

Qualitätsbericht

I. Kurzprofil des Studiengangs

Studiengangsbezeichnung	Medien und Kommunikation
Abschlussgrad	Master of Arts (M.A.)
Anzahl ECTS	120
Regelstudienzeit	4 Semester
Studiengangsleiter	Prof. Dr. Marcus S. Kleiner
Gutachtergruppe	Prof. Dr. Thomas Wilke, Pädagogische Hochschule Ludwigsburg (Fachexperte) Heike van Geel, SAP (Praxisexpertin) Dr. Stefanie Schöler, Psychologin (Didaktikexpertin) Loreen Kaiser, Technische Universität Braunschweig (Studentische Gutachterin)
Hauptunterrichtssprache	Deutsch
Studienformat	<input checked="" type="checkbox"/> Vollzeit <input type="checkbox"/> Teilzeit
Besonderer Profilanpruch	berufsbegleitender Studiengang dualer Studiengang Fernstudiengang weiterbildender Studiengang Intensivstudiengang <input checked="" type="checkbox"/> keiner
Kurzprofil des Studienganges	<p>Im Masterstudiengang Medien und Kommunikation M.A. lernen die Studierenden, Medienformate, Events und Kampagnen strategisch zu entwickeln, künstlerische und kulturelle Projekte kreativ umzusetzen, Ideenprozesse zu steuern, Kreativteams systemisch zu begleiten und die globale Kreativwirtschaft interdisziplinär zu diskutieren sowie forschend zu verstehen.</p> <p>Sie entwickeln hierbei ein feines Gespür für Medien-, Kommunikations- und Erlebnistrends sowie für das Publikum und tauchen ein in Themen, wie z.B. Brand Experience, Human-Centred Design, Ausstellungsgestaltung/Szenographie, kreatives Schreiben in digitaler Gegenwart, Medienästhetik, Formatentwicklung und Entrepreneurship.</p> <p>In vielfältigen Projekten erproben sich die Studierenden als Teamplayer und lernen die Regeln von agilem Leadership, Co-Creation und zukunftsorientierter Zusammenarbeit kennen. In zusätzlichen interdisziplinären Workshops bekommen sie das spezifische Handwerk aus der Medien-Konzeption und Live-Kommunikation an die Hand, angefangen bei Präsentationstechniken für erfolgreiche Kundenauftritte, über die Grundregeln der Interaktion, Dramaturgie, Inszenierung und Medialisierung von Markenbotschaften. Der Master in Medien und Kommunikation B.A. eröffnet den Studierenden breiten Zugang zu internationalen, kreativen Medien- und Wirtschaftsfeldern, u.a. in den Branchen Werbung, Marketing und PR, Events, Konzerte und Festivals, Galerien und Theater u.v.m.</p>

II. Bewertung der externen Beteiligten

Erfüllung formaler und fachlich-inhaltlicher Kriterien nach	Formale Kriterien erfüllt	Fachlich-inhaltliche Kriterien <input checked="" type="checkbox"/> erfüllt
	<input checked="" type="checkbox"/> Nicht erfüllt	Nicht erfüllt

§3- §10 und §11- §20 StAkkVO bzw. BlnStudAkkV	
Bewertung	<p>Die nachvollziehbare Darstellung der ausgewogenen und differenzierten Vermittlung der Fach-, Methoden-, Selbst, und Sozialkompetenzen wird gelobt. Über alle Module hinweg würden zudem die entsprechenden fachspezifischen Kompetenzen vermittelt. Es werde eine starke und kompetenzorientierte Ausrichtung zu späteren Berufsfeldern mit differenzierten Praxisanwendungen deutlich. Da die für ein erfolgreiches Studium als nötig erachteten Befähigungen wie Kreativität zusätzlich im Auswahlverfahren überprüft werden, halten die Gutachter*innen das Zulassungsverfahren für geeignet, um die Qualifikation der Studierenden zu sichern. Nach Aussage der Gutachter*innen verdeutliche das Modulhandbuch überzeugend, dass die Studiengangsinhalte aufeinander aufbauen, dass sie miteinander verzahnt sind und die Möglichkeit zu interdisziplinären Arbeiten geben, dass sich zudem Lern- und Lehrformen abwechseln und auch Prüfungsleistungen kompetenzorientiert und abwechslungsreich gestaltet sind.</p> <p>Die Gutachter*innen meinen, dass der der Forschungsbezug im Studienverlauf der vier Semester deutlich zu erkennen sei, indem unterschiedliche Module zuerst Theorie- und Methodenbausteine grundlegen. Diese würden dann im weiteren Verlauf vertieft, differenziert und erweitert. Der Workload im Studium wird von den Studierenden als angemessen dargestellt. Die Studierenden fühlen sich in allen fachlichen Belangen gut betreut. Die aussagekräftigen Modulhandbücher werden von den Gutachter*innen im Wesentlichen als große Hilfe für einen planbaren Studienverlauf angesehen. Die Gutachter*innen sind der Ansicht, es steht ausreichend gut qualifiziertes Lehrpersonal akademischer und praktischer Expertise für die ordnungsgemäße Durchführung des Studiengangs zur Verfügung. Es wird jedoch auferlegt, die Modulverantwortlichkeiten zu teilen, zumal es andere haupt-amtlich Lehrende gebe.</p> <p>Die implementierten Instrumente der Qualitätssicherung werden angewendet. Zudem stellen die Gutachter*innen fest, dass in den begutachteten Studiengängen lehrpersonenabhängig weitere Maßnahmen wie Feedbackgespräche, Modulevaluationen usw. ergriffen werden. Die Studierenden loben, dass eigene Anregungen und Vorschläge gehört und aufgenommen werden.</p>
Auflagen Ergriffene Maßnahmen	<p>Verweis auf jeweiligen § in der MRVO</p> <p>§ 7 MRVO Die Modulverantwortlichkeiten müssen aufgeteilt werden.</p>

III. Prozess der Siegelvergabe und Turnus der internen Evaluation/Akkreditierung

Prozess der Siegelvergabe Reakkreditierung	<p>Der durch den Verein Quality Network of Higher Education e.V. koordinierte Prozess der Siegelvergabe umfasst im Wesentlichen folgende Prozessschritte:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Antrag auf Reakkreditierung, Erstellung eines Zeitplans 2. Bestellung der Gutachter*innengruppe 3. Prüfung der Unterlagen und Formalprüfung 4. Virtuelle oder Vor-Ort-Begutachtung 5. Erstellung und Versand des Bewertungsberichts 6. Entscheidung der Akkreditierungskommission auf Basis der Ergebnisse der externen Evaluation und der Formalprüfung 7. Annahme der Entscheidung durch die Hochschulleitung 8. Vergabe des Siegels des Akkreditierungsrats
Turnus der internen Evaluation / Akkreditierung	<p>Akkreditierung: 8 Jahre Qualitätsanalyse: 2 Jahre</p>