativteams								3		2	1	45	105	5	PA	4
Gesamt	6	0	5	1	90	210	10	6	0	5	1	90	360	15		

SWS = Semesterwochenstunden, LVS = Lehrveranstaltungsstunden, SSZ = Selbststudienzeit
V = Vorlesung, S = Seminar, Ü = Übung, ges. = gesamt
m = mündlich, PA = Projektarbeit, K = Klausur (Dauer: 90 Minuten)

Studienablaufplan und Prüfungsregularien
MasterStudiengang: Design Management
Studienrichtung: Design Thinking

Module	1. Semester							2. Semester							Prüfung	Teil-zeit
	SWS				LVS	SSZ	ECTS	SWS				LVS	SSZ	ECTS		
	ges.	V	S	Ü				ges.	V	S	Ü					
MA-DM-DTH-VT1 Vertiefung Design Thinking	3		2	1	45	105	5								PA	1
MA-DM-DTH-VT2 Kommunikationsdesign & Semiotik	3		3		45	105	5								m	2
MA-DM-DTH-FOK Fokusprojekt								3		3		45	255	10	PA	4
MA-DM-DTH-VT3 ¹ Vertiefung HCD & UX Prinzipien und Methoden								3		2	1	45	105	5	K	4
Gesamt	6	0	5	1	90	210	10	6	0	5	1	90	210	15		

SWS = Semesterwochenstunden, LVS = Lehrveranstaltungsstunden, SSZ = Selbststudienzeit
V = Vorlesung, S = Seminar, Ü = Übung, ges. = gesamt
m = mündlich, PA = Projektarbeit, K = Klausur (Dauer: 90 Minuten)

¹= MA-DM-DMT-VT3, MA-DM-SDE-VT3

Studienablaufplan und Prüfungsregularien
MasterStudiengang: Design Management
Studienrichtung: Service Design

Module	1. Semester							2. Semester							Prüfung	Teil-zeit
	SWS				LVS	SSZ	ECTS	SWS				LVS	SSZ	ECTS		
	ges.	V	S	Ü				ges.	V	S	Ü					
MA-DM-SDE-VT1 Vertiefung Service Design	3		2	1	45	105	5								PA	1
MA-DM-SDE-VT2 CX/UX Touchpoint Design	3		3		45	105	5								m	2
MA-DM-SDE-FOK Fokusprojekt								3		3		45	255	10	PA	4
MA-DM-SDE-VT3 Vertiefung HCS & UX Prinzipien und Methoden								3		2	1	45	105	5	K	4
Gesamt	6	0	5	1	90	210	10	6	0	5	1	90	360	15		

SWS = Semesterwochenstunden, LVS = Lehrveranstaltungsstunden, SSZ = Selbststudienzeit

V = Vorlesung, S = Seminar, Ü = Übung, ges. = gesamt

m = mündlich, PA = Projektarbeit, K = Klausur (Dauer: 90 Minuten)

¹=MA-DM-DMT-VT3, MA-DM-DTH-VT3

Studienablaufplan und Prüfungsregularien
 MasterStudiengang: Design Management
 Studienrichtung: Smart City Design

Module	1. Semester							2. Semester							Prüfung	Teil-zeit
	SWS				LVS	SSZ	ECTS	SWS				LVS	SSZ	ECTS		
	ges.	V	S	Ü				ges.	V	S	Ü					
MA-DM-SCD-VT1 Urbane Strukturen und Konzepte	3	3			45	105	5								m	1
MA-DM-SCD-VT2 Vertiefung Smart City Design	3		2	1	45	105	5								PA	2
MA-DM-SCD-FOK Fokusprojekt								3		3		45	255	10	PA	4
MA-DM-SCD--VT3 Design und Management urbaner Services								3	2		1	45	105	5	PA	4
Gesamt	6	3	2	1	90	210	10	6	2	3	1	90	360	15		

SWS = Semesterwochenstunden, LVS = Lehrveranstaltungsstunden, SSZ = Selbststudienzeit
 V = Vorlesung, S = Seminar, Ü = Übung, ges. = gesamt
 m = mündlich, PA = Projektarbeit, K = Klausur (Dauer: 90 Minuten)

Weitere Informationen sind dem Hauptgutachten zu entnehmen.

Bewertung:

Das Curriculum trägt den Zielen der Studiengänge angemessen Rechnung. Die Module sind inhaltlich ausgewogen angelegt und in der Reihenfolge und Anordnung sinnvoll miteinander verknüpft. Sie sind auf Qualifikations- und Kompetenzentwicklung ausgerichtet. Die Learning Outcomes entsprechen den jeweils im nationalen Qualifikationsrahmen vorgesehenen Kompetenzen und Fähigkeiten.

Die Studiengangskonzeption zeichnet sich aufgrund der Wahlmöglichkeiten und Projektorientierung durch ausgeprägte Offenheit und Flexibilität aus. Ein inhaltlicher Rahmen wird jedoch gewahrt. Die thematische Verklammerung wird durch die studiengangsübergreifenden und studiengangsspezifischen Kurse in ausreichender Weise gewährleistet.

Die Modulbeschreibung zu dem neuen Modul „Globale Entwicklungen in Wirtschaft und Gesellschaft“ enthält nach Aussage der Gutachter überwiegend ältere Literatur. Sie empfehlen daher, die Literaturliste hinsichtlich ihrer Aktualität anzupassen.

Die Gutachter gehen davon aus, dass das Modul „Fokusprojekt“ inhaltlich eine Verbindung zwischen gewählter Studienrichtung und Studiengang herstellt. In den Modulbeschreibungen ist dies jedoch nicht ausführlich beschrieben. Sie empfehlen daher, dass der thematische und inhaltliche Bezug der Fokusprojekte je nach Studienrichtung in den Modulbeschreibungen klarer definiert und dargestellt wird, um das Modul inhaltlich in die Studienrichtung einzuordnen.

Im Übrigen entspricht die Bewertung derjenigen im Hauptgutachten.

	Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.2 Inhalte					
3.2.1* Logik und konzeptionelle Geschlossenheit des Curriculums			x		
3.2.2 Fachliche Angebote in Kernfächern			x		
3.2.3 Fachliche Angebote in Spezialisierungen (Wahlpflichtfächer)			x		
3.2.4 Fachliche Angebote in den Wahlmöglichkeiten der Studierenden (falls zutreffend)			x		
3.2.5 Integration von Theorie und Praxis			x		
3.2.6 Interdisziplinarität			x		
3.2.7* Methoden und wissenschaftliches Arbeiten			x		
3.2.8* Wissenschaftsbasierte Lehre			x		
3.2.9* Prüfungsleistungen			x		
3.2.10* Abschlussarbeit			x		

4 Ressourcen und Dienstleistungen

4.1 Lehrpersonal der Studiengänge

Das für die neuen Spezialisierungen eingesetzte Lehrpersonal genügt in wissenschaftlicher und pädagogischer Hinsicht sowie bezüglich der Praxiserfahrung den Anforderungen, so die Hochschule. Grundsätzlich erfolgt die Einstellung von Lehrpersonal an der Hochschule nach den Vorgaben des Bayerischen Hochschulpersonalgesetzes (BayHSchPG). Dadurch ist auch gewährleistet, dass der überwiegende Teil der Lehraufgaben von hauptberuflich Lehrenden wahrgenommen wird.

Die Studierenden der Master-Studiengänge Medien- und Kommunikationsmanagement, Business Management und Design Management werden zahlreiche Module gemeinsam besuchen, wodurch sich bezüglich der Lehre nur wenig durch die Restrukturierung ändert, sodass hier laut der Hochschule kaum zusätzliches Personal erforderlich sein wird. Einzig für die neuen Studienrichtungen „Luxury- und Fashion-Management“ und „Smart City Design“ wird ein geringfügig höheres Lehrvolumen vonnöten sein.

Weitere Informationen sind dem Hauptgutachten zu entnehmen.

Bewertung:

Das Lehrpersonal verfügt nach Ansicht der Gutachter über ein adäquates wissenschaftliches und pädagogisches Qualifikationsniveau sowie die notwendige Praxiserfahrung. Gestützt wird dieser Eindruck durch die häufig anzutreffende Führungserfahrung in renommierten Unternehmen, die Internationalität und die ausgezeichneten Praxiskontakte der Dozenten.

Im Übrigen entspricht die Bewertung derjenigen im Hauptgutachten.

	Exzellent	Qualitäts- anforderung übertrifft	Qualitäts- anforderung erfüllt	Qualitäts- anforderung nicht erfüllt	Nicht rele- vant
4. Ressourcen und Dienstleistungen					
4.1 Lehrpersonal des Studienganges					
4.1.1* Struktur und Anzahl des Lehrpersonals in Bezug auf die curricularen Anforderungen			x		
4.1.2* Wissenschaftliche Qualifikation des Lehrpersonals			x		
4.1.3* Pädagogische / didaktische Qualifikation des Lehrpersonals			x		
4.1.4 Praxiskenntnisse des Lehrpersonals			x		
4.1.5 Interne Kooperation			x		
4.1.6* Betreuung der Studierenden durch Lehrpersonal			x		