

Akkreditierungsbericht

Masterstudiengang „Public Relations“

Fachbereich Medien

Begehung am 22.01.2016

Externe Gutachtergruppe:

Herr Reinhardt Hassenstein	Leiter Fachbereich Kommunikation, Sparkassen- und Giroverband für Schleswig-Holstein
Prof. Dr. Karl-Martin Obermeier	Westfälische Hochschule Gelsenkirchen Recklinghausen Bocholt
Prof. Dr. Wolfgang Schweiger	Universität Hohenheim

Für das Qualitätsmanagement der FH Kiel:

Dipl. Soz.-Wiss. Uta Amann	Qualitätsbeauftragte
----------------------------	----------------------

Für das Präsidium der FH Kiel:

Prof. Dr. Wolfgang Huhn	Vizepräsident
Dr. Andre Rieck	Leitung Qualitätsmanagement

Für den Fachbereich Medien der FH Kiel:

Prof- Dr. Christian Hauck	Studiengangsleitung, Studieninhalte
Prof. Dr. Hochscherf	Prodekan, Beauftragter für Studium. Lehre und Prüfungen
Prof. Dr. Jörn Radtke	Lehrender im Studiengang „Journalismus und Medienwirtschaft“
Frau Steffi Richter	Geschäftsführung
Prof. Dr. Bernd Vesper	Dekan, Studienorganisation

Inhaltsverzeichnis

I. Formale Angaben	3
II. Qualifikationsziele	5
III. Qualifizierungsprozess	9
IV. Ressourcen	17
Personal	17
Individuelle Betreuung und Beratung der Studierenden	18
V. Beschluss des Präsidiums	21
Empfehlungen	21

I. Formale Angaben

Die Bezeichnung des weiterbildenden **Masterstudiengangs** lautet „**Public Relations**“. Der Studiengang ist als stärker anwendungsorientiertes berufsbegleitendes **sechssemestriges Studium** konzipiert. Der verliehene Abschlussgrad lautet **Master of Arts**.

Charakteristisch für dieses berufsbegleitende Studienkonzept ist die enge Verzahnung der praktischen Arbeit in Unternehmen der Medien- und Kommunikationsbranche mit einem akademischen Studium auf Masterniveau. Der vorliegende Studiengang stützt sich dabei auf Erfahrungen mit dem weiterbildenden berufsbegleitenden Masterstudiengang „Journalismus und Medienwirtschaft“, der seit dem Wintersemester 2010/11 am Fachbereich Medien angeboten wird und ebenfalls das Konzept der engen Verzahnung von beruflicher Tätigkeit mit akademischem Studium verfolgt. Gewährleistet wird diese dadurch, dass die Studierenden dieses Studiengangs parallel zum Studium ein Volontariat in Medienhäusern durchlaufen, dessen Inhalte auf den Studienverlauf angepasst sind und zum Teil als Studienleistung anerkannt werden. Diese Studienstruktur ist Vorbild für den neuen Master Studiengang „Public Relations“, Die Studierenden arbeiten in Partnerunternehmen der Hochschule und setzen ihr im Studium erlerntes Wissen unmittelbar um.

Die inhaltliche Nähe zum Studiengang „Journalismus und Medienwirtschaft“ erlaubt es, von den zehn Lehrmodulen des Studiums fünf in beiden Studiengängen identisch anzubieten.

Die Diversifikation dieses Studiengangskonzepts hin zu einem Angebot für das Berufsfeld Public Relations gründet darin, dass der Arbeitsmarkt für professionell organisierte Kommunikation seit längerem von Verschiebungen zu Lasten des traditionellen Journalismus hin zu Berufen im Bereich Public Relations/Öffentlichkeitsarbeit gekennzeichnet ist. Auch wenn genaue Zahlen aufgrund des nicht geregelten Berufszuganges nicht vorliegen, gehen Branchenverbände davon aus, dass die Zahl der Beschäftigten im Bereich Public Relations die Zahl der Beschäftigten im Journalismus inzwischen deutlich übersteigt. Während in den USA, Großbritannien und auch in Schweden weiterbildende MA-Programme im Bereich Public Relations schon seit Jahren etabliert

sind, haben staatliche Hochschulen in Deutschland bislang so gut wie gar nicht mit eigenen Fortbildungsangeboten auf diese Entwicklung reagiert und überlassen dieses Feld ausländischen oder privaten Institutionen.

Hier positioniert sich die Fachhochschule Kiel mit ihrem Masterprogramm „Public Relations“ als eine der ersten staatlichen Hochschulen bundesweit in diesem Bereich.

Die Programmverantwortlichen erläutern die Hintergründe für die Konzeption des Studiengangs. Die Gutachter erkennen die dargelegten Gründe für die Konzeption des Studienganges als grundsätzlich nachvollziehbar an, bemerken aber zugleich, dass es keinen zwingenden Begründungszusammenhang zwischen dem Abbau klassischer journalistischer Arbeitsfelder und dem Aufwuchs im Bereich „Public Relations“ geben müsse.

Hinsichtlich des **Profils** erläutern die Programmverantwortlichen den Anwendungsbezug und den konzeptorientierten Ansatz des Studiengangs. Die Einordnung als stärker anwendungsorientiert wird grundsätzlich als gerechtfertigt betrachtet. Die Gutachter halten das vorgelegte Studiengangskonzept für grundsätzlich begründet, gut strukturiert, fundiert und schlüssig entwickelt.

Die Regelstudienzeit beträgt **6 Semester** mit insgesamt **120 LP**. Erstmalig soll der Studiengang zum **Wintersemester 2016/17** gestartet werden. Eine Aufnahme von Studierenden erfolgt sowohl im **Winter- als auch im Sommersemester**. Der Studiengang ist für **20 Studierende pro Studienjahr** ausgelegt.

Die Angaben zu Regelstudienzeit und Studienbeginn werden ohne weitere Anmerkungen zur Kenntnis genommen. Ein Gutachter empfiehlt allerdings, hinsichtlich der Zielzahlen vorab einen Mechanismus zur Beschränkung der Zulassungszahlen zu definieren und eine Obergrenze für die Anzahl der Studienplätze festzulegen. Die Angaben fließen in die Gesamtbewertung ein.

II. Qualifikationsziele

Der Masterstudiengang „Public Relations“ ist ein postgraduales, weiterbildendes, stark anwendungsorientiert ausgerichtetes Studienprogramm mit einem Umfang von 120 Leistungspunkten, das Studierende berufsbegleitend absolvieren. Als solches setzt es für den Zugang einen ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschluss mit mindestens 180 Leistungspunkten voraus. Die Bewerberinnen und Bewerber haben damit bereits nachgewiesen, dass sie über ein breites und integriertes Wissen und Verstehen der wissenschaftlichen Grundlagen ihrer jeweiligen Fachdisziplinen verfügen. Das Programm richtet sich an Berufstätige in Unternehmen, Agenturen und anderen Organisationen, die in der Medienwirtschaft oder in angrenzenden Bereichen der Kommunikationsbranche tätig sind.

Als berufsbegleitendes Studienprogramm zielt der geplante Masterstudiengang „Public Relations“ auf die Verknüpfung und den Abgleich der aktuellen Praxiserfahrungen der Studierenden aus verschiedenen Organisationen und Tätigkeitsbereichen der Medien- und Kommunikationsbranche mit den wissenschaftlichen und interdisziplinär angelegten theoretischen Lehrmodulen des Studiengangs. Das Studienprogramm dient der Vertiefung praxisrelevanter Themen und deren kritischen Reflexion vor dem Hintergrund aktueller Forschung in einem sich schnell wandelnden Arbeitsumfeld.

Das Studium zielt auf die stetige Reflexion von Theorie und Praxis durch die Bearbeitung von Fallstudien, Projekten und konkreten Aufgabenstellungen aus der eigenen Berufspraxis der Studierenden, die sich in den Praxismodulen abbildet. Der Berufs- und Anwendungsbezug wird personell durch den Einsatz von qualifizierten Lehrbeauftragten sowie durch die Mitwirkung des Fachbeirats an der kontinuierlichen Aktualisierung der Inhalte unterstützt. Das interdisziplinär angelegte und praxisorientierte Masterprogramm ist so konzipiert, dass es die Aufgaben im Berufsfeld der Public Relations wissenschaftlich erschließt, Spezialisierungen ermöglicht und auf die Übernahme von Führungsaufgaben vorbereitet.

Laut Selbstbericht des Fachbereichs sollen die Absolventinnen und Absolventen des Masterstudienganges „Public Relations“ zu qualifizierten, kritischen

und ideenreichen Kommunikatoren ausgebildet werden, die neben einem fundierten Fachwissen und allgemeinen sozialen und kommunikativen Kompetenzen bereits über weitgehende Erfahrung in einem professionellen Arbeitsumfeld verfügen. Sie sind somit qualifiziert, Schlüssel- und Führungspositionen im Kommunikationsmanagement von nationalen und internationalen Unternehmen und Organisationen einzunehmen. Da das Berufsfeld Public Relations heute in ganz besonderem Maße durch internationale Branchenstrukturen und vielfältige interkulturell diversifizierte Herausforderungen gekennzeichnet ist, werden von Führungsverantwortlichen in diesem Bereich dementsprechende Kompetenzen sowohl in Hinblick auf das eigene Arbeitsumfeld als auch in Hinblick auf die von Anspruchsgruppen formulierten Aufgabenstellungen erwartet. Der MA-Studiengang „Public Relations“ ist darauf ausgerichtet, Studierenden internationale Entwicklungen des technologischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Branchenumfeldes zu vermitteln und sie mit der aktuellen, zumeist ebenfalls international generierten Forschung vertraut zu machen. Um dies zu gewährleisten, erweitert das Masterstudium „Public Relations“ das Wissen, Verstehen und Können der Studierenden im Bereich der Organisationskommunikation und den angrenzenden Wissens- und Tätigkeitsfeldern. Neben der Kenntnis wichtiger kommunikationswissenschaftlicher Entwicklungen, Medientheorie und deren Anwendung, erfahren die Studierenden die Notwendigkeit, die eigene Public Relations-Arbeit auch vor dem Hintergrund ethischer Prinzipien, wie zum Beispiel des „Deutschen Kommunikationskodex“, zu hinterfragen und zu reflektieren.

Die **Ziele der einzelnen Module** sind im Modulhandbuch verankert. Das Modulhandbuch steht den relevanten Interessenträgern — insbesondere Studierenden und Lehrenden — zu Beginn jeden Semesters in seiner jeweils aktuellen Fassung zur Verfügung und wird über die Internet-Seite des Studiengangs zugänglich gemacht. Seine laufende Aktualisierung erfolgt entsprechend der aktuellen Forschung und angepasst an Branchenentwicklungen in enger Abstimmung mit dem am Fachbereich etablierten Fachbeirat für Public Relations.

Die Ziele der einzelnen Module sind durchgängig kompetenzorientiert formuliert. Aus inhaltlicher Sicht werden die in den schriftlichen Unterlagen und in den Gesprächen dargestellten Studienziele und Lernergebnisse von den Gutachtern als angemessen eingestuft. Damit korrespondieren sie ihrer Einschätzung nach auch mit der Niveaustufe 7 des „Deutschen Qualifikationsrahmens (DQR)“. Mit den Qualifikationszielen werden sowohl die Bereiche „wissenschaftliche Befähigung“ und „Befähigung, eine qualifizierte Beschäftigung aufzunehmen“, als auch die „Befähigung zum zivilgesellschaftlichen Engagement und Persönlichkeitsentwicklung“ abgedeckt. Die genannten Studienziele und Lernergebnisse dienen als Referenz für die Bewertung der curricularen Ausgestaltung des Studiengangs.

Die Gutachter empfehlen zur Schärfung der Außendarstellung des Studiengangs das Masterniveau des Studienprogramms plakativ herauszustellen auch im Hinblick auf einschlägige Angebote privater Hochschulen.

Der **Bedarf** für das Angebot des Studiengangs ergibt sich dem Selbstbericht zufolge durch die tiefgreifenden Veränderungen der Medienlandschaft in den letzten Jahren. Durch die neuen Medien haben sich die Anforderungen an die Unternehmenskommunikation stark verändert. Insbesondere durch die zu beobachtende Medienkonvergenz und die zahlreichen Kommunikationskanäle der sozialen Netzwerke im Internet sind für Unternehmen, Behörden und Institutionen umfassende integrierte Kommunikationskonzepte erforderlich, die diese Medienkanäle gezielt bedienen. Die dazu notwendigen Planungen und Überlegungen werden zunehmend zur Managementfunktion und gehen über das traditionelle Maß der Public Relation hinaus. Die Unternehmen benötigen somit Nachwuchskräfte, die über Methoden- und Fachkompetenz auf Masterniveau verfügen sowie leitende, konzeptionelle Tätigkeiten übernehmen können.

Unter diesen Rahmenbedingungen erreichen den Fachbereich Medien laut Selbstauskunft zunehmend Anfragen nach einem weiterbildenden berufs begleitenden Studiengang im Bereich Public Relations. Die Mitglieder des Beirats des Bachelorstudiengangs „Öffentlichkeit und Unternehmenskommunikation“

haben die Notwendigkeit eines solchen Studiengangs auf Ihrer Mai-Sitzung 2015 diskutiert und gaben entsprechende Anregungen. Diese Nachfrage wird gestützt durch die Deutsche Public Relations Gesellschaft e.V., welche ebenfalls den Bedarf nach einem anwendungsorientierten berufsbegleitenden Kommunikationsstudium sieht.

Der Fachbereich Medien verfügt über sehr gute Erfahrungen und eine hohe Reputation in der Zusammenarbeit mit externen Partnern. Neben den besonders stark ausgeprägten Projektkooperationen im Bereich seiner grundständigen Studiengänge ist hier vor allem die vertraglich institutionalisierte und auf Dauer angelegte Kooperation mit journalistischen Medienunternehmen im Rahmen des berufsbegleitenden MA-Studienganges „Journalismus und Medienwirtschaft“ zu nennen. Zudem birgt die enge Verzahnung des Fachbereichs mit dem Fachbeirat Public Relations (s.o.) große Potenziale nicht nur für die anwendungsbezogene Forschung und Entwicklung, sondern auch für die beruflichen Chancen der Studierenden in der Kommunikationsbranche.

Die Begründung für das Angebot des Studiengangs ist im Hinblick auf die Positionierung der Absolventinnen und Absolventen auf dem Arbeitsmarkt sowie unter Berücksichtigung internationaler und nationaler Entwicklungen in der Kommunikationsbranche gut nachvollziehbar. Die Hochschulleitung der FH Kiel, die sich in ihrer Zielvereinbarung mit dem Land verpflichtet hat, Angebote im Bereich weiterbildender Studiengänge zu entwickeln, sichert dem Fachbereich zu, den geplanten Studiengang auch bei zunächst möglicherweise geringer Nachfrage zu unterstützen

Die Gutachter nehmen die Ausführung der Studiengangsverantwortlichen zu den bewährten und engen Kooperationsbeziehungen sowohl mit externen Partnern aus der Medien- und Kommunikationsbranche als auch mit berufsständischen Vereinigungen wohlwollend zur Kenntnis. Der institutionalisierte Austausch mit der Praxis gewährleistet ein Studienprogramm, das die aktuellen Entwicklungen aufnimmt und in einem wissenschaftlichen Kontext reflektiert.

III. Qualifizierungsprozess

Die **Zugangs- und Zulassungsvoraussetzungen** sind in der Prüfungsordnung verankert. Die Zulassungsvoraussetzungen für den Studiengang sind ein erstes erfolgreich abgeschlossenes berufsqualifizierendes Studium (Bachelorabschluss, Masterabschluss, Diplom) mit mindestens 180 LP, der Nachweis berufspraktischer Erfahrungen von in der Regel einem Jahr gemäß § 58 Abs. 2 HSG sowie der Nachweis eines Beschäftigungsverhältnisses im Bereich der Organisationskommunikation. Eine auf Dauer angelegte freiberufliche oder ehrenamtliche Tätigkeit im Bereich des Kommunikationsmanagements kann das Erfordernis eines festen Beschäftigungsverhältnisses ersetzen, sofern diese geeignet ist, die Erreichung der Lehr- und Lernziele der Praxismodule zu gewährleisten.

Auch müssen englische Sprachkenntnissen mindestens der Niveaustufe B2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen (GER) nachgewiesen werden.

Die Zulassungsvoraussetzungen erscheinen im Hinblick auf die Ausbildungsziele und -inhalte als angemessen und als geeignet, für die zugelassenen Studierenden einen zügigen Abschluss des Studiums und die Erreichung der Ausbildungsziele auf dem jeweils angestrebten Abschluss entsprechenden Niveau zu gewährleisten.

Das **Curriculum** ist modular aufgebaut. Die auf drei Jahre angelegte Studienstruktur mit ihren Kombinationen aus **Online- und Präsenzlehre** sowie aus **Lehr- und Praxismodulen** folgt, laut Selbstbericht des Fachbereichs, exakt der Struktur des seit 2010 am Fachbereich Medien erfolgreich etablierten berufsbegleitenden MA-Studiengang „Journalismus und Medienwirtschaft“. Entsprechend den hier gemachten positiven Erfahrungen werden in den ersten fünf Semestern jeweils **zwei Lehrmodule** und ein **Praxismodul** absolviert. Der überwiegende Anteil des Studiums findet online – via Internet – statt. Von den üblichen 6 SWS eines Präsenzstudiums (bei 18 Wochen Vorlesungszeit pro Stu-

dienhalbjahr sind dies 81 Stunden) in einem Modul mit 6 LP finden ca. 75% der Lehre internetbasiert statt. Dies bedeutet, dass pro Lehrmodul 2 Präsenztage und ein Prüfungstag durchgeführt werden.

Zu Beginn eines **Lehrmoduls** eignen sich die Studierenden das nötige Basiswissen in der Regel durch Literaturstudium und das Studium der Skripte und Veröffentlichungen des Moduldozenten oder der Moduldozentin an. Die Lehrinhalte werden von dem Dozenten/der Dozentin des Moduls eingegrenzt und strukturiert und den Studierenden in Form von Lehrbriefen, Literaturhinweisen, Skripten und Übungsaufgaben über das Lehr- und Lernsystem der Fachhochschule Kiel online zur Verfügung gestellt. Eine Lerneinheit (Lehrbrief) umfasst einen Bearbeitungszeitraum von zwei Wochen. Ein Lehrmodul besteht aus drei Lernpaketen mit je drei, also insgesamt neun Lerneinheiten.

Die Studierenden werden bei ihrem Lernprozess durch Onlinekommunikation und -diskussion mit dem Dozenten oder der Dozentin unterstützt.

Die **Fernlehrzeit** besteht aus Selbststudium, Projektarbeit in den Unternehmen sowie aus internetbasierten Diskussionen, die durch den Moduldozenten oder die Moduldozentin begleitet werden. Die Dozentinnen oder Dozenten stellen fachspezifische Aufgaben und geben Rat und Anregungen zur Lösung der jeweiligen Modulziele.

Nach jeweils drei Lerneinheiten findet eine **Präsenzphase** statt, in der das bisher Gelernte mit dem Dozenten oder der Dozentin und den Kommilitonen und Kommilitoninnen reflektiert und die anschließenden Lerneinheiten vorbereitet werden. Die Präsenzphasen werden an Wochenenden zusammengefasst, um die Ausfallzeiten der Studierenden in Unternehmen minimal zu halten sowie die zeitlichen und finanziellen Aufwände für die Anreise an einen zentralen Ort zu begrenzen. Pro Semester gibt es drei Präsenzphasen. Die Präsenzphasen können durch Workshops, fachbezogene Vorträge oder Diskussionen unter Einbeziehung von namhaften Personen der Medienbranche ergänzt werden.

Am Ende eines Lehrmoduls erfolgt eine dritte Präsenzphase, in der in der Regel eine mündliche oder schriftliche Prüfung abgelegt wird oder ein Projekt-

bericht als Prüfungsleistung vom Moduldozenten oder der Moduldozentin entgegengenommen wird.

Die Lehrmodule der ersten Semester orientieren sich stärker an der Praxis und legen gemeinsame Grundlagen für alle Studierenden, deren fachliches Wissen bei Studienbeginn in der Regel heterogen ist. Diese Wissensbasis wird im Folgenden durch stärker theoriebetonte Lehrinhalte weiterentwickelt und im jeweiligen Praxismodul reflektiert.

Während des Studiums wird sukzessive mehr Wert auf Selbstständigkeit bei der Erarbeitung neuer Themen gelegt: Stehen in den ersten Semestern konkrete Projekte und Anwendungen im Vordergrund, so werden diese in den folgenden Semestern durch allgemeinere Fragestellungen und Themenkomplexe ersetzt. Um Zusammenhänge und Kontexte zu verdeutlichen, werden die Lehrmodule inhaltlich in drei Lehrgebieten zusammengefasst:

Lehrgebiet	Lehrmodule
Lehrgebiet I: Public Relations	• Public Relations Grundlagen • Public Relations Aufgabenfelder • Public Relations Konzeption • Public Relations Evaluation • Public Relations Integrative Konzepte
Lehrgebiet II: Kommunikationskompetenz	• Kommunikationskompetenz Schreiben • Kommunikationskompetenz Online • Kommunikationskompetenz Bild und Gestaltung
Lehrgebiet III: Normativer und gesellschaftlicher Kontext	• Medien- und Kommunikationswissenschaft • Recht und Ethik

Die angebotenen Module des Lehrgebiets I sind ausschließlich für die Studierenden dieses Studienprogramms vorgesehen. Die Lehrmodule der Lehrgebiete II und III sind in den Studiengang „Public Relations“ integrierte bestehende Module des berufsbegleitenden MA-Studiengangs „Journalismus und Medienwirtschaft“ (JMW), die bei entsprechender Nachfrage kapazitär erweitert werden können. Fachlich bietet die studiengangübergreifende Konzeption im

Bereich der Schlüsselkompetenzen für Studierende des PR- und des JMW-Studienprogramms die Möglichkeit, die sich gegenseitig beeinflussenden Bereiche Public Relations und Journalismus im gemeinsamen Diskurs zu reflektieren und so die Denkweise der jeweils anderen Seite kennenlernen. Intention des Fachbereichs ist hier, durch diese Verschränkung der beiden Studiengänge im Bereich der Schlüsselqualifikationen indirekt auch zur Verbesserung der fachlichen Qualifikationen beizutragen und somit die beruflichen Chancen der Studierenden zu erhöhen.

Das **Praxismodul** besteht aus betreuter Arbeit im beruflichen Feld der Studierenden, ebenfalls kombiniert mit drei Präsenzphasen. Hier werden die Themen der Lehrmodule des entsprechenden Semesters in praktischer Umsetzung erprobt, vertieft und verzahnt. Dadurch verbindet das Studium auf stringente Weise Theorie und Praxis der Public Relations.

Der berufspraktische Studienteil wird im Rahmen der Tätigkeit der Studierenden in den Unternehmen durchgeführt. Die Inhalte orientieren sich an den Lehrinhalten und an den beruflichen Aufgaben der Studierenden und müssen die Studieninhalte in sinnvoller Weise ergänzen bzw. in sinnvollem Bezug zu diesen stehen. Ziele der berufspraktischen Tätigkeit sind die Anwendung der im Studium erworbenen Kenntnisse auf betriebliche Problemstellungen und/oder der Erwerb fachspezifischer Fertigkeiten und Kenntnisse sowie das fachspezifische praktische Heranführen an Arbeiten und Aufgaben aus dem künftigen beruflichen Tätigkeitsfeld. Außerdem wird durch den berufspraktischen Studienteil der unmittelbare Praxisbezug der Lehre unterstützt, in dem Fragestellungen aus dem Berufsalltag in die Lehrmodule einbezogen werden.

Der berufspraktische Studienteil gliedert sich in Praxismodule in denen in den ersten 5 Studienhalbjahren jeweils 8 LP erworben werden. Jedes Modul wird von einem Dozenten oder einer Dozentin betreut und mit einem Bericht abgeschlossen. Der Nachweis über die Anerkennung des Berichtes über den berufspraktischen Studienteil wird durch die betreuende Lehrkraft ausgestellt.

Der Arbeitgeber unterstützt die Durchführung der Praxismodule indem er, gemeinsam mit der betreuenden Lehrkraft der Fachhochschule praxisrelevante

qualifizierte Fragestellungen erarbeitet und die Studierenden mit den zur Ausarbeitung erforderlichen betrieblichen Informationen versorgt. Der Aufgabenbereich des berufspraktischen Studienteils kann Anknüpfungspunkt für die Bearbeitung der Master-Thesis sein. Die als Projekte ausgestalteten Praxismodule werden von Hochschullehrinnen und Hochschullehrern ggf. in Zusammenarbeit mit externen Fachleuten betreut. Durch die intensive Betreuung der Praxismodule durch prüfungsberechtigte Dozentinnen und Dozenten ist das akademische Niveau durchgängig gesichert.

Die Themenwahl der **Masterthesis** erfolgt durch die Dozentinnen und Dozenten des Studiengangs in Absprache mit Kooperationspartnern und Studierenden.

Das Studienprogramm besteht ausschließlich aus **Pflichtmodulen**. Es besteht jedoch die Möglichkeit, zusätzlich zu den Pflichtmodulen das Wahlpflichtangebot der Fachhochschule Kiel wahrzunehmen (z. B. Sprachkurse, Kameralehrgang etc.).

Das vorliegende Curriculum korrespondiert weitgehend mit den vorgenannten Studienzielen und fördert deren Umsetzung. In dem Curriculum werden sowohl Fachwissen und fachübergreifendes Wissen als auch methodische und generische Kompetenzen vermittelt.

Die Gutachter empfehlen, dass das Studienprogramm noch stärker, als bislang vorgesehen, „handwerkliche“ Kommunikationskompetenz vermitteln sollte mit dem Ziel, die Studierenden „mikrofon- und kamerafest“ zu machen. Auf Angebote wie „Reden, Präsentieren, Überzeugen“ und eine Schreibwerkstatt („Text Lab“), die die Schreibkompetenz der Studierenden stärkt, sollte Wert gelegt werden. Auch ein Angebot zum „Datenjournalismus“ sollte entwickelt werden. Ein Modul „Dateninterpretation und Datenpräsentation“ in dem es darum gehen sollte, das Verstehen und Bewerten von Studienergebnissen und Statistiken zu lernen, würde das Curriculum sinnvoll anreichern.

Die eingesetzten Lehr- und Lernformen fördern das Erreichen der Studienziele. Grundsätzlich sind die im Rahmen des didaktischen Konzepts eingesetzten Lehrmethoden geeignet, die Studienziele umzusetzen. Die Praxisanteile leis-

ten einen wesentlichen Beitrag zur Förderung der jeweiligen Studienziele, insbesondere auf dem Gebiet der berufsorientierten Kompetenzen. Darüber hinaus werden die formalen Kriterien für die Leistungspunktevergabe erfüllt. Der studentische Arbeitsaufwand ist mit 30 Stunden pro Leistungspunkt angemessen in Leistungspunkten ausgedrückt. Leistungspunkte werden ausschließlich für individuell überprüfte Leistungen vergeben. Auch die Kriterien für die Modularisierung werden erfüllt, da die Module thematisch und zeitlich abgerundete, in sich abgeschlossene und mit Leistungspunkten versehene abprüfbare Einheiten bilden. Die Beschreibungen der Modulziele sind durchgängig an Lernergebnissen orientiert und berücksichtigen die gesamte Breite der angestrebten Lernergebnisse einschließlich der Schlüsselkompetenzen. Für jedes Modul werden Prüfungsformen und ihre Gewichtung bei der Bildung der Modulnote ausgewiesen. Die Anerkennungspraxis auswärtig erbrachter Studienleistung entspricht den europäischen Standards wie sie in der Lissabon-Konvention festgelegt sind.

Für den MA-Studiengang „Public Relations“ wird ein akademischer Studiengangleiter bestellt, der für alle organisatorischen und grundsätzlichen inhaltlichen Fragen zuständig ist. Jedes Modul wird von einem oder einer Modulverantwortlichen betreut, der oder die für die ordnungsgemäße Durchführung der Lehre und der Prüfungen sorgt. Er oder sie stimmen die Lehrinhalte zwischen den Dozentinnen und Dozenten für den Fall ab, dass mehrere Personen an der Lehre in einem Modul beteiligt sind.

Jeweils zu Beginn des Studienganges findet eine ausführliche fachliche Einführungsveranstaltung statt, in der folgende Themen behandelt werden:

- Einführung in die Struktur, den Aufbau und den Ablauf des Studiums,
- Einführung in die Studien- und Prüfungsordnung,
- Einführung in das Lehr- und Lernmanagementsystem der Fachhochschule Kiel,

- Feststellung des Kenntnisstandes der Studienanfänger bezüglich der fachspezifischen Inhalte des Studiums und Festlegung der Maßnahmen zur Kompensation eventueller Defizite,
- Wahl der individuellen Tutoren und Tutorinnen der Studierenden aus dem Kreise der Dozentinnen und Dozenten des Studiengangs.

Zu Beginn des Studiums wird jedem Studierenden ein persönlicher Tutor oder eine persönliche Tutorin aus dem Kreis der Dozentinnen und Dozenten zugeteilt. Dieser steht ihm während des gesamten Studiums in allen organisatorischen und inhaltlichen Fragen zur Seite.

Die **Studien- und Prüfungsordnungen** für den Masterstudiengang **liegen als Entwurf vor. Zudem gilt die übergreifende Prüfungsverfahrensordnung** der Fachhochschule Kiel in ihrer jeweils gültigen Fassung, sofern sie auf den als Fernstudium konzipierten Studiengang Anwendung findet. **Die Ordnungen** legen Regelstudienzeiten, Studienaufbau und -umfang, Studienverlauf, Voraussetzungen, Prüfungsleistungen, Anzahl der Semesterwochenstunden u. ä. fest. Die Möglichkeit der Anerkennung von extern erbrachten Leistungen ist vorgesehen. Die Vergabe eines **Diploma Supplement** ist in der Prüfungsverfahrensordnung der FH Kiel geregelt. Studienorganisation und Modularisierung entsprechen der seit 2010 bewährten Praxis des MA-Studiengangs „Journalismus und Medienwirtschaft“. Module wurden so gestaltet, dass sie einerseits die maximale Arbeitsbelastung von 20 Stunden pro Woche nicht überschreiten, andererseits wurden Themenkomplexe so aufgeteilt, dass sie mit einer identischen Arbeitsleistung abgeschlossen werden können. Bei einem berufsbegleitenden Studium mit hohen Fernlehranteilen ist es notwendig, eine ausgewogene und gleichbleibende Arbeitsbelastung zu gewährleisten. Bei der Planung des Curriculums lagen Erfahrungswerte über die zu erwartende Arbeitsbelastung aus den bisherigen Studiengängen sowie Einschätzungen von Fachvertretern zu Grunde.

Die Lehrmodule sehen als **Prüfungsleistung** themenabhängig Klausur, Vorlage, Hausarbeit, Referat, Projekt oder mündliche Prüfung vor. Die Prüfungssprache ist Deutsch. Die **Prüfungsorganisation** ist im Selbstbericht des Fachbereichs

erläutert und in den vorliegenden Ordnungen festgeschrieben. Schriftliche und mündliche Prüfungen werden während der Präsenzphasen abgenommen, schriftliche Ausarbeitungen der Studierenden werden über das Lehr- und Lernmanagementsystem der Fachhochschule Kiel eingereicht. Zu Beginn eines jeden Semesters legt die oder der Prüfungsausschussvorsitzende die Zeitpunkte für die Prüfungen nach Absprache in der Dozentenbesprechung fest. Dadurch wird sichergestellt, dass es für die Studierenden nicht zu unzumutbaren Häufungen von Prüfungen kommt. Die Prüfungstermine werden unmittelbar nach Festlegung auf der Lehr- und Lernmanagementplattform der Fachhochschule Kiel bekannt gegeben. Zu Beginn eines jeden Semesters finden Wiederholungsprüfungen für die Prüfung des vorausgegangenen Semesters statt.

Die Praxismodule werden durch eine Mappen Vorlage mit Präsentation abgeschlossen, in der die Studierenden ihre Fähigkeit zur kritischen Reflektion ihrer Arbeit im beruflichen Kontext vor dem Hintergrund der vermittelten wissenschaftlichen Inhalte des Semesters nachweisen.

Die Abschlussarbeiten werden in der Regel mit einem verpflichtenden Kolloquium abgeschlossen. Nicht bestandene Prüfungen können innerhalb eines Jahres zweimal wiederholt werden.

Die Absolventinnen und aktuell Studierenden des Studiengangs „Journalismus und Medienwirtschaft“ bestätigen, dass die Prüfungsorganisation aus ihrer Sicht geeignet ist, einen zügigen Abschluss des Studiums zu fördern. Entsprechend werden die vorgesehenen Prüfungsformen und die Prüfungsorganisation als angemessen und gut geeignet bewertet, die Studierbarkeit und das Erreichen der Studienziele im Rahmen der Regelstudienzeit zu erreichen.

Die Prüfungen werden durch das Prüfungsamt des Fachbereichs Medien organisiert und unterliegen der Aufsicht des Prüfungsausschusses des Fachbereichs Medien.

Die vorliegenden Dokumente werden seitens der Gutachter akzeptierend zur Kenntnis genommen.

IV. Ressourcen

Personal

Es werden jährlich 20 Studierende aufgenommen. Bedingt durch das Konzept eines privat finanzierten berufsbegleitenden Studiengangs, der durch die Forschungs- und Entwicklungszentrum Fachhochschule Kiel GmbH administriert wird, findet die Lehre durch Professoren und Professorinnen der Fachhochschule Kiel sowie weiterer Lehrkräfte des Fachbereichs Medien komplett im Nebenamt statt. Lehrkräfte der Fachhochschule Kiel verfügen über entsprechende Nebentätigkeitsgenehmigungen für die Lehre im Studiengang „Public Relations“. Der Fachbereich hält eine unbefristete Professur für angewandte Publizistik mit dem Schwerpunkt Public Relations vor. Eine weitere unbefristete Professur für Kommunikationsmanagement und PR-Evaluation ist neu geschaffen worden und wird zum Sommersemester 2016 besetzt. Der Lehrkörper des Fachbereichs wird ergänzt durch Lehrkräfte für besondere Aufgaben mit speziellen Expertisen im Bereich Public Relations sowie durch akademisch und berufspraktisch einschlägig qualifizierte Lehrbeauftragte. Der Studiengang wird vollständig durch die laut Satzung erhobenen Studiengebühren finanziert. Diese Summe wird durch das Forschungs- und Entwicklungszentrum Fachhochschule Kiel verwaltet. Das Budget unterliegt keiner Bindung durch Titelgruppen der öffentlichen Haushalte, sondern kann sowohl für Personal-, Sach- und Investitionsmittel eingesetzt werden. Die Kosten für die Nutzung der Labore, weiterer Räumlichkeiten, Dienstleistungen und Gerätschaften des Fachbereichs Medien werden im Innenverhältnis zwischen Fachhochschule Kiel und der Forschungs- und Entwicklungszentrum Fachhochschule Kiel GmbH verrechnet. Da auf die bestehende Infrastruktur des Studiengang Journalismus und Medienwirtschaft zurückgegriffen werden kann, sind lediglich die zusätzlichen Aufwendungen für fünf neue Module und die Kosten für Werbung zu finanzieren. Bei einer voraussichtlichen Studiengebühr von ca. 8000,00 Euro pro Jahr wären diese Kosten bereits mit drei Studierenden gedeckt.

Die **Ausstattung mit Personalressourcen** wird als ausreichend für die Gewährleistung des vorliegenden Studienangebots, für eine angemessene Betreuung der Studierenden und für die fachliche Weiterentwicklung des Studiengangs angesehen.

Die fachlichen und didaktischen Fähigkeiten der Dozentinnen und Dozenten in sind adäquat, um den Studiengang erfolgreich durchzuführen.

In Bezug auf die **räumliche und technische Ausstattung** zur Unterstützung von Studium und Lehre verfügt der Fachbereich Medien über die notwendige technische und organisatorische Ausstattung zur Vermittlung anwendungsorientierter Inhalte. Dies gilt insbesondere für den Zugang zu onlinegestützten Recherchertools, wissenschaftlichen Zeitschriften, mehreren gut ausgestatteten Fachbibliotheken am Standort Kiel sowie Anwendungsprogrammen mit entsprechender Hardware. Des Weiteren sind Labore mit aktuellen Display- und Interfacetechnologien, Studios, Hörsäle und Seminarräume vorhanden. Es wird mit der Lehr- und Lernplattform der Fachhochschule Kiel gearbeitet, die auf dem Softwarepaket Moodle basiert. Diese wird unterstützt durch das Zentrum für IT-Dienstleistungen der Fachhochschule Kiel sowie durch die Systemadministratorin des Fachbereiches. Eine Schulung für die Nutzung der Lehr- und Lernplattform findet in der Einführungsveranstaltung des Studiengangs statt und wird bei Bedarf in den Präsenzphasen erweitert und aufgefrischt.

Die räumliche und die sächliche Ausstattung werden grundsätzlich als hinreichend geeignet bewertet, um den zu akkreditierenden Studiengang erfolgreich durchzuführen.

Individuelle Betreuung und Beratung der Studierenden

Die Studierenden haben folgende Kontaktmöglichkeiten zu den Dozentinnen und Dozenten:

Die Dozentinnen und Dozenten der Lernmodule kommunizieren mit den Studierenden über das Lehr- und Lernmanagementsystem der Fachhochschule

Kiel sowie über E-Mail und Telefon. Sie verpflichten sich, während der Bearbeitungszeit der von ihnen betreuten Lernmodule auf E-Mail und Forenbeiträge innerhalb von 24 Stunden zu antworten sowie zu einem festgelegten Zeitpunkt telefonisch und im Internet erreichbar zu sein (Sprechstunde). Während der Präsenzphasen sind die Dozentinnen und Dozenten des vorausgegangenen Lernpakets sowie die Betreuerinnen und Betreuer der Praxismodule anwesend.

Zur Förderung von Menschen mit Behinderung, Studierenden in besonderen Lebenslagen sowie Studierenden mit spezifischem sozialem Hintergrund gibt es spezielle Ansprechpartner an der FH Kiel (z. B. die Vertrauensperson für Schwerbehinderte) sowie Förderprogramme innerhalb der Zentralen Studienberatung. Lehrende orientieren sich an der „Handreichung für Lehrende an der Fachhochschule Kiel“. Die aktive Umsetzung der geltenden gesetzlichen und satzungsrechtlichen Normen zum Nachteilsausgleich obliegt am Fachbereich Medien dem Prüfungsausschuss.

Für die Beratung, Betreuung und Unterstützung der Studierenden stehen angemessene Ressourcen zur Verfügung. Die Förderung der Chancengleichheit ist institutionalisiert. Weiterhin werden die Belange von Studierenden mit Behinderung berücksichtigt. Ein Anspruch auf Nachteilsausgleich für behinderte Studierende hinsichtlich zeitlicher und formaler Vorgaben im Studium sowie bei allen abschließenden oder studienbegleitenden Leistungsnachweisen und im Rahmen von Eignungsfeststellungen ist sichergestellt.

Im **Gespräch mit Absolventinnen und aktuell Studierenden des Masterstudiengangs „Journalismus und Medienwirtschaft“** wird das starke Engagement und die hohe zeitliche Verfügbarkeit der Lehrkräfte im Studiengang anerkennend hervorgehoben. Die intensive Kommunikation habe die Erwartungen weit übertroffen. Darüber hinaus weisen diese bei einer grundsätzlich guten Bewertung des Studienangebots auch auf Verbesserungsmöglichkeiten hin: So sollten die Lehrenden bei der Bewertung/Benotung von Prüfungsleistungen ein stärker inhaltlich begründetes Feedback geben. Auch wäre hilfreich, eine

Handreichung für die beteiligten Unternehmen zu entwickeln, in der der besondere Status berufsbegleitend Studierender erläutert und die Studienstruktur mit Online- und Präsenzanteilen dargestellt werden sollte. Dies könnte zu mehr Akzeptanz und Verständnis innerhalb des betrieblichen Umfeldes und im Umgang mit Kolleginnen und Kollegen beitragen.

Für die Gutachter ergibt sich aus dem Gespräch eine sehr positive Grundstimmung gegenüber der Hochschule und der Studiengangswahl. Auch greifen sie den Vorschlag der Studierenden auf, Handreichungen für die Arbeitgeber, insbesondere hinsichtlich des arbeitsorganisatorischen Umgangs mit berufsbegleitenden Studierenden und ansprechendes Informationsmaterial für Studieninteressierte zu entwickeln. Das Marketing des Studiengangs sollte zielgruppenspezifisch angelegt werden. Eine übersichtlichere und transparentere Darstellung des Studienverlaufsplans ist hier insbesondere von Nöten.

Folgerungen aus dem Gespräch mit den Studierenden sind auch in die jeweiligen Abschnitte des vorliegenden Berichtes eingeflossen.

V. Beschluss des Präsidiums

Das Präsidium der Fachhochschule Kiel beschließt die Akkreditierung des weiterbildenden Masterstudiengangs „Public Relations“ **ohne Auflagen**. Die Akkreditierung ist befristet bis Ende Sommersemester 2021.

Empfehlungen

1. Es wird empfohlen, einen Mechanismus zur Beschränkung der Zulassungszahlen zu etablieren und eine Obergrenze für die Anzahl der Studienplätze zu definieren.
2. Es wird empfohlen, in der Außendarstellung des Studiengangs die Prüfungsformen sowie Art und Umfang der Prüfungsleistungen insbesondere für Studieninteressierte transparenter darzustellen.
3. Es wird empfohlen, ein zielgruppenspezifisches Marketing zu entwickeln. Das Masterniveau des Studiengangs ist, gerade in Abgrenzung zu Angeboten privater Anbieter, plakativ herauszustellen.
4. Es wird empfohlen, handwerkliche Kommunikationskompetenzen in größerem Umfang zu vermitteln.
5. Es wird empfohlen, vertiefende Inhalte zur „Dateninterpretation und Datenpräsentation“ in das Curriculum aufzunehmen, um statistische Kompetenz bei den Studierenden auszubilden.