

## Vorlage für das Präsidium am 27.05.2020

Art der Vorlage	Beschluss
Ressort/ FB	QM und Akkreditierung
Bearbeitet von	Birgit Lang-Eitner, Sabine Feinen
Beteiligte Personen	QMSL-Kommission und Fachkommission
Datum	Klicken Sie hier, um ein Datum einzugeben.
Veröffentlichung im COGNium	ja <input checked="" type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/>

### 1. Gegenstand

Re-Akkreditierung der Studiengänge:

#### **Game Design & Management (B.A.)**

#### **Game Design & Management mit Praxissemester (B.A.)**

an den Standorten Hamburg, Köln, München, Wiesbaden

#### **Mediendesign & Management (B.A.)** [zuvor 3D-Mediendesign & Management]

#### **Mediendesign & Management mit Praxissemester (B.A.)**

am Standort Wiesbaden

#### **Motion Design & Management (B.A.)** [zuvor Audiovisuelle Medien & Online Publishing]

#### **Motion Design & Management mit Praxissemester (B.A.)**

an den Standorten Hamburg, Köln, München, Wiesbaden

#### **Medienmanagement & Digitales Marketing (B.A.)** [zuvor Medien- und Kommunikationsmanagement]

#### **Medienmanagement & Digitales Marketing mit Praxissemester (B.A.)**

an den Standorten Berlin, Düsseldorf, Hamburg, Köln, München, Wiesbaden

#### **Medienpädagogik (B.A.)**

#### **Medienpädagogik mit Praxissemester (B.A.)**

an den Standorten Köln, München

#### **Wirtschaftspädagogik (B.Sc.)**

#### **Wirtschaftspädagogik mit Praxissemester (B.Sc.)**

an den Standorten Köln, München

Jeweils in Vollzeit

## 2. Begründung

Die QMSL-Kommission ist in Ihrer Sitzung vom 20.05.2020 anhand des vorliegenden Prüfberichts zum Schluss gekommen, dass die o.g. sechs Studiengänge jeweils in beiden Studienvarianten mit wenigen Ausnahmen die formalen sowie fachlich-inhaltlichen Kriterien für Studiengänge gemäß StakV Hessen vom 22.07.2019 erfüllen. Daher empfiehlt sie die Erst-Akkreditierung der Studiengänge

Game Design & Management mit Praxissemester, Mediendesign & Management mit Praxissemester, Motion Design & Management mit Praxissemester, Medienpädagogik mit Praxissemester und Wirtschaftspädagogik mit Praxissemester

sowie die Re-Akkreditierung der Studiengänge

Game Design & Management, Mediendesign & Management, Motion Design & Management, Medienmanagement & Digitales Marketing ohne und mit Praxissemester, Medienpädagogik und Wirtschaftspädagogik für die o.g. Standorte, und zwar mit folgenden Auflagen:

### Auflagen

**A1 Alle STG 210CP:** Der Leitfaden zum Berufsfeldbezogenen Semester-Pflichtpraktikum für die PO 2020 des 210-CP-Studienpfads ist nachzureichen, der die Angaben in § 7 BT PO\_BA ergänzt und ein entsprechender Hinweis ebenda aufzunehmen, der auf den Leitfaden mit seinen Bestimmungen zum Ablauf und zur Organisation des Semester-Pflichtpraktikums verweist (vgl. Kap. 3 Modularisierung; StakV Hessen §7), Frist: 01.08.2020

### **Game Design & Management**

**A1** Es wird beauftragt, die Ziele und die besonderen Vorgaben für die Bachelorarbeit mit praktischer Arbeit im Rahmen des Creative-Clusters in §16 BT PO\_BA neu und eindeutig zu definieren (Zeitraumen, Umfang, Notenverrechnung, etc.) (vgl. Kap. 6 Prüfungssystem; StakV Hessen § 7 (2)); Frist: 01.08.2020

### **Mediendesign & Management**

**A1** Es wird beauftragt, die Ziele und die besonderen Vorgaben für die Bachelorarbeit mit praktischer Arbeit im Rahmen des Creative-Clusters in §16 BT PO\_BA neu und eindeutig zu definieren (Zeitraumen, Umfang, Notenverrechnung, etc.) (vgl. Kap. 6 Prüfungssystem; StakV Hessen § 7 (2)); Frist: 01.08.2020

**A2** Die aufgrund der datenschutzrechtlichen Abstimmungen des Fragebogens verspätete Durchführung der Absolventenbefragung ist dringend nachzuholen. (vgl. Kap. 10 Qualitätsmanagement; StakV Hessen §14), Frist: 01.09.2021

**Hinweis an die QM-Leitstelle:** QMSL weist die QM-Leitstelle darauf hin, als Schwerpunkt im Rahmen der internen Audits 2021 des Fachbereichs Wirtschaft & Medien den Umgang mit den Ergebnissen der Absolventenbefragung aufzunehmen.

### **Motion Design & Management**

**A1** Es wird beauftragt, die Ziele und die besonderen Vorgaben für die Bachelorarbeit mit praktischer Arbeit im Rahmen des Creative-Clusters in §16 BT PO\_BA neu und eindeutig zu definieren (Zeitraumen, Umfang, Notenverrechnung, etc.) (vgl. Kap. 6 Prüfungssystem; StakV Hessen § 7 (2)); Frist: 01.08.2020

## Medienmanagement & Digitales Marketing

**A1** Die aufgrund der datenschutzrechtlichen Abstimmungen des Fragebogens verspätete Durchführung der Absolventenbefragung ist dringend nachzuholen. (vgl. Kap. 10 Qualitätsmanagement; StakV Hessen §14), Frist: 01.09.2021

**Hinweis an die QM-Leitstelle:** QMSL weist die QM-Leitstelle darauf hin, als Schwerpunkt im Rahmen der internen Audits 2021 des Fachbereichs Wirtschaft & Medien den Umgang mit den Ergebnissen der Absolventenbefragung aufzunehmen.

## Medienpädagogik

**A1** Zwischen QP und Zielsetzung im BT PO\_BA ist Kongruenz herzustellen in puncto individueller Profilbildung durch die (Schwerpunkt-)Wahlmöglichkeiten und die im Rahmen der Persönlichkeitsentwicklung zu entfaltende sachfachliche Diskursfähigkeit und Selbstorganisation. (vgl. Kap. 2 QP, §12 (1) StakV Hessen) Frist: 01.08.2020

## Wirtschaftspädagogik

**A1** Zwischen QP und Zielsetzung im BT PO\_BA ist Kongruenz herzustellen in puncto individueller Profilbildung durch die (Schwerpunkt-)Wahlmöglichkeiten und die im Rahmen der Persönlichkeitsentwicklung zu entfaltende sachfachliche Diskursfähigkeit und Selbstorganisation. (vgl. Kap. 2 QP, §12 (1) StakV Hessen) Frist: 01.08.2020

Bei den Auflagen handelt es sich um Mängel, die die Akkreditierungsentscheidung nicht tangieren.

**Weiterentwicklungspotenzial** besteht zu folgenden Aspekten:

### Alle Studiengänge

**E1** alle STG: Da nicht in allen Modulen synchrone Online-Kontaktzeit ausgewiesen ist, wird empfohlen, dieses im Rahmen einer Evaluation hinsichtlich des Studienerfolgs zu prüfen. (vgl. Kap. 5 Didaktisches Konzept)

**E2** alle STG: Die Erfahrungen aus Peer-Bewertungen aus Modul B-MoD-5 „Animation“ sollten evaluiert und auf den Einsatz in anderen Modulen bzw. Studiengänge hin geprüft werden. (vgl. Kap. 5 Didaktisches Konzept)

**E3** alle STG: Für die Weiterentwicklung des didaktischen Konzepts sollten Impulse aus der Praxis und aus den Anforderungen von Masterstudiengängen in das didaktische Konzept mit einfließen. (vgl. Kap. 5 Didaktisches Konzept)

**E4** alle STG: Um die Art der Prüfung und damit den Lern- und Studienerfolg zu prüfen, sollten die Prüfungen explizit in den Evaluationsprozess miteinbezogen werden. (vgl. Kap. 6 Prüfungssystem)

**E5** alle STG: Für die Weiterentwicklung der Studiengänge sollten Befragungen aller Akteure im Sinne von „Closed Loop“ Schleifen (Studierende, Absolvent\*innen, Arbeitgeber von Praxisphasen, Dozierende) z.B. in Bezug auf Studierbarkeit, Prüfungslast, Kompetenzprofile, Integration Praxisphase, ...) durchgeführt und die Ergebnisse in die Weiterentwicklung der Studiengänge eingebunden werden, auch um den Studienerfolg zu gewährleisten. (vgl. Kap. 10 Qualitätsmanagement)

**E6** alle STG: Um eindeutige und erkenntnisbringende Ergebnisse durch die Statistiken zu gewinnen, sollte grundsätzlich und für alle Studiengänge in zukünftigen Erhebungen der Studienabbruch bzw. -erfolg ohne Studiengangswechsel je Standort und ggf. je Semester erfasst werden. (vgl. Kap. 10 Studienerfolg)

### **Game Design & Management**

**E1** GDM: Im Rahmen der Darstellung des Qualifikationsprofils sollte die Chance genutzt werden, die im Zuge des digital forcierten spatial turn und globaler Urbanification der Fahrt aufnehmenden Smart-City- und Transformationsdebatte, die wachsende Bedeutung von spielebasierten Repräsentationen und Gamificationszenarien für kulturelle, wirtschaftliche und politische Nutzungen hervorzukehren. (vgl. Kap. 2 QP)

**E2** GDM: Das Modul B-BW-4 „Digitales Marketing und Online-Business“ sollte dem Inhaltsbereich Management zugeordnet werden. (vgl. Kap. 3 Modularisierung)

**E3** GDM: Das Modul B-GV-10 „Wirtschaftsethik und Nachhaltigkeit“ sollte dem Inhaltsbereich Management zugeordnet werden. (vgl. Kap. 3 Modularisierung)

**E4** GDM: Das Modul B-GV-3 „Projektmanagement und Präsentationstechniken“ könnte in einem Inhaltsbereich Medien- und Projektkompetenz aufgehen. (vgl. Kap. 3 Modularisierung)

**E5** GDM: In dem Modulhandbuch passt die Überschrift „Überfachliche Qualifikationen“ nicht zu den Modulen. Hier sollte eine mehr fachspezifische Überschrift gewählt werden. (vgl. Kap. 3 Modulbeschreibung)

**E6** GDM: Generell wird empfohlen, das Modul B-BW-10 Digital Entrepreneurship und Innovation in alle Verbundstudiengänge aufzunehmen und hier zu prüfen, in wieweit sich die Inhalte dieses Moduls um moderne Geschäftsmodelle ergänzen lassen. (vgl. Kap. 3 Curriculum)

**E7** GDM: Es wird empfohlen, gerade für künstlerische Studiengänge über eine Eignungsprüfung bzw. ein dezidiertes Aufnahmeverfahren nachzudenken, auch um die Quote der Studienabbrecher zu verringern, was überdies evaluiert werden sollte. (vgl. Kap. 4 Zugangsvoraussetzungen und Zulassungsbedingungen)

**E8** GDM: Angesichts der hohen Granularität der Modulstruktur wird empfohlen, die integrativen Potenziale möglicher, modulübergreifender Lehransätze, z.B. unter weiterem Ausbau von Blended-Learning-Komponenten nicht nur auf der studienorganisatorischen, sondern auch auf der thematisch-inhaltlichen Ebene auszuschöpfen. (vgl. Kap. 7 Arbeitsbelastung)

### **Mediendesign & Management**

**E1** MM: Es wird empfohlen, die Gründe für die objekt-, raum- und eventbezogenen Anwendungskontexte in der Beschreibung des QP auch explizit zu kommunizieren. (vgl. Kap. 2 QP)

**E2** MM: Bei der Darstellung des Qualifikationsprofils sollte die Chance genutzt werden, die im Zuge des digital forcierten spatial turn und globaler Urbanification, der Fahrt aufnehmenden Smart-City- und Transformationsdebatte, die wachsende Bedeutung von spielebasierten Repräsentationen und Gamificationszenarien für kulturelle, wirtschaftliche und politische Nutzungen hervorzukehren. Neben der Anschlussfähigkeit zu den Modulen B-GV-12 (Data Science & Data Analytics) sowie B-GV-14 (Digitale Transformation) lassen sich

entlang dieser Linie beschäftigungsrelevante Brückenschläge zum MM-Programm herstellen. (vgl. Kap. 2 QP)

**E3** MM: Das Modul B-BW-4 „Digitales Marketing und Online-Business“ sollte dem Inhaltsbereich Management zugeordnet werden. (vgl. Kap. 3 Modularisierung)

**E4** MM: Das Modul B-GV-10 „Wirtschaftsethik und Nachhaltigkeit“ sollte dem Inhaltsbereich Management zugeordnet werden. (vgl. Kap. 3 Modularisierung)

**E5** MM: Das Modul B-GV-3 „Projektmanagement und Präsentationstechniken“ könnte in einem Inhaltsbereich Medien- und Projektkompetenz aufgehen. (vgl. Kap. 3 Modularisierung)

**E6** MM: In dem Modulhandbuch passt die Überschrift „Überfachliche Qualifikationen“ nicht zu den Modulen. Hier sollte eine mehr fachspezifische Überschrift gewählt werden. (vgl. Kap. 3 Modulbeschreibung)

**E7** MM: Es wird empfohlen, die im MM-Curriculum ablesbare schwerpunktmäßige Orientierung auf 3D-Mediendesign als ein vielseitig anschlussfähiger Anker zum weitgespannten Feld von Mediendesignaufgaben an die Studieninteressierten zu kommunizieren. In diesem Zuge kann auch vermittelt werden, dass das mit vielfältigen Wahloptionen unterlegte, hochdiverse Studienangebot im Creative-Cluster-Verbund unterschiedlichste, jedoch immer auch mediendesignspezifische Qualifikationsprofile ermöglicht. (vgl. Kap. 3 Curricula)

**E8** MM: Generell wird empfohlen, das Modul B-BW-10 Digital Entrepreneurship und Innovation in allen Verbundstudiengängen aufzunehmen und hier zu prüfen, in wieweit sich die Inhalte dieses Moduls um moderne Geschäftsmodelle ergänzen lassen. (vgl. Kap. 3 Curriculum)

**E9** MM: Es wird empfohlen, gerade für künstlerische Studiengänge über eine Eignungsprüfung bzw. ein dezidiertes Aufnahmeverfahren nachzudenken, auch um die Quote der Studienabbrecher zu verringern, was überdies evaluiert werden sollte. (vgl. Kap. 4 Zugangsvoraussetzungen und Zulassungsbedingungen)

**E10** MM: Angesichts der hohen Granularität der Modulstruktur wird empfohlen, die integrativen Potenziale möglicher, modulübergreifender Lehransätze, z.B. unter weiterem Ausbau von Blended-Learning-Komponenten nicht nur auf der studienorganisatorischen, sondern auch auf der thematisch-inhaltlichen Ebene auszuschöpfen. (vgl. Kap. 7 Arbeitsbelastung)

## **Motion Design & Management**

**E1** MoD: Die Angabe der Berufsbilder „Tätigkeit als Nachwuchsführungskraft, in Unternehmen der Digital- und Medienwirtschaft oder Selbstständigkeit“ zeigt nur einen Teil der möglichen Berufsbilder. Dieses sollte vor dem Hintergrund der Fähigkeiten und Kompetenzen, die in dem Studium erlangt werden, erweitert bzw. komplementiert werden. (vgl. Kap. 2 QP)

**E2** MoD: Das Modul B-BW-4 „Digitales Marketing und Online-Business“ sollte dem Inhaltsbereich Management zugeordnet werden. (vgl. Kap. 3 Modularisierung)

**E3** MoD: Das Modul B-GV-10 „Wirtschaftsethik und Nachhaltigkeit“ sollte dem Inhaltsbereich Management zugeordnet werden. (vgl. Kap. 3 Modularisierung)

**E4** MoD: Das Modul B-GV-3 „Projektmanagement und Präsentationstechniken“ könnte in einem Inhaltsbereich Medien- und Projektkompetenz aufgehen. (vgl. Kap. 3 Modularisierung)

**E5 MoD:** In dem Modulhandbuch passt die Überschrift „Überfachliche Qualifikationen“ nicht zu den Modulen. Hier sollte eine mehr fachspezifische Überschrift gewählt werden. (vgl. Kap. 3 Modulbeschreibung)

**E6 MoD:** Vor dem Hintergrund der aktuellen und zukünftigen Bedeutung von mobilen Anwendungen wäre zu überlegen, speziell die Entwicklung von mobilen Anwendungen mehr in den Fokus integrativ in den passenden Modulen oder auch als separates Modul anzubieten. Ebenso wäre zu überlegen, hier grundsätzlich die Belegung und Anrechnung von offenen Online-Kursen zu ermöglichen. (vgl. Kap. 3 Curriculum)

**E7 MoD:** Generell wird empfohlen, das Modul B-BW-10 Digital Entrepreneurship und Innovation in allen Verbundstudiengängen aufzunehmen und hier zu prüfen, in wieweit sich die Inhalte dieses Moduls um moderne Geschäftsmodelle ergänzen lassen. (vgl. Kap. 3 Curriculum)

**E8 MoD:** Das Modul „Engagement als Gegenstand individueller Bildung“ zielt explizit auf die Persönlichkeitsbildung. Aufgrund der Wahlmöglichkeit muss dieses Modul nicht belegt werden. Überlegenswert wäre mehr eine bewusste integrative Aufnahme der Zielstellungen und der Inhalte von zivilgesellschaftlichem Engagement in den Modulen direkt. (vgl. Kap. 3 Curriculum)

**E9 MoD:** Es wird empfohlen, gerade für künstlerische Studiengänge über eine Eignungsprüfung bzw. ein dezidiertes Aufnahmeverfahren nachzudenken, auch um die Quote der Studienabbrecher zu verringern, was überdies evaluiert werden sollte. (vgl. Kap. 4 Zugangsvoraussetzungen und Zulassungsbedingungen)

**E10 MoD:** Angesichts der hohen Granularität der Modulstruktur wird empfohlen, die integrativen Potenziale möglicher, modulübergreifender Lehransätze, z.B. unter weiterem Ausbau von Blended-Learning-Komponenten nicht nur auf der studienorganisatorischen, sondern auch auf der thematisch-inhaltlichen Ebene auszuschöpfen. (vgl. Kap. 7 Arbeitsbelastung)

## Medienmanagement & Digitales Marketing

**E1 MMDM:** Das Modul B-GV-10 „Wirtschaftsethik und Nachhaltigkeit“ sollte dem Inhaltsbereich Management zugeordnet werden. (vgl. Kap. 3 Modularisierung)

**E2 MMDM:** Um eine breitere Abdeckung überfachlicher Kompetenzen zu ermöglichen, könnte der Wahlpflichtbereich in diesen Studiengängen noch weiter geöffnet werden. (vgl. Kap. 3 Curriculum)

**E3 MMDM:** Aufgrund der Berufsbilder und der Bedeutung der Digitalen Transformation wäre zu überlegen, ob der strategische Überbau der Digitalisierung der Gesamtwirtschaft sich mehr im Namen wiederfindet. Gleiches gilt auch für die Dominanz des Themas Medienmanagement im Titel und an erster Stelle des Studiengangs. Hier wäre überlegenswert, ob und welche Bedeutung dieses Thema als Teil der Studiengangsbezeichnung hat. (vgl. Kap. 3 Curriculum)

**E4 MMDM:** Teilweise wäre bei einzelnen Modulen eine gewisse Reduktion der inhaltlichen Beschreibung zu überlegen, um aktuellen Änderungen den Raum zu geben, z.B. bei Medien- und Kommunikationspsychologie sowie Social Media und Content Marketing. (vgl. Kap. 3 Curriculum)

**E5 MMDM:** Überlegenswert wäre eine zunehmende integrative Aufnahme der Fachsprache Englisch in den Modulen, z.B. ein Teilinhalt und/oder eine korrespondierende Prüfungsfrage in Englisch. (vgl. Kap. 3 Curriculum)

**E6 MMDM:** Vor dem Hintergrund des Transformationsprozesses der Digitalisierung wäre eine bewusste Aufnahme von Change Management als (Wahlpflicht)modul oder integrativ

in die bestehenden Module eine mögliche zukünftige Weiterentwicklung. (vgl. Kap. 3 Curriculum)

**E7 MMDM:** Generell wird empfohlen, das Modul B-BW-10 Digital Entrepreneurship und Innovation in allen Verbundstudiengängen aufzunehmen und hier zu prüfen, in wieweit sich die Inhalte dieses Moduls um moderne Geschäftsmodelle ergänzen lassen. (vgl. Kap. 3 Curriculum)

### **Medienpädagogik**

**E1 MPäd:** Es wird empfohlen, mit Blick auf die Breite des Studiums, das Konzept der digitalen Mündigkeit stärker zu fokussieren (hierin geht aktuell die Debatte um Medienkompetenz und Mediennutzung wissenschaftlich-konzeptionell auf). (vgl. Kap. 2 QP)

**E2 MPäd:** Es wird empfohlen, Bildungsprozesse und auch die Bildungsgestaltung deutlicher zu positionieren. Dies ließe sich durch folgende Formulierung erreichen: Der Studiengang bildet Bildungsverantwortliche und -planer aller Bildungssektoren aus, die im Bildungsmanagement und in der Bildungsverwaltung tätig sind. (vgl. Kap. 2 QP)

**E3 MPäd:** Um eine breitere Abdeckung überfachlicher Kompetenzen zu ermöglichen, könnte der Wahlpflichtbereich in diesen Studiengängen noch weiter geöffnet werden. (vgl. Kap. 3 Curriculum)

**E4 MPäd:** Das Modul B-BW-10 Digital Entrepreneurship und Innovation ist für die perspektivischen Berufsfelder der Absolvent\*innen von hohem Interesse. Hier könnte man mit einer vertieften Betrachtung „modernerer Geschäftsmodelle“ inhaltlich mehr Substanz und eine höhere Anbindung an den Stand der Forschung schaffen. (vgl. Kap. 3 Curriculum)

### **Wirtschaftspädagogik**

**E1 WPäd:** Allerdings wird empfohlen, gerade Aspekte wie zivilgesellschaftliche Partizipation und bürgerliches Engagement durch explizite Studieninhalte zu fördern (z.B. durch Einbindung von Service Learnings). (vgl. Kap. 2 QP)

**E2 WPäd:** Es wird empfohlen, im Qualifikationsprofil folgende Ergänzung vorzunehmen: „Wirtschaftspädagogen begleiten Transformationsprozesse auf allen Ebenen der betrieblichen Bildungsarbeit - von der Ansprache, über die Konzeption bis zur Implementation und Evaluation von betrieblichen Bildungsangeboten. (vgl. Kap. 2 QP)

**E3 WPäd:** Es wird empfohlen folgende Module inhaltlich etwas zu entlasten und die Inhalte allgemeiner zu formulieren, um den Eindruck aufzuheben, dass Detailbereiche nur sehr oberflächlich bearbeitet werden können: B-GV-3, B-BW-2, B-Eds-1, B-WPäd-SP 1.3 und B-WPäd-SP 2.1. (vgl. Kap. 3 Modularisierung)

**E4 WPäd:** Um eine breitere Abdeckung überfachlicher Kompetenzen zu ermöglichen, könnte der Wahlpflichtbereich in diesen Studiengängen noch weiter geöffnet werden. (vgl. Kap. 3 Curriculum)

**E5 WPäd:** Portfolios als Prüfungsform sollten bereits in Modulen des ersten Semesters erprobt werden. (vgl. Kap. 6 Prüfungssystem)

**Besonders positiv** sind folgende Aspekte hervorzuheben:

#### **Alle Studiengänge**

- dass in Zusammenhang mit der Förderung der Mobilität der Studierenden die Option einer individualisierten Prüfung durch einen Anerkennungsbeauftragten und/oder

zuständigen Studiendekan Spielräume für eine sinnvolle Flexibilisierung von Leistungsanerkennungen ermöglicht. (vgl. Kap. 3 Mobilitätsfenster)

- die Option des Praxissemesters (vgl. Kap. 3 Curricula)
- die ausführlichen Regelungen zur pauschalen Anrechnung nichthochschulischer Kompetenzen. (vgl. Kap. 4 Zugangsvoraussetzungen und Zulassungsbedingungen)
- die laut didaktischem Konzept angewandten Blended Learning- bzw. Flipped/Inverted Classroom-Konzepte als zielführende Methoden und lernunterstützende Tools (vgl. Kap. 5 Didaktisches Konzept)
- die Abbildung des didaktischen Konzepts und der didaktische-methodischen Orientierung innerhalb der Modulbeschreibungen (vgl. Kap. 5 Didaktisches Konzept)
- die Prüfungsform Portfolio als begleitende Prüfung (vgl. Kap. 6 Prüfungssystem)
- dass einige Prüfungsformen auch als Gruppenarbeit geleistet werden können (vgl. Kap. 6 Prüfungssystem)

### **Game Design & Management**

- dass die Kompetenzlinien im Studienverlauf parallel entwickelt werden. (vgl. Kap. 3 Curricula)
- dass das komprimiert dargestellte Qualifikationsprofil in der vorliegenden Modul- und Curricularstruktur in anspruchsvoller Weise umgesetzt wurde. (vgl. Kap. 3 Curricula)
- das strukturell vorgezeichnete Anpassungspotenzial des Studienprogramms (Flexibilität und Adaptivität) (vgl. Kap. 3 Curricula)
- die Abwechslung der Prüfungsformen gerade in den künstlerischen Studiengängen (vgl. Kap. 6 Prüfungssystem)
- dass der praktischen Arbeit bzw. der Projektarbeit im Prüfungssystem genügend Raum gegeben wird, was gut zu den späteren beruflichen Tätigkeitsfeldern passt. (vgl. Kap. 6 Prüfungssystem)

### **Mediendesign & Management**

- dass die Kompetenzlinien im Studienverlauf parallel entwickelt werden. (vgl. Kap. 3 Curricula)
- dass das komprimiert dargestellte Qualifikationsprofil in der vorliegenden Modul- und Curricularstruktur in anspruchsvoller Weise umgesetzt wurde. (vgl. Kap. 3 Curricula)
- das strukturell vorgezeichnete Anpassungspotenzial des Studienprogramms (Flexibilität und Adaptivität) (vgl. Kap. 3 Curricula)
- die Abwechslung der Prüfungsformen gerade in den künstlerischen Studiengängen (vgl. Kap. 6 Prüfungssystem)
- dass der praktischen Arbeit bzw. der Projektarbeit im Prüfungssystem genügend Raum gegeben wird, was gut zu den späteren beruflichen Tätigkeitsfeldern passt. (vgl. Kap. 6 Prüfungssystem)
- die hohe Dynamik in den Themen der Praxis und Wissenschaft in Zusammenhang mit der Weiterentwicklung der Studiengänge (vgl. Kap. 10 Studienerfolg)

### **Motion Design & Management**

- die Aktualisierung des Gesamtmodulkatalogs, u.a. durch die Aufnahme von Data Science und Data Analytics und die des Bachelorkolloquiums. (vgl. Kap. 3 Curricula)

- dass im Modul B-MoD-5 Animation bewusst Peer-bewertungen genutzt werden und die Studierenden so untereinander in einen Bewertungs- und damit einen Entwicklungsprozess einbezogen werden. (vgl. Kap. 5 Didaktisches Konzept)
- die Abwechslung der Prüfungsformen gerade in den künstlerischen Studiengängen (vgl. Kap. 6 Prüfungssystem)
- dass der praktischen Arbeit bzw. der Projektarbeit im Prüfungssystem genügend Raum gegeben wird, was gut zu den späteren beruflichen Tätigkeitsfeldern passt. (vgl. Kap. 6 Prüfungssystem)

### **Medienmanagement & Digitales Marketing**

- die hohe Dynamik in den Themen der Praxis und Wissenschaft in Zusammenhang mit der Weiterentwicklung der Studiengänge (vgl. Kap. 10 Studienerfolg)

Grundlagen der von der QMSL-Kommission ausgesprochenen Beschlussempfehlung sind:

- die formale Prüfung durch die QMSL-Kommission
- die fachlich-inhaltliche Prüfung der eingesetzten externen Fachkommission
- die Prüfung der quantitativen und qualitativen personellen Ressourcen durch das vom antragstellenden Fachbereich beauftragte Gremium, nachgewiesen durch vorgelegte Beschlussprotokolle (der Nachweis über die professorale Quote für alle Studiengänge eines Fachbereichs wird dem Präsidium jeweils im Oktober und im April zur Prüfung vorgelegt).
- die qualitative und quantitative Prüfung der räumlich-sächlichen Ressourcen durch die vom antragstellenden Fachbereich beauftragten Fachbereichsvertreter, nachgewiesen durch eine Bestätigung des Dekans.

### **3. Beschluss**

Das Präsidium beschließt, die o.g. sechs Studiengänge in jeweils zwei Studienvarianten mit unter Punkt 2 genannten Auflagen für die o.g. Standorte bis zum 31.08.2028 zu (re-)akkreditieren.

Das Siegel des Akkreditierungsrates wird gemäß § 22 Abs. 4 Satz 2 der Studienakkreditierungsverordnung (StakV Hessen), Beschluss des Hessischen Ministeriums für Wissenschaft und Kunst vom 22. Juli 2019 verliehen.

# Bewertungsbericht zur internen Akkreditierung

## Inhaltsverzeichnis

1.	Rahmenangaben .....	13
2.	Qualifikationsprofile der Studiengänge.....	16
3.	Studienstrukturen, Modularisierung, Curricula.....	26
4.	Zugangsvoraussetzungen und Zulassungsbedingungen .....	45
5.	Didaktisches Konzept .....	47
6.	Prüfungssystem.....	50
7.	Studierbarkeit und Studienerfolg .....	56
8.	Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit.....	599
9.	Studiengangsbezogene Kooperation .....	60
10.	Qualitätsmanagement .....	60

## Gutachterliche Fachkommission

Vertreter Wissenschaft	Gutachter*in	Fachliche Expertise
<b>Game Design &amp; Management (B.A.)</b>	Prof. Prof. h.c. Franz Kluge	Emeritierter Dekan des Fachbereichs Gestaltung an der Hochschule Trier Gastdozent im Bereich Kulturerbe & Kommunikation an der Hochschule Rhein-Main in Wiesbaden Gutachter Erst-Akkreditierung Game Design & Management (B.A.), Mediendesign & Management (B.A.), Motion Design & Management (B.A.) im SS 2019
<b>Mediendesign &amp; Management (B.A.)</b> [ehemals 3D-Mediendesign & Management]		
<b>Motion Design &amp; Management (B.A.)</b> [ehemals Audiovisuelle Medien & Online Publishing]	Prof. Dr. Ralph Sonntag	Professor für Marketing, insbesondere Multimedia-Marketing (Medienmanagement, Kommunikation) an der Hochschule für Technik und Wirtschaft Dresden Gutachter bei FIBAA mit langjähriger Akkreditierungserfahrung Gutachter Erst-Akkreditierung Motion Design & Management (B.A.) [ehemals Audiovisuelle Medien & Online Publishing] im SS 2019
<b>Medienmanagement &amp; Digitales Marketing (B.A.)</b> [ehemals Medien- und Kommunikationsmanagement]		
<b>Medienpädagogik (B.A.)</b>	Prof. Dr. Esther Winther	Professur für Berufliche Aus- und Weiterbildung, Fakultät für Bildungswissenschaften, an der Universität Duisburg-Essen Gutachterin bei ACQUIN mit langjähriger Akkreditierungserfahrung Gutachterin Erst-Akkreditierung Wirtschaftspädagogik (B.Sc.) im SS 2019
<b>Wirtschaftspädagogik (B.Sc.)</b>		
<b>Vertreter Berufspraxis</b>	Christoph Sodemann	Head of Public Relations bei BORDA – Bremen Overseas Research and Development Association Inhaber von getlinx – Media+Solutions (Social Media, Corporate Communications, Strategieberatung) Gutachter Erst-Akkreditierung Medienmanagement & Digitales Marketing (B.A.) [ehemals Medien- und Kommunikationsmanagement] im SS 2015
<b>Vertreter Studierende</b>	Matthias Lüth	Abschluss WI-Informatik, B.Sc.; derzeit Studierender der WI-Informatik M.Sc. an der TU Dresden; empfohlen vom Studentischen Akkreditierungspool

Jeder Studiengang wurde von einem „Gutachtertteam“ bestehend aus einem\*r Wissenschaftsvertreter\*in mit entsprechender Fachexpertise, einem Berufspraktiker und einem studentischen Vertreter begutachtet. Der Begriff „Fachkommission“ wird in diesem Bericht für studiengangübergreifende Feststellungen unter Einbezug aller Gutachter\*innen verwendet.

### QMSL-Prüferinnen

Dipl.-Psych. Birgit Lang-Eitner, Dr. des. Sabine Feinen  
Fachbereich Wirtschaft & Medien

## Verfahrensablauf

2020/01/21	Versand der Studiengangsdokumentation an die Gutachterteams (je ein wiss. Fachvertreter, ein Vertreter der Berufspraxis sowie ein studentischer Vertreter) zusammen mit den Fragenkatalogen/elektr. Gutachtenformularen
2020/03/06	Nachsendung der geltenden AZB (06.11.2019) an alle Gutachter
2020/03/18-23	Versand der QMSL-seitig erstellten studiengangsspezifischen Sammelantwortkataloge an die jeweiligen Gutachterteams sowie an die entsprechenden Antragsteller im Fachbereich Wirtschaft & Medien
2020/04/07	Abschluss von Rückfragenbeantwortungen, teilweise Überarbeitung von Dokumenten, von Abstimmungen über Auflagen und Empfehlungen mit den Gutachterteams
2020/05/18	Freigabe des Berichtes durch die Fachkommission
2020/05/20	Beschluss des Berichtes durch QMSL-Kommission

## Abkürzungsverzeichnis

AT PO	Allgemeiner Teil der Prüfungsordnung der HS Fresenius im Fachbereich Wirtschaft & Medien vom 11.11.2015 zuletzt geändert am 01.09.2020 (als Entwurf)
AZB	Allgemeine Zulassungsbestimmungen für die Studiengänge im Fachbereich Wirtschaft & Medien i. d. Fassung vom 06.11.2019 (in Kraft)
BT PO_BA	Besonderer Teil der Prüfungsordnung für die Bachelorstudiengänge im Fachbereich Wirtschaft & Medien an der Hochschule Fresenius vom 01.09.2020 (als Entwurf).
CP	Credit Points nach dem European Credit Transfer System (ECTS)
FB W&M	Fachbereich Wirtschaft & Medien
GDM	Game Design & Management (B.A.)
HHG	Hessisches Hochschulgesetz vom 14. Dezember 2009, zuletzt geändert durch Artikel 2 des Gesetzes vom 18. Dezember 2017
MoD	Motion Design & Management (B.A.)
MM	Mediendesign & Management (B.A.)
MMDM	Medienmanagement & Digitales Marketing (B.A.)
MPäd	Medienpädagogik (B.A.)
QMSL	Qualitätsmanagement Studium und Lehre
StakV Hessen	Studienakkreditierungsverordnung vom 22.07.2019 des Landes Hessen
WPäd	Wirtschaftspädagogik (B.Sc.)

## 1. Rahmenangaben

Evidenzen: Selbstdokumentation, Studienverlaufsplan, Modulhandbuch, Prüfungsordnung Besonderer Teil

Art der Akkreditierung	Re-Akkreditierung (für Erst-Akkreditierungen vgl. weiter unten)
Fachbereich	Wirtschaft & Medien
Studiengangsbezeichnungen	<p>Game Design &amp; Management (GDM) Game Design &amp; Management mit Praxissemester</p> <p>Mediendesign &amp; Management (MM) [zuvor 3D-Mediendesign &amp; Management] Mediendesign &amp; Management mit Praxissemester</p> <p>Motion Design &amp; Management (MoD) [zuvor Audiovisuelle Medien &amp; Online Publishing] Motion Design &amp; Management mit Praxissemester</p> <p>Medienmanagement &amp; Digitales Marketing (MMDM) [zuvor Medien- und Kommunikationsmanagement] Medienmanagement &amp; Digitales Marketing mit Praxissemester</p> <p>Medienpädagogik (MPäd) Medienpädagogik mit Praxissemester</p> <p>Wirtschaftspädagogik (WPäd) Wirtschaftspädagogik mit Praxissemester</p>
Abschlussgrade	<p><b>Bachelor of Arts (B.A.)</b> für die Studiengänge Game Design &amp; Management Mediendesign &amp; Management Motion Design &amp; Management Medienmanagement &amp; Digitales Marketing Medienpädagogik</p> <p><b>Bachelor of Science (B.Sc.)</b> für den Studiengang Wirtschaftspädagogik</p> <p>jeweils in der Ausführung ohne und mit Praxissemester</p>
ECTS-Punkte	180 Credit Points ohne Praxissemester 210 Credit Points mit Praxissemester
Regelstudienzeiten	6 Semester ohne Praxissemester 7 Semester mit Praxissemester
Hinweis auf pauschales Anrechnungsverfahren	Pauschales Anrechnungsverfahren für das Modul „Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre“ bei abgeschlossener kaufmännischer Ausbildung (5 CP)
Workload in h/ECTS	25 h / Credit Point
Durchführungsform	Vollzeit

Sprache	Deutsch																																										
Durchführungsorte für die einzelnen Studiengänge (Düsseldorf, Hamburg, Köln, München, Wiesbaden) und regelmäßige Studienstarts zum WS + SS, nur WS oder nur SS	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Standorte Studiengänge</th> <th>D</th> <th>HH</th> <th>K</th> <th>M</th> <th>WI</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>GDM</td> <td></td> <td>WS</td> <td>SS+WS</td> <td>WS</td> <td>WS</td> </tr> <tr> <td>MM</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>WS</td> </tr> <tr> <td>MoD</td> <td></td> <td>WS</td> <td>SS+WS</td> <td>WS</td> <td>WS</td> </tr> <tr> <td>MMDM</td> <td>SS+WS</td> <td>SS+WS</td> <td>SS+WS</td> <td>SS+WS</td> <td>SS+WS</td> </tr> <tr> <td>MPäd</td> <td></td> <td></td> <td>WS</td> <td>WS</td> <td></td> </tr> <tr> <td>WPäd</td> <td></td> <td></td> <td>WS</td> <td>WS</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>Media-&amp; Education Cluster 2020</p>	Standorte Studiengänge	D	HH	K	M	WI	GDM		WS	SS+WS	WS	WS	MM					WS	MoD		WS	SS+WS	WS	WS	MMDM	SS+WS	SS+WS	SS+WS	SS+WS	SS+WS	MPäd			WS	WS		WPäd			WS	WS	
Standorte Studiengänge	D	HH	K	M	WI																																						
GDM		WS	SS+WS	WS	WS																																						
MM					WS																																						
MoD		WS	SS+WS	WS	WS																																						
MMDM	SS+WS	SS+WS	SS+WS	SS+WS	SS+WS																																						
MPäd			WS	WS																																							
WPäd			WS	WS																																							
Erstmalig gestartet	Siehe Akkreditierungsstatus der einzelnen Studiengänge (unten)																																										
Start Re-Akkreditierung	WS 2020/21																																										
Geplante Zulassungszahl (pro Kohorte) bei Vollausslastung und ggf. Anzahl parallellaufender Gruppen und je Standort	50 Studierende je Gruppe in einem Studienprogramm je Standort																																										

Die in den **Rahmenangaben** dargelegten Studiengangsbezeichnungen, die Abschlussgrade, ECTS-Punkte, Regelstudienzeiten, Workload und Durchführungsformen entsprechen sämtlich den für die grundständigen Bachelor-Verbund-Studiengänge Game Design & Management, Mediendesign & Management, Motion Design & Management, Medienmanagement & Digitales Marketing, Medienpädagogik und Wirtschaftspädagogik in ihren Studiengangsvarianten von 180 CP und 210 CP (jeweils „...mit Praxissemester“) festgelegten Angaben im Besonderen Teil der Prüfungsordnung für die Bachelorstudiengänge im Fachbereich Wirtschaft & Medien der Hochschule Fresenius (BT PO\_BA). Der BT PO\_BA enthält in seiner Fassung vom 01.09.2019 Angaben zu den hier vorliegenden Studiengängen in jeweils beiden Studiengangsvarianten den §§ 1 (2), 2 (3, 4, 5, 6, 8, 12 und 15), 3 (1 und 2), 6 (1) und 11.

Der BT PO\_BA wurde mit dem Selbstbericht als Entwurf eingereicht. Seitens QMSL wird festgehalten, dass Prüfungsordnungen vom Präsidium in Kraft gesetzt und anschließend veröffentlicht werden. Dies wird durch die hochschulischen Prozesse regelhaft gewährleistet. Die vorherige Rechtsprüfung von Regelwerken durch einen extern beauftragten Juristen, wird routinemäßig durch das Prüfungsamt initiiert.

### **Bewertung**

*QMSL-seitig ist festzustellen, dass die Rahmenangaben grundsätzlich in Einklang stehen mit den formalen Anforderungen der StakV Hessen § 3 Studienstruktur und Studiendauer Abs. 1<sup>1</sup> und Abs. 2<sup>2</sup>, § 4 Studiengangsprofile Abs. 3<sup>3</sup> § 6 Abschlüsse und Abschlussbezeichnungen Abs. 1<sup>4</sup> und Abs. 2<sup>5</sup> sowie § 8 Leistungspunktesystem Abs. 1<sup>6</sup>.*

<sup>1</sup> Bachelor als erster berufsqualifizierender Regelabschluss des Hochschulstudiums

<sup>2</sup> RSZ von 6 bzw. 7 Semestern

<sup>3</sup> Bachelorprogramme sehen eine Abschlussarbeit vor

<sup>4</sup> Es wird pro Studiengang genau ein Abschlussgrad verliehen

<sup>5</sup> Es werden entweder ein Bachelor of Arts oder ein Bachelor of Science verliehen

<sup>6</sup> Pro ECTS-Punkt Festlegung auf 25 Stunden Arbeitszeit

Die Abschlussgrade „Bachelor of Arts“ und „Bachelor of Science“ werden auch gutachterseitig hinsichtlich der Ausrichtung der jeweiligen Studiengänge als stimmig bewertet.

## ■ Akkreditierungsstatus aller vorliegenden Studiengänge

	GDM, B.A.	MM, B.A.* [3D-Design & Management]	MoD, B.A. [Audiovisuelle Medien & Online Publishing]	MMDM, B.A. [Medien- und Kommunikationsmanagement]	Mpäd, B.A.	Wpäd, B.Sc.
<b>Erst-Akkreditierung VZ</b>						
vom	30.07. 2019	30.07. 2019	30.07. 2019	14.01. 2015	26.06. 2019	26.06. 2019
bis	31.08. 2027	31.08. 2027	31.08. 2027	28.02. 2022	31.08. 2027	31.08. 2027
Aufnahme Studienbetrieb	WS 2019/20	WS 2014/15	WS 2019/20	SS 2015	WS 2019/20	WS 2019/20
<b>Erstakkreditierung mit Praxissemester</b>						
vom		20.06. 2018		11.01. 2017		
bis		31.08. 2025		29.02. 2024		

\*Die AKK-Daten hier beziehen sich auf die Reakkreditierung; Erstakk.bereits zum WS 2014.

Die Abbildung zum **Akkreditierungsstatus** verdeutlicht im Wesentlichen, dass die 2019 erstmals akkreditierten Studiengänge Game Design & Management, Motion Design & Management, Medienpädagogik und Wirtschaftspädagogik bislang noch nicht in der zusätzlichen Studienform mit Praxissemester angeboten wurden, dass die Studiengänge teilweise zu unterschiedlichen Zeitpunkten intern (re-)akkreditiert worden sind und dass es sich hier um eine vorzeitige Re-Akkreditierung für sie alle handelt. Diese ist durch mehrere Ziele des Fachbereichs W&M begründet:

Inhaltliche Anpassungen auf Studiengangsebene zwecks klarerer Verbundstruktur, einheitlichere Profilmerekmale bzw. Zielsetzungen im überfachlichen Bereich, Ausgestaltung von Studiengangsvarianten mit Praxissemestern für alle Bachelorprogramme, Umsetzung des didaktischen Leitbilds und damit einhergehend Anreicherung der Lehre durch digitale Elemente sowie Aufbau des Angeleiteten Selbststudiums.

## ■ Inhaltliche Bestimmung des Media-Education-Clusters

Das vorliegende Media-Education-Cluster ist bestimmt durch folgende Verbünde: zum einen bilden die Studiengänge Game Design & Management und Motion Design & Management zusammen mit dem Studiengang Mediendesign & Management, das sog. „Creative Cluster“ (CC) mit Schnittmengen im Design- und Medienbereich, entsprechenden Wahlpflichtmodulen und gleicher Struktur. Digitale Medien sind zum anderen auch der gemeinsame Nenner zwischen dem CC und den Studiengängen Medienmanagement & Digitales Marketing sowie Medienpädagogik. Pädagogische Inhalte sind wiederum den beiden Studiengängen Wirtschaftspädagogik und Medienpädagogik gemeinsam, aber auch die Struktur, die wie bei Medienmanagement & Digitales Marketing an weitere Bachelor-Verbundstudiengänge im Fachbereich Wirtschaft & Medien angepasst ist. Alle Studiengänge verbindet überdies die überfachliche und praxisorientierte curriculare Ausgestaltung und nicht

zuletzt – bis auf Medienpädagogik – die Verbundmodule aus dem Bereich Wirtschaft/Management.

## 2. Qualifikationsprofile der Studiengänge

Evidenzen: Selbstdokumentation, Diploma Supplements, Besonderer Teil der Prüfungsordnung, Modulhandbücher, Ziele-Modul-Matrizen

### ■ Allgemeines

Beschreibungen von Kompetenzen, die Absolvent\*innen aller Bachelor-Studiengänge des Media- und Education-Clusters mit dem Studienabschluss erworben haben sollen, finden sich grundsätzlich als „Qualifikationsprofil“ (QP) verankert im jeweiligen studiengangsspezifischen Modulhandbuch; der Eintrag der entsprechenden englischen Übersetzung eines jeden QPs in das jeweilige Diploma Supplement erfolgt gemäß den hochschulischen Prozessen im Anschluss an die Freigabe durch die externen Gutachter. Die entsprechenden Studiengangsziele sind in BT PO\_BA in § 2 Abs. 3, 4, 5, 6, 8, 12 und 15 festgelegt.

Die nachfolgend im Einzelnen dargelegten Qualifikationsprofile der Bachelor-Verbundstudiengänge sind outcome-orientiert beschrieben und berücksichtigen jeweils sowohl die wissenschaftliche, als auch die berufliche Befähigung im Rahmen der grundständigen Ausbildung an der Hochschule und sind insofern studiengangsspezifisch beschrieben, ebenso die jeweiligen Berufsfelder der Absolvent\*innen.

Die Zieldimension Persönlichkeitsbildung kommt in allen QPs – wenngleich in unterschiedlicher Weise - zum Ausdruck. Indem die QPs der Studiengänge des Creative Clusters und von Medienmanagement & Digitales Marketing auch die durch (Schwerpunkt-) Wahlmöglichkeiten prinzipiell beförderte Individualisierung der Studienausrichtung sowie die im Rahmen der Persönlichkeitsbildung neben der Fähigkeit zur Mitgestaltung gesellschaftlicher Prozesse im demokratischen Gemeinsinn zu entwickelnde sachfachliche Diskursfähigkeit und Selbstorganisation beinhalten, entsprechen sie auch in dieser Hinsicht den studiengangsspezifischen Zielsetzungen, die jeweils in § 2 Abs. 3, 4, 5 und 8 des BT PO\_BA vom 01.09.2020 dargelegt sind.

Die QPs von Medienpädagogik und Wirtschaftspädagogik entsprechen weder in puncto individueller Profilbildung durch die (Schwerpunkt-)Wahlmöglichkeiten, noch betreffend die im Rahmen der Persönlichkeitsentwicklung zu entfaltende sachfachliche Diskursfähigkeit und Selbstorganisation den dargelegten Zielsetzungen in § 2 Abs. 6 und 12 im BT PO\_BA vom 01.09.2020. Kongruenz zwischen QP und Zielsetzung im BT PO\_BA herzustellen, wird daher im Hinblick auf die innere Stimmigkeit des Studiengangskonzepts beauftragt (**Auflage 1 MPäd, Auflage 1 WPäd**).

Darüber hinaus lässt sich aus der im jeweiligen Modulhandbuch dokumentierten Ziele-Module-Matrix nicht nur ablesen, ob und in welchem Maße ein Modul einen Beitrag zu einem oder mehreren der im Qualifikationsprofil angesprochenen Kompetenzen leistet, sondern zugleich auch, ob ein Modul primär die wissenschaftliche Befähigung oder primär die qualifizierte Berufsbefähigung oder primär die Persönlichkeitsentwicklung fördert.

## ■ Spezifische Studiengangsprofile

### QP Game Design & Management

„Absolvent\*innen des Bachelorstudiengangs **„Game Design & Management, B.A.“** sind befähigt, digitale Spiele sowie medienunabhängige spielerische Systeme sowohl zu konzipieren als auch umzusetzen und die Spieleproduktion aus gestalterischen und betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten zu beurteilen. Mit Hilfe der erworbenen Kenntnisse des Projektmanagements sind die Absolvent\*innen in der Lage, die Entwicklung von Spielen, von der Spielidee, über das Balancing und Game-Testing, bis hin zur konkreten Produktion, zu begleiten, anzuleiten und mitzugestalten. Dies umfasst sowohl game-spezifische Kompetenzen in den Bereichen Concept Art, Level Design und Game Development, als auch den inter- und transdisziplinären Einsatz von Spieleprinzipien und Regelsystemen im Rahmen von UX/UI- und Gamification-Kontexten. Aufgrund ihrer künstlerischen und gestalterischen Fähigkeiten sind Absolvent\*innen dieses Studiengangs in der Lage, Spielwelten und Spielecharaktere zu entwerfen und für konkrete Zielgruppen umzusetzen. Sie können die erworbenen Methoden der Kommunikationswissenschaften und des Storyboardings einsetzen, um Spannungsbögen für digitale Spiele zu entwickeln. Dabei sind sie in der Lage, ihre Präsentations- und Moderationskompetenzen einzusetzen, um innerhalb eines Teams eigene Standpunkte zu verdeutlichen, aber auch andere Meinungen aufzunehmen und zu tolerieren. Die Absolvent\*innen sind befähigt, unter Einsatz ihrer Kompetenzen der wissenschaftlichen Marktforschung sowie der Kenntnisse des digitalen Marketings, Strategien der Vermarktung zu bewerten und neue Distributionswege umzusetzen. Die Wahl eines Schwerpunktes und von Wahlpflichtmodulen erlaubt es den Absolvent\*innen einerseits, fachliche Schwerpunkte zu setzen, andererseits ihre eigenen Vorlieben zu reflektieren und ihre Persönlichkeit im Rahmen der beruflichen Qualifizierung weiterzuentwickeln. Sie sind befähigt, die mit Spielkonsum verbundenen persönlichen und gesellschaftlichen Auswirkungen kritisch zu reflektieren. Die erworbenen Fertigkeiten des wissenschaftlichen Arbeitens befähigen die Absolvent\*innen dazu, sich unter Anwendung erprobter und wissenschaftlich fundierter Methoden neues Wissen selbstständig anzueignen. Auch sind sie in der Lage, bildliche und audiovisuelle Gestaltungen vor einem ethischen Hintergrund zu hinterfragen.

Das Qualifikationsprofil des Studiengangs **„Game Design & Management mit Praxissemester, B.A.“** erweitert die o.g. Qualifikationen der Absolvent\*innen im Bereich der Berufsbefähigung. Das QP enthält daher folgenden Zusatz: In dem einsemestrigen integrierten Praktikum konnten sich die Absolvent\*innen auf der Grundlage ihres theoretischen Wissens und ihrer fachlichen Kompetenzen in der Bewältigung praktischer unternehmerischer Problemstellungen üben. Zugleich konnten sie dabei die sich typischerweise bietenden Gelegenheiten nutzen, um im Zusammenspiel mit Projektpartnern etwa soziale, kommunikative und moderative Fähigkeiten zu schulen.

Aufgrund der über die fachspezifischen Kompetenzen hinaus erworbenen betriebswirtschaftlichen und medienrechtlichen Kenntnisse sowie überfachlichen Strategiekompetenzen eignen sich Absolvent\*innen des Studiengangs **„Game Design & Management, B.A.“** und **„Game Design & Management mit Praxissemester, B.A.“** insbesondere auch für Projektleitungsfunktionen im Produkt- und Designkontext. Neben der Tätigkeit in Unternehmen der Digitalwirtschaft sowie der Gaming-Industrie als Game Artist, Game Programmer, UX-Designer oder Game Producer sind die Absolvent\*innen, durch die Kenntnisse des Gründungsmanagements, in der Lage, sich mit eigenen Geschäfts- und Produktideen selbstständig zu machen.“

### **Bewertung QP Game Design & Management**

*Das Gutachterteam konstatiert, dass das QP für Game Design & Management über ein differenziertes Spektrum an Schlüsselkompetenzen im Entwicklungs-, Darstellungs- und Vermittlungsfeld digitaler Spiele wie auch medienunabhängiger spielerischer Systeme aussagekräftig beschrieben wird. Die im QP durchgängig verfolgte Kompetenzorientierung auf hohem Niveau wird positiv hervorgehoben.*

*Das QP macht aus Gutachtersicht deutlich, dass die Befähigungen anwendungs- und berufsorientiert, mit wissenschaftlicher Grundlegung insbesondere im Bezugsfeld von wissenschaftlicher Marktforschung, digitaler Vermarktungsstrategien und neuer Distributionswege vermittelt werden. Zwar werden weder der aktuelle Stand der Forschung noch ein möglicher Innovationsanspruch expliziert, jedoch ergibt sich implizit ein auf den state of*

*the art der Forschung rekurrerender Innovationsanspruch durch die Praxis- und Marktorientierung des Programms entlang der gesamten Prozesskette zur Realisation von Gameprojekten in einem hochdynamischen Umfeld.*

*Weiterentwicklungspotential wird darin gesehen, im Rahmen der Darstellung des Qualifikationsprofils die Chance zu nutzen, die im Zuge des digital forcierten spatial turn und globaler Urbanification der Fahrt aufnehmenden Smart-City- und Transformationsdebatte, die wachsende Bedeutung von spielbasierten Repräsentationen und Gamificationszenarien für kulturelle, wirtschaftliche und politische Nutzungen hervorzukehren (**Empfehlung 1 GDM**). Neben der Anschlussfähigkeit zu den Modulen Data Science & Data Analytics sowie Digitale Transformation lassen sich entlang dieser Linie beschäftigungsrelevante Brückenschläge zum MM-Programm herstellen.*

*In ausgewählten Aspekten des QPs wird aus Gutachtersicht zudem deutlich, dass auch überfachliche Kompetenzen erworben werden, und zwar insbesondere in Fragen kommunikationswissenschaftlich unterlegter, kritischer Medienreflektion im Hinblick auf gesellschaftliche wie persönliche Auswirkungen. Präsentations- und Moderationsfähigkeiten adressieren implizit wesentliche Aspekte der Entfaltung von Selbstwirksamkeit, gleichsam geht mit der Ermutigung und Befähigung zu beruflicher Selbständigkeit unter Einschluss von Gründungsmanagementkompetenzen implizit der Anspruch auf eine selbstreflexive und selbstregulative Persönlichkeitsentwicklung einher. Darüber hinaus eröffnen variable Schwerpunktsetzungen Spielräume für eine individuelle Entwicklung. Mit dem Verweis auf das inter- und transdisziplinäre Potenzial von Spielekonzepten werden einmal mehr überfachliche Kompetenzen angesprochen. Die hierin aufgehobenen Transfer- und Anwendungspotenziale könnten beispielhaft im QP benannt werden. Die Befähigung zu zivilgesellschaftlichem Engagement wird im Hinblick auf gesellschaftliche Auswirkungen und medienethische Fragestellungen von Gameentwicklung und Entwicklung implizit angestoßen. Die praxisbezogene Orientierung des GDM-Profiles auf berufliche Fähigkeiten in der Medien- und Digitalwirtschaft, insbesondere der Gaming Wirtschaft, wird aus Gutachtersicht klar vorgetragen und über die Studienvariante mit Praxissemester zusätzlich akzentuiert, die zugleich die Attraktivität des berufsbefähigenden Studienangebots insgesamt steigert. Die interdisziplinären Vernetzungspotenziale des GDM-Programms mit den Studiengängen im Creative Cluster könnten jedoch zusätzlich hervorgehoben werden.*

*Mit Blick auf die mögliche Gestaltung eines konsekutiven Masterstudiengangs schafft das integrierte Qualifikations- und Persönlichkeitsprofil eine aussichtsreiche Grundlage für die Vermittlung von Leadershipkompetenzen in Media-Management & Media-Design, designstrategische Kompetenzen könnten dann aber im QP noch stärkere Beachtung finden.*

## QP Mediendesign & Management

„Absolvent\*innen des Studiengangs „**Mediendesign & Management, B.A.**“ sind befähigt, Raum-, Produkt- und Eventdesign in virtuellen 3D-Konzepten zu entwickeln. Mit Hilfe der erworbenen Kenntnisse des Projektmanagements können die Absolvent\*innen Designprojekte, von der Idee bis hin zur konkreten Produktion, mitgestalten. Dies umfasst sowohl 3D-spezifische Fertigkeiten wie Modelling, Texturing, Rigging und 3D-Animation als auch den Einsatz von 3D-Objekten und -Szenerien in inter- und transdisziplinären Kontexten. Aufgrund ihrer künstlerischen Fähigkeiten und Kenntnisse des 3D- und Motion-Designs sind sie in der Lage, Raum-, Produkt- und Eventgestaltungen zu entwerfen und gestalterisch für konkrete Zielgruppen umzusetzen. Sie sind befähigt, unter Einsatz ihrer Kompetenzen der wissenschaftlichen Marktforschung sowie der Kenntnisse des digitalen Marketings, Strategien der Vermarktung zu bewerten und neue Distributionswege umzusetzen. Die erworbenen Fertigkeiten

des wissenschaftlichen Arbeitens befähigen die Absolvent\*innen dazu, sich unter Anwendung erprobter und wissenschaftlich fundierter Methoden neues Wissen selbstständig anzueignen. Die Absolvent\*innen sind in der Lage, ihre Präsentations- und Moderationskompetenzen einzusetzen, um innerhalb eines Teams eigene Standpunkte zu verdeutlichen, aber auch andere Meinungen aufzunehmen und zu tolerieren. Sie sind zudem in der Lage, bildliche und audiovisuelle Gestaltungen vor einem ethischen Hintergrund zu hinterfragen. Die Wahl eines Schwerpunktes und von Wahlpflichtmodulen erlaubt es den Absolvent\*innen einerseits, fachliche Schwerpunkte zu setzen, andererseits ihre eigenen Vorlieben zu reflektieren und ihre Persönlichkeit im Rahmen der beruflichen Qualifizierung weiterzuentwickeln.

Das Qualifikationsprofil des Studiengangs „**Mediendesign & Management mit Praxissemester, B.A.**“ erweitert die o.g. Qualifikationen der Absolvent\*innen im Bereich der Berufsbefähigung. Das QP enthält daher folgenden Zusatz: In dem einsemestrigen integrierten Praktikum konnten sich die Absolvent\*innen auf der Grundlage ihres theoretischen Wissens und ihrer fachlichen Kompetenzen in der Bewältigung praktischer unternehmerischer Problemstellungen üben. Zugleich konnten sie dabei die sich typischerweise bietenden Gelegenheiten nutzen, um im Zusammenspiel mit Projektpartnern etwa soziale, kommunikative und moderative Fähigkeiten zu schulen.

Aufgrund der über die fachspezifischen Kompetenzen hinaus erworbenen betriebswirtschaftlichen und medienrechtlichen Kenntnisse sowie überfachlichen Strategiekompetenzen eignen sich Absolvent\*innen des Studiengangs „**Mediendesign & Management, B.A.**“ und „**Mediendesign & Management mit Praxissemester, B.A.**“ insbesondere auch für Projektleitungsfunktionen im Produkt- und Designkontext. Neben der Tätigkeit in Unternehmen der Digitalwirtschaft sowie in Marketing- und Designagenturen als VFX-, Character-Artist oder 3D-Raum- und ObjektDesigner sind die Absolvent\*innen, durch die Kenntnisse des Gründungsmanagements, in der Lage, sich mit eigenen Geschäfts- und Produktideen selbständig zu machen.“

### **Bewertung QP Mediendesign & Management**

*Nach Ansicht des Gutachterteams wird das QP für Mediendesign & Management über ein spezifiziertes Spektrum an Schlüsselkompetenzen im Entwicklungs-, Darstellungs- und Vermittlungsfeld des Mediendesigns mit besonderem Fokus auf Applikationen virtueller 3D-Konzepte aussagekräftig beschrieben. Dabei verdichtet es die weitreichende Komplexität des Gegenstandsbereichs „Mediendesign“ auf die Gestaltungsfelder von Produkt-, Raum- und Eventgestaltung. Das Wahlpflichtangebot bietet ferner die Möglichkeit, Mediendesign als weit gefasstes Gestaltungsfeld vielseitig auszuloten.*

*Zwar verdient aus Gutachtersicht die Entscheidung, das QP des Studiengangs MM prioritär in objekt-, raum- und eventbezogenen Anwendungskontexten zu verankern, besondere Beachtung, es wird jedoch empfohlen, die Gründe hierfür in der Beschreibung des QP auch explizit zu kommunizieren (**Empfehlung 1 MM**). Schließlich können gute Gründe geltend gemacht werden, die weitgespannte Gestaltungsdisziplin des Mediendesign aus der – vielseitig anschlussfähigen – Qualifikationsperspektive raumbildender, virtueller wie realer Medien- und Interaktionsszenarien zu entwickeln.*

*Weiterentwicklungspotential wird darin gesehen, im Rahmen der Darstellung des Qualifikationsprofils die Chance zu nutzen, die im Zuge des digital forcierten spatial turn und globaler Urbanification der Fahrt aufnehmenden Smart-City- und Transformationsdebatte, die wachsende Bedeutung von spielebasierten Repräsentationen und Gamificationszenarien für kulturelle, wirtschaftliche und politische Nutzungen hervorzuheben (**Empfehlung 2 MM**). Neben der Anschlussfähigkeit zu den Modulen Data Science & Data Analytics sowie Digitale Transformation lassen sich entlang dieser Linie beschäftigungsrelevante Brückenschläge zum MM-Programm herstellen.*

*Die klare Marktorientierung des Studiengangs im Umfeld einer durch Virtualisierung technologie- wie nutzergetriebenen digitalen Medienlandschaft vermag diese spezifische fachinhaltliche Positionierung des MM-QP zu stützen. Darüber hinaus könnten die interdisziplinären Vernetzungspotenziale des MM-Programms mit den Studiengängen im Creative Cluster hervorgehoben werden.*

*In ausgewählten Aspekten des QPs wird ferner deutlich, dass auch überfachliche Kompetenzen erworben werden, und zwar vor allem in puncto kritischer Medienreflektion im Hinblick auf gesellschaftliche wie persönliche Auswirkungen. Präsentations- und Moderationsfähigkeiten adressieren implizit wesentliche Aspekte der Entfaltung von Selbstwirksamkeit, gleichsam geht mit der Ermutigung und Befähigung zu beruflicher Selbständigkeit unter Einschluss von Gründungsmanagementkompetenzen implizit der Anspruch auf eine selbst-reflexive und selbstregulative Persönlichkeitsentwicklung einher. Darüber hinaus eröffnen variable Schwerpunktsetzungen Spielräume für eine individuelle Entwicklung. Unter dem Verweis auf das inter- und transdisziplinäre Potenzial von raumbezogenen Mediendesignkonzepten werden einmal mehr überfachliche Kompetenzen angesprochen. Die hierin enthaltenen Transfer- und Anwendungspotenziale könnten beispielhaft auch im QP benannt werden. Die Befähigung zu zivilgesellschaftlichem Engagement wird im Hinblick auf gesellschaftliche Auswirkungen und medienethische Fragestellungen im Mediendesign implizit angestoßen.*

*Gutachterseitig wird die Ausgestaltung der Studienvariante mit Praxissemester als wertvoller „proof of concept“ bewertet, die den Realismus und die Attraktivität dieses berufsbefähigenden Angebots insgesamt steigert.*

## QP Motion Design & Management

„Absolvent\*innen des Bachelorstudiengangs **„Motion Design & Management, B.A.“** verstehen grundlegende Ansätze des strategischen Medienmanagements sowie des digitalen Marketings. Mit Hilfe der erworbenen Kenntnisse des Projektmanagements können die Absolvent\*innen die Entwicklung von filmischen Projekten, von der Idee bis hin zur konkreten Produktion, mitgestalten. Die Absolvent\*innen besitzen die Kompetenz, mit Hilfe wissenschaftlicher Methoden der Betriebswirtschaft, strategische Entscheidungen und Geschäftsmodelle in der Medien- und Digitalwirtschaft zu beurteilen. Insbesondere sind sie befähigt, aktuelle Entwicklungen in der Bewegtbildproduktion durch digitale Transformation darzustellen und die daraus wachsenden betriebswirtschaftlichen Potentiale zu erkennen. Sie sind befähigt, unter Einsatz ihrer Kompetenzen der wissenschaftlichen Marktforschung sowie der Kenntnisse des digitalen Marketings, Strategien der Vermarktung zu bewerten und neue Distributionswege umzusetzen. Die erworbenen Fertigkeiten des wissenschaftlichen Arbeitens befähigen die Absolvent\*innen dazu, sich unter Anwendung erprobter und wissenschaftlich fundierter Methoden neues Wissen selbstständig anzueignen. Durch die Kenntnisse kommunikationswissenschaftlicher Ansätze und Methoden sind die Absolvent\*innen in der Lage, Kommunikationsstrategien für Unternehmen zu entwickeln und umzusetzen. Sie sind befähigt, die gesellschaftlichen Auswirkungen der Entwicklungen im Bereich digitaler Medien kritisch zu reflektieren und ethisch zu hinterfragen. Eigenständig erarbeitete Lösungsansätze können die Absolvent\*innen, mit Hilfe ihrer Präsentations- und Kommunikationsfertigkeiten, gegenüber Dritten erläutern. Die Absolvent\*innen sind in der Lage, ihre Moderationskompetenzen einzusetzen, um innerhalb eines Teams eigene Standpunkte zu verdeutlichen, aber auch andere Meinungen aufzunehmen und zu tolerieren. Die Wahl eines Schwerpunktes und von Wahlpflichtmodulen erlaubt es den Absolvent\*innen einerseits, fachliche Schwerpunkte zu setzen, andererseits ihre eigenen Vorlieben zu reflektieren und ihre Persönlichkeit im Rahmen der beruflichen Qualifizierung weiterzuentwickeln.

Das Qualifikationsprofil des Studiengangs **„Motion Design & Management mit Praxissemester, B.A.“** erweitert die o.g. Qualifikationen der Absolvent\*innen im Bereich der Berufsbefähigung. Das QP enthält daher folgenden Zusatz: In dem einsemestrigen integrierten Praktikum konnten sich die Absolvent\*innen auf der Grundlage ihres theoretischen Wissens und ihrer fachlichen Kompetenzen in der Bewältigung praktischer unternehmerischer Problemstellungen üben. Zugleich konnten sie dabei die sich typischerweise bietenden Gelegenheiten nutzen, um im Zusammenspiel mit Projektpartnern etwa soziale, kommunikative und moderative Fähigkeiten zu schulen.

Absolvent\*innen des Studiengangs **„Motion Design & Management, B.A.“** und **„Motion Design & Management mit Praxissemester, B.A.“** sind für eine Tätigkeit als Nachwuchsführungskraft in Unternehmen der Digital- und Medienwirtschaft befähigt. Zusätzlich sind sie in der Lage, auf Basis

der erworbenen Kenntnisse des Gründungsmanagements, sich selbständig zu machen. Dazu gehört auch die Kompetenz, in einem von technischem Wandel getriebenen Markt innovativ zu agieren.“

### **Bewertung QP Motion Design & Management**

*Aus Sicht des Gutachtertteams werden laut QP des Studiengangs Motion Design & Management sowohl in den Bereichen Management und Betriebswirtschaftslehre als auch in den Bereichen von Medien und audiovisuellen Medien entsprechende Kompetenzen theorie- und praxisfundiert vermittelt. Die Studierenden lernen gerade in den fachspezifischen Modulen, Medienprojekte auf verschiedenen Ebenen und Branchen konkret gesamtheitlich zu konzipieren und umzusetzen. Der Wahlpflichtkatalog für diesen Studiengang ermöglicht eine individuelle Studiausrichtung.*

*Überfachliche Kompetenzen oder Schlüsselqualifikationen zeigen sich aus Gutachtersicht im Projektmanagement oder Business-Planspiel, im Wissenschaftlichen Arbeiten sowie in den Wahlpflichtmodulen des Gesamtverbunds. Durch die mit Theorie und Praxis verstränkte Vermittlung von Wissen können die Studierenden ihre Persönlichkeit entwickeln. Die Verknüpfung mit Praxisprojekten stärkt zudem das Bewusstsein für ein Engagement in der Zivilgesellschaft.*

*Der Studiengang bildet insgesamt gut für das Managen und das Umsetzen von audiovisuellen Projekten aus. Durch den hohen Anteil von praktischen Fähigkeiten innerhalb der Module können die Studierenden während des Studiums nicht nur die Kompetenzen aufbauen, sondern auch im Rahmen von Projekten direkt anwenden.*

*Die Angabe der Berufsbilder „Tätigkeit als Nachwuchsführungskraft, in Unternehmen der Digital- und Medienwirtschaft oder Selbstständigkeit“ zeigt allerdings nur einen Teil der möglichen Berufsbilder auf, daher sollte dieser vor dem Hintergrund der Fähigkeiten und Kompetenzen, die in dem Studium erlangt werden, erweitert bzw. komplementiert werden (**Empfehlung 1 MoD**).*

### **QP Medienmanagement und Digitales Marketing**

„Die Absolvent\*innen des Bachelorstudiengangs **„Medienmanagement & Digitales Marketing, B.A.“** verfügen über grundlegende Kompetenzen des Medienmanagements und über wissenschaftsmethodische Kompetenzen. Sie können die Vor- und Nachteile unterschiedlicher Mediengattungen gegeneinander abwägen und auch die Potentiale der digitalen Transformation kritisch abschätzen. Ihre Fähigkeit, sich analytisch mit neuen medialen Sachverhalten auseinanderzusetzen, dient ihnen auch zur Beurteilung von Strategien und Geschäftsmodellen von Medienunternehmen. Die Absolvent\*innen sind insbesondere in der Lage, mit Hilfe medienwissenschaftlicher Methoden bei der Konzeption, Planung und Umsetzung von Marketing- und Kommunikationsstrategien mitzuwirken und den Erfolg derartiger umgesetzter Strategien mittels quantitativer und qualitativer Methoden zu bewerten. Die Wahl von Schwerpunkten und Wahlpflichtmodulen erlaubt es den Absolvent\*innen, einerseits fachliche Schwerpunkte zu setzen, andererseits ihre eigenen Vorlieben zu reflektieren und ihre Persönlichkeit im Rahmen der beruflichen Qualifizierung weiterzuentwickeln. Dazu gehören beispielsweise Moderationskompetenzen, um innerhalb von Teams den eigenen Standpunkt zu verdeutlichen ebenso wie die Reflektion anderer Meinungen und die sachlich-argumentative Auseinandersetzung darüber. Sie vermögen zudem unter Berücksichtigung aktueller Trends gesellschaftliche Prozesse wahrzunehmen, diese aktiv mitzugestalten und sich für gesellschaftliche Werte einer freiheitlich-demokratischen Ordnung einzusetzen. Die erworbenen Fertigkeiten des wissenschaftlichen Arbeitens befähigen die Absolvent\*innen dazu, sich unter Anwendung erprobter und wissenschaftlich fundierter Methoden neues Wissen selbstständig anzueignen. Die so gewonnenen neuen Erkenntnisse können sie unter Anwendung geeigneter Präsentationstechniken gegenüber Dritten, ggf. auch in englischer Sprache, darlegen.

Das Qualifikationsprofil des Studiengangs „**Medienmanagement & Digitales Marketing mit Praxissemester, B.A.**“ erweitert die Qualifikationen der Absolvent\*innen im Bereich der Berufsbefähigung. Das QP wird daher um folgenden Zusatz erweitert: In dem einsemestrigen integrierten Praktikum konnten sich die Absolvent\*innen auf der Grundlage ihres theoretischen Wissens und ihrer fachlichen Kompetenzen in der Bewältigung praktischer Problemstellungen der Digital- und Medienwirtschaft üben. Zugleich konnten sie in diesen Projekten die sich typischerweise bietenden Gelegenheiten nutzen, um im Zusammenspiel mit Projektpartnern etwa soziale, kommunikative und moderate Fähigkeiten zu schulen.

Berufsfelder der Absolvent\*innen der Studiengänge „**Medienmanagement & Digitales Marketing, B.A.**“ und „**Medienmanagement & Digitales Marketing mit Praxissemester, B.A.**“ sind Tätigkeiten als Nachwuchsführungskraft in Unternehmen der Digitalwirtschaft, Managementaufgaben in Medienunternehmen, Unternehmensberatungen mit besonderem Fokus auf Marketing im Bereich der Digitalwirtschaft. Weiterhin kommt eine Selbstständigkeit im Rahmen eines eigenen Start-ups oder die Mitarbeit in der Unternehmenskommunikation in Frage. Darüber hinaus ist es auch möglich, nach einem erfolgreichen Bachelorabschluss ein Masterstudium aufzunehmen.“

### **Bewertung QP Medienmanagement und Digitales Marketing**

*Aus Sicht des Gutachterteams beschreibt das Qualifikationsprofil die notwendige generalistische Bildung im Bereich der Digitalen Wirtschaft und Transformation und die Themen des Digitalen Marketings. Die Studierenden erlangen durch Themen der Medienpraxis und des Rechts speziell auf der Umsetzungsebene Kompetenzen, um umfassend Aufgabenstellungen und Themen ganzheitlich zu verstehen und eigenständig umzusetzen. Mittels Case Study lässt sich der Transfer zwischen Theorie, aktuellen Entwicklungen und Praxis umzusetzen. Fertigkeiten des wissenschaftlichen Arbeitens werden durch entsprechende Angebote und eine integrative Behandlung geschult. Die Nutzung von übergreifenden Modulen, die fachspezifische Ausrichtung sowie die Möglichkeit der Spezialisierung sind kompetenzorientiert auf das jeweilige Qualifikationsziel ausgerichtet.*

*Die Studierenden erlangen in den Bereichen digitale Transformation und digitale Wirtschaft Kenntnisse über rechtliche, gesamtwirtschaftliche und gesellschaftliche Rahmenbedingungen sowie durch die Wissenschaftsmethoden ein umfassendes überfachliches Methoden- und Kompetenzgerüst, um auch zukünftige berufliche Aufgabenstellungen einzuordnen und zu bewältigen.*

*Neben den (Schwerpunkt-)Wahlmöglichkeiten ermöglichen auch die integrativen Bestandteile einer individuell ausgeprägten Kompetenzentwicklung in einigen Modulen eine sehr gute Persönlichkeitsentwicklung. Die Aufnahme aktueller Themen aus der Praxis und der Bearbeitung von Praxisthemen trägt dem Ziel der Befähigung zum zivilgesellschaftlichem Engagement Rechnung.*

*Aus Sicht des Gutachterteams bietet der Studiengang insgesamt das relevante Kompetenzset für die multidisziplinären Aufgaben auf dem weiteren Karriereweg der Studierenden. Die Verquickung zwischen allgemeinen Themen und den Wahlmöglichkeiten ist besonders gut gelungen.*

### **QP Medienpädagogik**

„Absolvent\*innen des Studiengangs „**Medienpädagogik B.A.**“ können ihr Wissen und ihre Fachkompetenzen einsetzen, um den digitalen Wandel kritisch, reflektiert sowie mit Verantwortungsbewusstsein mitzugestalten. Sie verfügen nicht nur über fundierte wissenschaftliche Grundkenntnisse in pädagogischen Querschnittsfächern, sondern auch über vertiefte Kenntnisse und Fertigkeiten in den spezifischen Bereichen Medienbildung, Medienerziehung, Mediendidaktik und gesellschaftspolitische Fragestellungen im Zuge der Digitalisierung und orientieren sich damit an den drei Aufgaben- und Reflexionsfeldern Erziehung, Bildung und Didaktik zur Entwicklung medienpädagogischer Studiengänge nach dem „Orientierungsrahmen“ der Deutschen Gesellschaft für Erziehungswissenschaft

(DGfE). Auf dieser Grundlage können sie sowohl konkret mediendidaktische Lerninhalte erarbeiten und geeignete Lernplattformen entwickeln, als auch zu medienpädagogischen Fragestellungen beraten. Die Absolvent\*innen besitzen ein ganzheitliches Verständnis der beiden Teilbereiche Medienbildung und Mediendidaktik und können medienbezogene Entwicklungen und deren Anwendungsbezug unter nachhaltigen und ethischen Kriterien (z.B. im Bereich Jugendschutz) bewerten. Dabei reichen ihre Kompetenzen von medienbezogenen Bildungs- und Erziehungsmaßnahmen für Kinder und Jugendliche bis in den Bereich der Erwachsenenbildung. Auch haben sie im praxisnahen Studium gelernt, ihre profunden medienpädagogischen Kenntnisse zu kommunizieren und vor Anderen zu präsentieren. Die Absolvent\*innen kennen und verstehen den wirtschaftlichen Kontext, in welchem die sie beschäftigenden Organisationen/Institutionen stehen. Die erworbenen betriebswirtschaftlichen Grundkenntnisse ermöglichen ihnen darüber hinaus auch eine selbstständige medienpädagogische Tätigkeit. Ihre erworbenen interkulturellen und englischsprachigen Kompetenzen können sie unter anderem auch für die Tätigkeit in internationalen Teams zielführend einsetzen.

Das Qualifikationsprofil des Studiengangs „**Medienpädagogik mit Praxissemester, B.A.**“ erweitert die Qualifikationen der Absolvent\*innen im Bereich der Berufsbefähigung. Das QP wird daher um folgenden Zusatz erweitert: In dem einsemestrigen integrierten Praktikum konnten sich die Absolvent\*innen auf der Grundlage ihres theoretischen Wissens und ihrer fachlichen Kompetenzen in der Bewältigung praktischer Problemstellungen im pädagogischen Bereich üben. Zugleich konnten sie hierbei die sich typischerweise bietenden Gelegenheiten nutzen, um im Zusammenspiel mit Projektpartnern etwa soziale, kommunikative und moderative Fähigkeiten zu schulen.

Berufsfelder der Absolvent\*innen des Studiengangs „**Medienpädagogik, B.A.**“ und „**Medienpädagogik mit Praxissemester, B.A.**“ liegen in der Entwicklung und Umsetzung von medienpädagogischen Angeboten für Unternehmen, öffentlichen Einrichtungen und Stiftungen als auch im Management von Bildungseinrichtungen. Den Absolvent\*innen ist es darüber hinaus auch möglich, ein Masterstudium aufzunehmen.“

### **Bewertung QP Medienpädagogik**

*Aus Sicht des Gutachterteams setzt das Qualifikationsprofil insbesondere Akzente im Bereich der Erarbeitung, des Einsatzes und der Reflexion mediendidaktischer Lerninhalte und -formate; es stellt im Besonderen auf die Aufgabengebiete Erziehung, Bildung und Didaktik in den verschiedenen Bildungssektoren (von frühkindlicher Bildung bis zur Erwachsenenbildung) ab. Es werden insgesamt stärker Handlungsfelder und weniger konkrete Kompetenzen ausformuliert. Mit Blick auf die Breite des Studiums wird empfohlen, das Konzept der digitalen Mündigkeit stärker zu fokussieren, in dem aktuell die Debatte um Medienkompetenz und Mediennutzung wissenschaftlich-konzeptionell aufgeht (**Empfehlung 1 MPäd**).*

*Das QP zeigt auf, dass die inhaltlichen Empfehlungen der Sektion Medienpädagogik der Deutschen Gesellschaft für Erziehungswissenschaften (DGfE) in die Anforderungen und die inhaltlichen Ausgestaltungen des Studienprogramms eingeflossen sind.*

*Es betont stärker fachliche und interdisziplinäre Kompetenzen (hier: betriebswirtschaftliche, interkulturelle und englischsprachige Kompetenzen); übergreifende, überfachliche Kompetenzen wie etwa soziale, kommunikative und moderative kommen insbesondere im Zusatz für die 210er Studienvariante zum Ausdruck. Hier könnte das bereits erwähnte Konzept der Digitalen Mündigkeit das überfachliche Kompetenzspektrum erweitern.*

*Die Berufsfelder werden in der Entwicklung und Umsetzung von medienpädagogischen Angeboten für Unternehmen, öffentliche Einrichtungen und Stiftungen sowie im Management von Bildungseinrichtungen gesehen. Das Qualifikationsprofil ist mit Blick auf diese Berufsfelder adäquat formuliert und repräsentiert den aktuellen Stand der Forschung.*

*Gleichwohl wird empfohlen, Bildungsprozesse und auch die Bildungsgestaltung deutlicher zu positionieren (**Empfehlung 2 MPäd**), beispielsweise durch die Formulierung, dass der Studiengang Bildungsverantwortliche und -planer aller Bildungssektoren ausbildet, die im*

*Bildungsmanagement und in der Bildungsverwaltung tätig sind. Gleichzeitig könnte das QP Bildungsverantwortliche und -planer stärker in den Blick nehmen.*

*Insgesamt ist das Qualifikationsprofil für die angestrebten Berufsfelder der Absolvent\*innen passend und mit Blick auf die Inhalte des Studienganges gut formuliert. Es berücksichtigt zudem, dass eine weitergehende wissenschaftliche Qualifizierung angeschlossen werden kann.*

## **QP Wirtschaftspädagogik**

„Absolvent\*innen des Studiengangs **„Wirtschaftspädagogik, B.Sc.“** haben begonnen, eine berufliche Identität zu entwickeln, die sie insbesondere befähigt, auf der Grundlage von verinnerlichteten wirtschaftspädagogischen Modellen und Paradigmen geeignete Lösungsansätze für typische wirtschaftspädagogische Aufgabenstellungen zu finden. Mittels ihrer Kompetenzen sind sie in der Lage wirtschaftsorientiertes Lernen und Lehren in Unternehmen kritisch, reflektiert und mit Verantwortungsbewusstsein zu entwickeln und in Betrieben einzusetzen. Hierzu sind sie zum einen durch ihre fundierten wirtschaftswissenschaftlichen, insbesondere betriebswirtschaftlichen Kenntnisse befähigt. Zum anderen sind sie hierfür durch ihre Kompetenz qualifiziert, moderne Lehr- und Lernarrangements als integrative Bestandteile einer zeitgemäßen, den Zielen des Unternehmens und den Interessen der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen Rechnung tragenden Personalentwicklung mitzugestalten. Die Absolvent\*innen haben sowohl die Inhalte der pädagogischen Querschnittsfächer als auch die semantischen Komponenten der speziellen wirtschaftspädagogischen Fachgebiete verinnerlicht und sind hierdurch gestärkt in der Lage, in Unternehmen insbesondere Ausbildung zu gestalten, Weiterbildung zu organisieren sowie Wissensmanagement durchzuführen. Ihre erworbenen interkulturellen und englischsprachigen Kompetenzen können sie unter anderem auch für die Tätigkeit in internationalen Teams zielführend einsetzen. Zudem haben sie im praxisnahen Studium gelernt, ihre wirtschaftspädagogischen Kenntnisse zu kommunizieren und vor Anderen zu präsentieren. Darüber hinaus haben die Absolvent\*innen durch ihr Studium u.a. eine Persönlichkeitsbildung in dem Sinne erfahren, dass sie zivilgesellschaftliche Prozesse nicht nur begreifen, sondern diese auch partizipativ gestalten können. So sind sie nicht nur befähigt, in sozialverantwortlicher Weise Aufgaben des Bildungsmanagements in Unternehmen zu erfüllen, sondern auch Bildung, verstanden als soziologisch-gesellschaftliches Problemfeld, mit bürgerlichem Engagement zu befördern.

Das Qualifikationsprofil des Studiengangs **„Wirtschaftspädagogik mit Praxissemester, B.Sc.“** erweitert die Qualifikationen der Absolvent\*innen im Bereich der Berufsbefähigung. Das QP wird daher um folgenden Zusatz erweitert: In dem einsemestrigen integrierten Praktikum konnten sich die Absolvent\*innen auf der Grundlage ihres theoretischen Wissens und ihrer fachlichen Kompetenzen in der Bewältigung praktischer Problemstellungen im pädagogischen Bereich üben. Zugleich konnten sie hierbei die sich typischerweise bietenden Gelegenheiten nutzen, um im Zusammenspiel mit Projektpartnern etwa soziale, kommunikative und moderative Fähigkeiten zu schulen.

Die Absolvent\*innen des Studiengangs **„Wirtschaftspädagogik, B.Sc.“** und **„Wirtschaftspädagogik mit Praxissemester, B.Sc.“** sind in mittelständischen und großen Unternehmen in verschiedenen Abteilungen, insb. in den betrieblichen Organisationseinheiten Aus- und Weiterbildung, nationale und internationale Personalentwicklung und Wissensmanagement tätig. Zudem ist es den Absolvent\*innen möglich, ein Masterstudium aufzunehmen.“

## **Bewertung QP Wirtschaftspädagogik**

*Aus Sicht des Gutachterteams verdeutlicht das QP die im Studiengang zu vermittelnden Kompetenzen an verschiedenen Stellen. Hierbei ist es gut gelungen, die im Qualifikationsprofil genannten Kompetenzen mit den Kompetenzbeschreibungen der Module abzustimmen. Die Passung zu den potentiellen Berufsfeldern ist gegeben; die angestrebte Kompetenzentwicklung, abgebildet durch die curriculare Beschreibung, richtet sich an den individuellen Entwicklungen der Absolvent\*innen aber auch den Marktanforderungen aus. Der*

Studiengang berücksichtigt externe Vorgaben der Sektion Berufs- und Wirtschaftspädagogik der Deutschen Gesellschaft für Erziehungswissenschaften (DGfE). Die hierbei insbesondere im Basiscurriculum Wirtschaftspädagogik formulierten Rahmenanforderungen sind in das Studienprogramm sinnvoll integriert.

Dass es in der Wirtschaftspädagogik insbesondere um die Entwicklung eines professionellen Habitus im Hinblick auf die beruflichen und disziplinären Inhalte, Denkfiguren, Modelle und Paradigmen der entsprechenden Fachwissenschaft geht, wird im Qualifikationsprofil kurz adressiert. Insgesamt sind die überfachlichen Kompetenzen gut im Sinne einer individuellen Persönlichkeitsentwicklung berücksichtigt. Allerdings wird empfohlen, gerade Aspekte wie zivilgesellschaftliche Partizipation und bürgerliches Engagement durch explizite Studieninhalte zu fördern (z.B. durch Einbindung von Service Learnings) (**Empfehlung 1 WPäd**).

Aus Gutachtersicht adressiert das Qualifikationsprofil die wesentlichen Einsatzfelder und beschreibt die beruflichen Anforderungen an die Absolvent\*innen sehr gelungen. Es ist adäquat und repräsentiert den aktuellen Stand der Forschung; es berücksichtigt die große Breite der möglichen Berufsperspektiven und stellt die Verzahnung zwischen den Disziplinen (Fachwissenschaft, Pädagogik) gelungen dar; auch die Anschlussmöglichkeit einer weitergehenden wissenschaftlichen Qualifizierung wird dargestellt.

Die perspektivisch vor allem innerbetrieblichen Aufgaben – Ausbildung gestalten, Weiterbildung organisieren, Wissensmanagement durchführen – werden durch die Studieninhalte gut vorbereitet. Gleichwohl wird empfohlen, das QP noch um folgenden Punkt zu ergänzen: „Wirtschaftspädagogen begleiten Transformationsprozesse auf allen Ebenen der betrieblichen Bildungsarbeit - von der Ansprache, über die Konzeption bis zur Implementation und Evaluation von betrieblichen Bildungsangeboten.“ (**Empfehlung 2 WPäd**).

### **Bewertung QPs gesamt**

Die Fachkommission würdigt über die Studiengänge hinweg die Darstellung in der Ziele-Modul-Matrix als übersichtlich gestaltet und geeignet, um so einen transparenten Einblick in die angestrebten Kompetenzen zu geben.

Die Gutachterteams stimmen insgesamt darin überein, dass sowohl die inhaltlichen Anforderungen der StakV Hessen gemäß §11 Qualifikationsziele und Abschlussniveau für die Studiengänge des CC, Game Design & Management, Medien Design & Management und Motion Design & Management sowie auch für Medienmanagement & Digitales Marketing erfüllt sind, als auch die Stimmigkeit der Studiengangsbezeichnung und die Berücksichtigung des fachlichen Diskurses auf nationaler Ebene, wie sie gemäß StakV Hessen § 12 Abs. 1 bzw. § 13 Abs. 1 erwartet werden.

Insgesamt stimmen die Gutachterteams darin überein, dass zwar die inhaltlichen Anforderungen der StakV Hessen gemäß §11 Qualifikationsziele und Abschlussniveau für die Studiengänge Medienpädagogik und Wirtschaftspädagogik erfüllt sind, dass jedoch in puncto innerer Stimmigkeit als auch die Stimmigkeit der Studiengangsbezeichnung und die Berücksichtigung des fachlichen Diskurses auf nationaler Ebene, wie sie gemäß StakV Hessen § 12 Abs. 1 bzw. § 13 Abs. 1 erwartet werden. Sie schließen sich jedoch der Auffassung von QMSL an, dass die durch (Schwerpunkt-)Wahlmöglichkeiten prinzipiell beförderte Individualisierung der Studienausrichtung ebenso in das jeweilige QP aufzunehmen ist, wie die im Rahmen der Persönlichkeitsentwicklung zu entfaltende sachfachliche Diskursfähig-

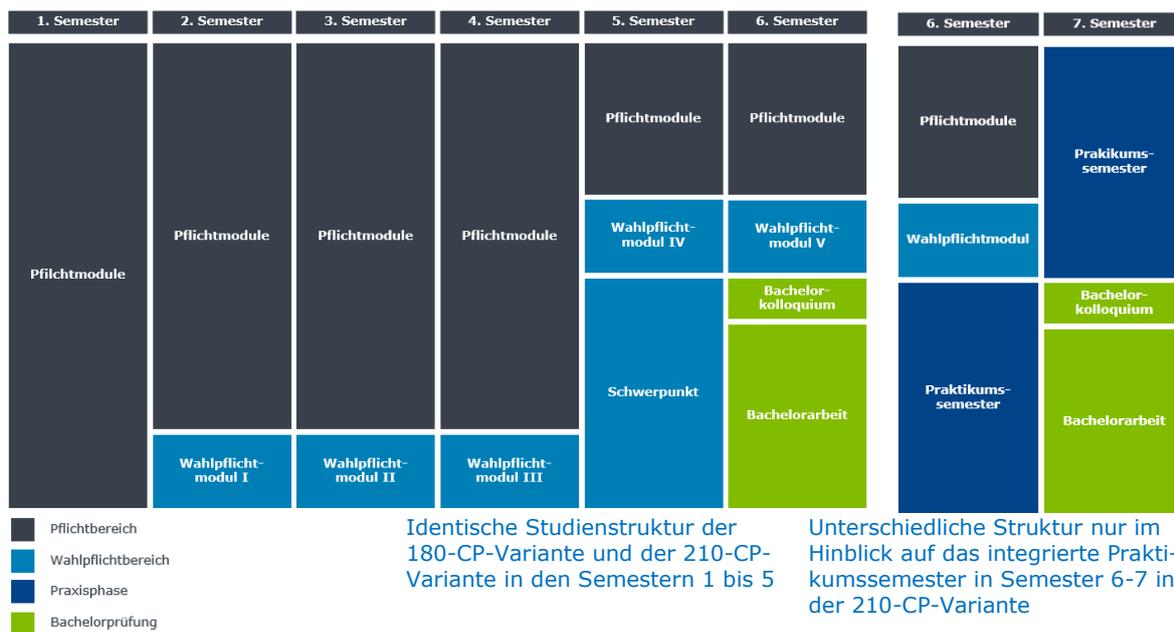
keit und Selbstorganisation, um Kongruenz zwischen den Aussagen im QP und in den jeweiligen Zielsetzungen des BT PO\_BA § 2 Abs. 6 und 12 herzustellen (vgl. Auflage 1 MPäd und 1 WPäd in diesem Kapitel).

### 3. Studienstrukturen, Modularisierung, Curricula

Evidenzen: Studienverlaufspläne, Modulhandbücher, Selbstdokumentation

Die einzelnen Studienverlaufspläne zu den sechs Vollzeit-Bachelor-Studiengängen ohne und mit Praxissemester finden sich zur besseren Lesbarkeit des Berichts im Anhang. Stattdessen wird an dieser Stelle aufgezeigt, wie sich die drei Creative-Studiengänge Game Design & Management, Mediendesign & Management und Motion Design & Management – hinsichtlich der Studiengangsstruktur unterscheiden von den Studiengängen Medienmanagement & Digitales Marketing, Medienpädagogik und Wirtschaftspädagogik.

#### ■ Studienstruktur der Creative-Verbundstudiengänge GDM, MM und MoD



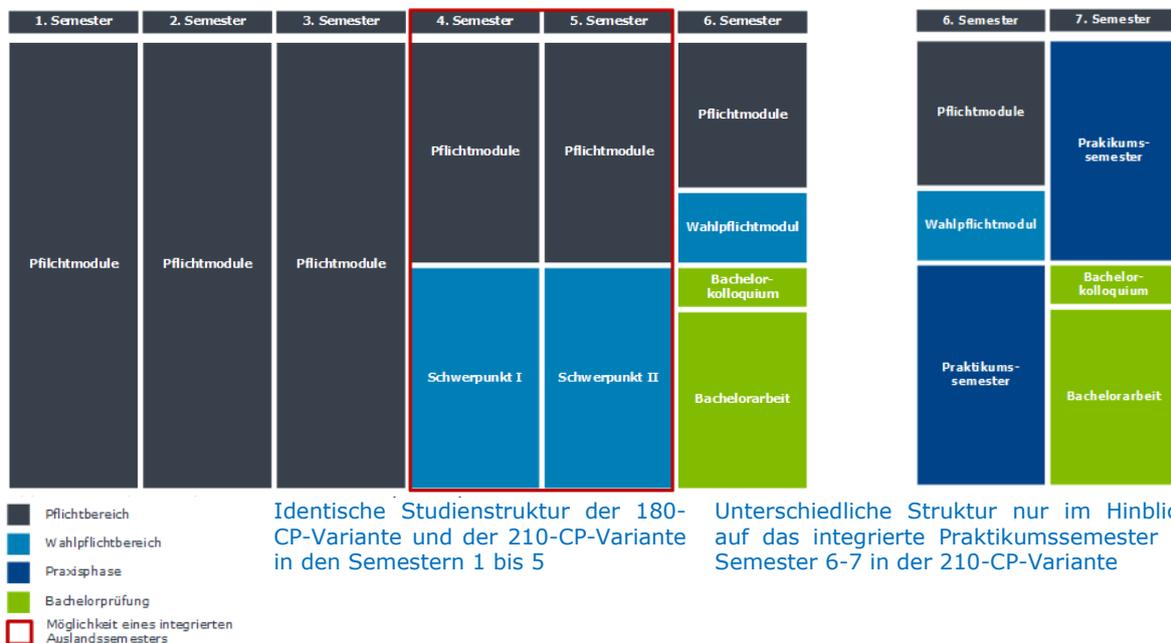
Die obige Abbildung zu den Creative Studiengängen veranschaulicht in Anlehnung an den Selbstbericht, dass in Semester 1 erste fachspezifische und überfachliche Grundlagen über Pflichtmodule vermittelt werden, während die Studierenden in den Semestern 2 bis 5 neben fachspezifischen und überfachlichen Pflichtmodulen pro Semester ein Wahlpflichtmodul aus dem Media-Education-Cluster wählen bzw. in Semester 6 eines aus dem Gesamtverbund der Bachelorstudiengänge des Fachbereichs Wirtschaft & Medien. In Semester 5 gilt es u.a., einen aus drei möglichen Medien-Design spezifischen Schwerpunkten im Umfang von 15 Credit Points zu wählen. Entsprechende Regelungen trifft § 6 Abs. 3 BT PO\_BA

für Studierende aus GDM, MM und MoD zusammen mit dem Hinweis aus § 6 Abs. 6, dass die entsprechenden Studienverlaufspläne mit gelten.

Schwerpunktbezogene Querwahloptionen zu anderen Bachelor-Verbundstudiengängen, wie in den anderen Bachelor-Verbundstudiengängen des Fachbereichs W&M bestehen bei den drei Creative-Studiengängen nicht.

*Gutachterseitig wird mit Blick auf die zeitlichen Restriktionen eines 6-semesterigen Bachelorstudiums ausdrücklich begrüßt, dass das am Markt signifikant nachgefragte Qualifikationspotenzial des Creative (Media) Clusters in drei parallel laufende Studienprogramme (GDM, MM, MoD) übersetzt wurde, was die großen Gestaltungsfelder Zeit (Narration & MoD), Raum (Szenarien & MM), Handlung (Interaktion & GDM) in eine inspirierende Nachbarschaft bringt.*

### ■ Studienstruktur der Verbundstudiengänge MMDM, MPäd und WPäd



Die Abbildung veranschaulicht in Anlehnung an den Selbstbericht, dass über Pflichtmodule in den Semestern 1 bis 3 sowie in 6 fachspezifische und überfachliche Grundlagen bzw. vertiefendes studienfachbezogenes Fachwissen vermittelt wird. Pflichtmodule in den Semestern 4 und 5 dagegen zielen vor allem auf interdisziplinäre und praxisorientierte Kompetenzen mit Bezug zur jeweiligen Fachdisziplin ab. Die Wahlpflichtbereiche ab Semester 4 zielen – u.a. mit der Option eines integrierten Auslandssemesters – auf eine stärker individuelle Kompetenzprofilentwicklung mit folgenden Möglichkeiten:

In Semester 4 und 5 stehen pro Studiengang mindestens zwei studiengangsspezifische Schwerpunkte im Umfang von je 15 CP zur Wahl. Laut § 6 Abs. 4 BT PO\_BA ist grundsätzlich ein studiengangsspezifischer Schwerpunkt zu wählen, während der zweite Schwerpunkt auch aus einem anderen Studiengang der Bachelorstudiengänge gewählt werden kann. Dass die Matrix „Querwahloptionen Schwerpunkte und Wahlpflichtmodule“ als mitgeltendes Dokument zur BT PO\_BA die entsprechenden Wahlmöglichkeiten aufzeigt, darauf weist § 6 Abs. 5 BT PO\_BA hin.

Folgende **curricularen Neuerungen für alle Bachelorstudiengänge** wurden im Zuge der Re-Akkreditierung 2020 eingeführt:

- jedes Curriculum enthält ein Wahlpflichtmodul im Umfang von 5 ECTS-Punkten – regulär im 6. Studiensemester verankert –, das der stärkeren interdisziplinären Profilausrichtung, der weiteren Persönlichkeitsentwicklung oder der Erhöhung der Anschlussfähigkeit an ein bestimmtes Masterprogramm dienen soll und
- die o.g. Studiengänge schließen mit einer Bachelorprüfung ab, die sich aus einem Bachelorkolloquium (3 CP) und einer Bachelorarbeit (12 CP) zusammensetzt (Näheres siehe Kapitel 5 Prüfungskonzept).

## ■ Modularisierung

### ▪ Modulstruktur

Die vorliegenden Bachelor-Verbund-Studiengänge sind modularisiert und weisen in der Regel sechs Module pro Semester aus. In der 6-semesterigen Studienvariante (180 CP) weicht lediglich das letzte Semester mit nur drei Modulen und der abschließenden Bachelorprüfung davon ab. In der 7-semesterigen Studienvariante mit Praxissemester (210 CP) sind im 6. Semester drei Module zu absolvieren bevor die Praxiszeit startet, die bis in das 7. Semester hineinreicht, in dem ansonsten nur noch die Bachelorprüfung abzuleisten ist. Das Modul „Pflichtpraktikum“ in der 210-er Studienvariante bildet mit seiner zwei Semester übergreifenden Dauer eine im Sinne von § 7 Abs. 1 Satz 2 StakV Hessen legitime Ausnahme, während alle anderen Module stets in einem einzigen Semester zu absolvieren sind.

Im Rahmen der vorliegenden Re-Akkreditierung der Bachelor-Verbundstudiengänge erfolgte u.a. auch in den Studiengängen Medienmanagement & Digitales Marketing, Medienpädagogik und Wirtschaftspädagogik eine wesentliche Änderung dahingehend, dass die Schwerpunkte, die es in allen Studiengängen in den Semestern 4 und 5 zu wählen gilt, im Gegensatz zum bisherigen Umfang von 20 CP nunmehr jeweils einen Umfang von 15 CP aufweisen.

Die Modulgröße beträgt in allen Studiengängen dieses vorliegenden Clusters - abgesehen von der Bachelorprüfung - ausnahmslos 5 CP.

### **Bewertung formal**

*Von Seiten der Fachkommission gibt es über alle sechs Studiengänge hinweg keine Beanstandungen hinsichtlich der formalen Modulstruktur.*

*QMSL-seitig ist festzuhalten, dass die formalen Anforderungen der StakV Hessen gemäß § 7 Modularisierung Abs. 1 betreffend die Gliederung des Studiengangs in Module als thematisch und zeitlich abgegrenzte Studieneinheiten, die in maximal zwei aufeinander folgenden Semestern vermittelt werden sowie § 8 Leistungspunktesystem erfüllt sind. Die Fachkommission schließt sich dieser Beurteilung an.*

### **Bewertungen inhaltlich**

#### **GDM und MM**

*Die Modulstruktur folgt aus Gutachtersicht insgesamt in ihrer Gliederung mit seinen Gesamtverbundmodulen (GV), Modulen des Creative Clusters- und Media School Verbunds (CC & MS) sowie in den studiengangsbezogenen fachspezifischen und interdisziplinären Modulen (hier GDM & MM) einem schlüssigen Konzept, wobei das jeweilige QP im Hinblick*

Bewertungsbericht Game Design & Management (B.A.), Game Design & Management mit Praxissemester (B.A.), Mediendesign & Management (B.A.), Mediendesign & Management mit Praxissemester (B.A.), Motion Design & Management (B.A.), Motion Design & Management mit Praxissemester (B.A.) Medienmanagement & Digitales Marketing (B.A.), Medienmanagement & Digitales Marketing mit Praxissemester (B.A.), Medienpädagogik (B.A.), Medienpädagogik mit Praxissemester (B.A.), Wirtschaftspädagogik (B.Sc.), Wirtschaftspädagogik mit Praxissemester (B.Sc.), WM\_2019\_06 Fachbereich Wirtschaft & Medien

auf die Qualifikationsziele "Wissenschaftliche Befähigung", "Befähigung, eine qualifizierte Erwerbstätigkeit aufzunehmen", "Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement" und "Persönlichkeitsentwicklung" operativ gemacht wird.

Soweit innerhalb von Modulen mehrere Lehrveranstaltungen ausgewiesen sind, sind diese aufgrund der ausgewiesenen Lehrziele und Lehrinhalte zueinander anschlussfähig, thematisch affin oder ergänzen sich komplementär.

Die Studiengangs-/Modulstrukturen werden inhaltlich von den Gutachtern auch für **MoD**, **MMDM** und **MPäd** insgesamt gutgeheißen.

Es wird jedoch folgendes Optimierungspotential gesehen:

Dem Inhaltsbereich Management zugeordnet werden sollte das Modul B-BW-4 Digitales Marketing und Online Business (**Empfehlung 2 GDM, 3 MM, 2 MoD**) sowie das Modul B-GV-10 Wirtschaftsethik und Nachhaltigkeit, da die hier verhandelten Konzepte stark auf Akteursebene und damit auf Führungs- und Managementaspekte abstellen (**Empfehlung 3 GDM, 4 MM, 3 MoD, 1 MMDM**)

Das Modul B-GV-3 Projektmanagement und Präsentationstechniken könnte in einem Inhaltsbereich „Medien- und Projektkompetenz“ aufgehen (**Empfehlung 4 GDM, 5 MM, 4 MoD**).

**WPäd** Der Studiengang enthält aus Gutachtersicht eine Vielzahl an Modulen, die sich spezifischen Fachgebieten bzw. thematischen Oberthemen (Didaktik und Erziehungswissenschaft, wissenschaftliche Methoden, Management, Recht und Gesellschaft, etc.) zuordnen lassen. Zwar sind die Themen gut gewählt und berücksichtigen die aktuelle Forschung sowie die Praxisbedarfe, sie unterscheiden sich jedoch teilweise deutlich in ihrem Anforderungsgehalt – und zwar mit Blick auf die inhaltliche Komplexität wie auch auf die Prüfungsanforderungen, weshalb empfohlen wird, die Module B-GV-3, B-BW-2, B-EdS-1, B-WPäd-SP1.3 und B-WPäd-SP 2.1 zu entlasten und hierfür Inhalte allgemeiner zu formulieren, um dem Eindruck zu entgehen, viele Detailbereiche nur sehr oberflächlich zu bearbeiten (**Empfehlung 3 WPäd**). Vgl. auch Studierbarkeit Kapitel 6.

Insgesamt stellt das Gutachtergremium jedoch fest, dass die Anforderungen der StakV Hessen gemäß § 12 Abs. 1 Satz 2 betreffend das Modulkonzept und die innere Stimmigkeit des jeweiligen Studiengangs erfüllt sind.

#### ▪ **Mobilitätsfenster**

Für die Bachelor-Verbundstudiengänge Medienmanagement & Digitales Marketing, Medienpädagogik und Wirtschaftspädagogik besteht – dies ist auch in Abb. 03 als Mobilitätsfenster gekennzeichnet - eine Option auf ein Auslandssemester, wozu sich organisatorisch besonders das 4. oder 5. Semester eignen. An den Partnerhochschulen des Fachbereichs Wirtschaft & Medien der Hochschule Fresenius (Berkeley College und der Pace University in New York/ USA, Shanghai Universität/ China und University of Technology Sydney/ Australien) werden die in diesen Semestern vorgesehenen Module inhaltsgleich angeboten, d.h. deren Anerkennung ist prinzipiell gewährleistet. Ggf. kann auch das für das 5. Semester vorgesehene Praxisprojekt im Ausland absolviert und später anerkannt werden. Da die Studierenden nur einen von zwei studiengangsspezifischen Schwerpunkten insgesamt verpflichtend wählen müssen, können sie ggf. einen ihrer individuellen Profilierung entsprechenden Schwerpunkt an einer ausländischen Hochschule belegen und diesen dann an der Hochschule Fresenius anerkennen lassen. Dabei begrenzt sich der Rahmen der „individuellen Profilierung“ gemäß § 6 Abs. 5 BT PO\_BA auf die für den zweiten Schwerpunkt zur

Wahl stehenden Schwerpunkte aus einem anderen Bachelor-Verbundstudiengang gemäß dem zum BT PO\_BA mitgeltenden Dokument „Querwahloptionen Schwerpunkte und Wahlpflichtmodule“ sowie auf die Schwerpunktsangebote am jeweiligen ausländischen Standort. Ein studiengangsspezifischer Schwerpunkt wäre sodann im anderen Schwerpunktsemester am inländischen Studienstandort zu belegen.

Welche Schwerpunkte im Einzelnen an den Partnerhochschulen im Ausland wählbar sein werden, war dem Selbstbericht nicht zu entnehmen, da sich die Kooperationsvereinbarungen momentan noch auf die curricularen Regelungen der PO 2015 beziehen und mindestens bis 2021 gelten. Die im Zuge der vorliegenden Re-Akkreditierung erst unlängst geänderten Schwerpunkte mit je 15 CP sind Gegenstand momentaner Verhandlungen mit den Partnerhochschulen, was aus QMSL-Sicht betreffend die Durchführbarkeit des Studiengangs nicht zu beanstanden ist, da das Auslandssemester optional ist und die erste mögliche Durchführung bzw. optionale Inanspruchnahme seitens der Studierenden erst im SS 2022 stattfindet. Darüber hinaus sei auf die bisherigen sehr guten Erfahrungen mit den Auslandskooperationspartnern verwiesen. QMSL geht davon aus, dass neue Kooperationsvereinbarungen rechtzeitig unterzeichnet werden, da diese vor allem dazu beitragen, die zweite von vier strategischen Kernbotschaften „*Flexibel, International, Digital, Interdisziplinär*“ (FIDI-Strategie) aus dem Leitbild Lehre an der Hochschule Fresenius umzusetzen.

Die Studiengänge des Creative-Clusters Game Design & Management, Medien Design & Management und Motion Design & Management gestalten sich in puncto (Schwerpunkt-)Wahlmöglichkeiten und curricular inhaltlich auch im 4. und 5. Semester anders als alle anderen Bachelor-Verbundstudiengänge. Ein Mobilitätsfenster ist für sie nicht eigens ausgewiesen. Gleichwohl sind aus QMSL-Sicht auch in diesen drei Studiengängen mit jeweils in einem Semester abzuschließenden Modulen und Anerkennungsregelungen gemäß der Lissabon Konvention Rahmenbedingungen getroffen, die der studentischen Mobilität prinzipiell förderlich sind.

Darüber hinaus ist es allen Studierenden im Fachbereich Wirtschaft & Medien freigestellt, im Rahmen des Freemover- oder ERASMUS+ Programms ein Semester im Ausland zu studieren. Umfangreiche Informationen und Unterstützung auch zu den optionalen von der Hochschule organisierten Auslandssemester bietet das Team des Competence Centers International Studies (CCIS) persönlich und durch Informationen auf der Homepage der Hochschule (<https://international.hs-fresenius.de/>). Darüber hinaus beraten auch alle Studiengangsleiter\*innen der Hochschule Fresenius die Studierenden individuell und jederzeit zu möglichen Auslandsaufenthalten.

Die entsprechenden Anerkennungsregelungen gemäß der Lissabon Konvention treffen § 12 (1) des AT PO FB W&M sowie § 5 (4) des BT PO\_BA (siehe hierzu auch Kapitel 4.3 in diesem Bericht).

### ***Bewertung insgesamt***

*Die Fachkommission ist sich einig darüber, dass die Modulstruktur in den Studiengängen und die Anerkennungsregelungen die studentische Mobilität prinzipiell unterstützen. Auslandsaufenthalte werden in den Verbundstudiengängen MMDM, MPäd und WPäd darüber hinaus gezielt gefördert resp. mit Partnerhochschulen organisiert.*

*Betreffend das Creative Cluster gibt es zwar kein präferiertes „Mobilitätsfenster“, die strukturelle Kohärenz und maximale Diversität des Studienplans im zweiten, dritten und vierten Studiensemester lässt aber einen Auslandsaufenthalt nach Vollendung des ersten Studien-*

*jahrs, als besonders geeignet erscheinen. Positiv hervorzuheben ist, dass in diesem Zusammenhang die Option einer individualisierten Prüfung durch einen Anerkennungsbeauftragten und/oder zuständigen Studiendekan Spielräume für eine sinnvolle Flexibilisierung von Leistungsanerkennungen ermöglicht. Da die einzelnen Module in inhaltlicher Hinsicht mit größtmöglicher Autarkie konzipiert sind, werden hierdurch konsekutive Anschlusszwänge ebenfalls minimiert und Mobilitätsspielräume erweitert.*

*Die Fachkommission stellt fest, dass die Anforderungen der StakV Hessen gemäß § 12 Abs. 1 Satz 4 betreffend die Förderung der studentischen Mobilität und Ermöglichung des Aufenthaltes an einer anderen Hochschule ohne Zeitverlust erfüllt sind.*

#### ▪ Modulbeschreibungen

Für jeden der vorliegenden Bachelor-Verbund- bzw. Creative-Studiengänge sind jeweils für die Studiengangsvarianten ohne und mit Praxissemester Modulbeschreibungen in einem gemeinsamen Modulhandbuch dokumentiert. QMSL geht davon aus, dass das Modulhandbuch für Studierende und Mitglieder der Hochschule rechtzeitig vor Aufnahme des Studienbetriebs zum 01.09.2020 elektronisch hochschulintern in Studynet veröffentlicht wird. (Für Studierende ab WS 2020/21 wird von der Lernplattform ILIAS auf die Lernplattform Studynet gewechselt.)

Formal unterscheiden die Beschreibungstexte unter Beachtung des Kriteriums der „Outcome-Orientierung“ nachvollziehbar zwischen Lehrinhalten und als Lernergebnisse angestrebten Kompetenzen. Neben den Mindestangaben zu Modulen, die laut StakV Hessen gefordert werden, enthalten die vorgelegten Datenblätter auch jeweils Angaben zur geplanten Gruppengröße, zum Stellenwert der Note für die Endnote, zum Modulbeauftragten und zur Pflicht- und weiterführenden Literatur.

Alle relevanten Regelungen zur Bachelorarbeit und zum Bachelorkolloquium sind in Abschnitt III des BT PO\_BA bzw. im mitgeltendem Studienverlaufsplan festgehalten. Gleiches gilt für das berufsfeldbezogene Praxissemester der 210-CP-Studiengangsvariante, dessen wesentliche Regelungen in § 7 des BT PO\_BA niedergelegt sind. So sind etwa neben den Praktikumszielen, dem Ableistungszeitraum, der Praktikumsdauer und den zu erbringenden Nachweisen, auch Regelungen für den Krankheitsfall getroffen. QMSL-seitig wird jedoch bemängelt, dass kein Leitfaden – wie bereits zur PO 2015 – zum Ablauf und zur Organisation des Semester-Pflichtpraktikums vorgelegt wurde, der teilweise wesentliche Angaben enthält, wie etwa zum Umfang des Praktikumsberichts und zur Bewertung des Praktikums, oder auch nähere Angaben wie etwa zur Vorbereitung auf das Praktikum, Formale Voraussetzungen, Vergabe von Credit Points, Betreuung etc. Daher wird beauftragt, den Leitfaden zum berufsfeldbezogenen Semester-Pflichtpraktikum des 210-CP-Studienspfads für die PO 2020 nachzureichen, der die Angaben in § 7 BT PO\_BA ergänzt und einen entsprechenden Hinweis ebenda aufzunehmen, der auf den Leitfaden mit seinen Bestimmungen zum Ablauf und zur Organisation des Semester-Pflichtpraktikums verweist (**Auflage 1 Alle STG 210 CP**). Mit dem Hinweis auf den Leitfaden wird zugleich Sorge dafür getragen, dass der Leitfaden im Studynet veröffentlicht wird.

Formal sind die Modulbeschreibungen im Hinblick auf die übersichtliche innere Struktur, die leichte Nachvollziehbarkeit der Angaben und jene Angaben zu würdigen, die über die von der StakV Hessen geforderten Mindestangaben hinausgehen. Die im Modulhandbuch abgedruckten Qualifikationsprofile verdeutlichen zuvorderst Schwerpunkt und Ausrichtung des jeweiligen Studiengangs. Die ebenfalls integrierte Ziele-Module Matrix dient zugleich

der Darstellung des Zusammenhangs eines jeden Moduls mit anderen Modulen im selben Studiengang.

### **Bewertung**

*Gutachterseitig kritisiert wird die Modulgruppenbezeichnung „Überfachliche Qualifikationen“ in den Modulhandbüchern des CC. Es wird empfohlen, stattdessen eine fachspezifischere Bezeichnung zu wählen (**Empfehlung 5 GDM, 6 MM, 5 MoD**).*

*QMSL-seitig ist festzuhalten, dass die formalen Anforderungen der StakV Hessen gemäß § 7 Modularisierung Abs. 2 und 3 nicht vollständig erfüllt sind (vgl. Auflage 1 Alle STG 2010 CP).*

*Die Fachkommission schließt sich dem Urteil an.*

### ■ **Curricula**

Da sich die Curricula der Studiengangsvarianten ohne und mit Praxissemester (180 CP bzw. 210 CP) in den einzelnen vorliegenden Studiengängen lediglich im Hinblick auf das Praxissemester unterscheiden, werden nachfolgend nur die 180 CP-Varianten mit ihren Schaubildern zur Erläuterung der Curricula und mit den jeweiligen studiengangsspezifischen (Schwerpunkt-)Wahlmöglichkeiten dargestellt.

Der Kompetenzaufbau zum Erreichen der Studiengangsziele in jedem einzelnen Studiengang folgt in studiengangsspezifischer Ausprägung entweder der Creative-Cluster-Struktur oder der Bachelor-Verbund-Struktur.

#### ▪ **Umsetzung von Qualifikationszielen im Creative Cluster**

Folgende **Gemeinsamkeiten** für die drei Studiengänge Game Design & Management, Medien Design & Management und Motion Design & Management seien zuvorderst festgehalten:

Die (Schwerpunkt-)Wahlmöglichkeiten für das Creative-Cluster (CC) sind in den einzelnen Studienverlaufsplänen als mitgeltendes Dokument zum BT PO\_BA 2020 aufgezeigt und sind insgesamt auf die Qualifikationsprofile der CC-Studiengänge GDM, MM und MoD abgestimmt.

Studierende in einem Studiengang des CCs haben jeweils neben ihrem Pflicht-Programm laut BT PO\_BA § 6 Abs. 3 einen Schwerpunkt und fünf Wahlpflichtmodule zu belegen. Dabei sind die zur Wahl stehenden Schwerpunkte (à 15 CP) für alle drei Studiengänge im CC identisch: B-GDM SP-1 Spielbasierte und Interaktive Systeme, B-MM SP-1 3D-Projekt und Raumdesign sowie B-MoD SP-1 Bewegtbild und Narration. Folglich können die Studierenden den einen Schwerpunkt entweder aus ihrem spezifischen Studiengang wählen oder aus einem der beiden anderen Studiengänge im CC.

## Curriculum Game Design & Management

1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
Grundlagen des Game Designs	Game Design: Spielemarkt und Game Engines	Experience Design	Gamification and Serious Games	Business-Planspiel	Online-Redaktion und E-Portfolio
Digital Art	Creative Coding	Level Design	Game Production	Data Science & Visualisierung	Social Media und Online Kommunikation
Visuelle Kommunikation	Medienpraxis Film, Video und Online-Medien	Medienkultur	Digitales Marketing und Online Business	Wahlpflichtmodul IV	Wahlpflichtmodul V
Projektmanagement und Präsentationstechniken	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	Marketing und Marktforschung	Technical Application & Data Analytics	Schwerpunkt	Bachelorkolloquium
Design Thinking	Wissenschaftliches Arbeiten	Digitales Recht	Wirtschaftsethik und Nachhaltigkeit		Bachelorarbeit
Storytelling und Dramaturgie	Wahlpflichtmodul I	Wahlpflichtmodul II	Wahlpflichtmodul III		

**Abb. 04** Kompetenzerwerb im Studiengang „Game Design & Management (B.A.)“

<span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #0072bc; border: 1px solid black; margin-right: 5px;"></span> Module im Anwendungsfeld Game Design	<span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #90ee90; border: 1px solid black; margin-right: 5px;"></span> Module für Medienkompetenzen
<span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #cccccc; border: 1px solid black; margin-right: 5px;"></span> Module für Managementkompetenzen	<span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #ff0000; border: 1px solid black; margin-right: 5px;"></span> Module für überfachliche Qualifikation
<span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #ffcc00; border: 1px solid black; margin-right: 5px;"></span> Module für Strategiekompetenzen	<span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #333333; border: 1px solid black; margin-right: 5px;"></span> Module für wissenschaftliche Methoden

Die Abbildung verdeutlicht die verschiedenen Kompetenzbereiche mit ihren Modulen als Entwicklungsfelder für die Studierenden im Studiengang Gamesdesign & Management.

Das individuelle Kompetenzprofil auch nach eigenen Vorstellungen entwickeln und schärfen zu können, wird nicht erst durch die Schwerpunktsetzung im 5. Semester befördert, sondern bereits durch die Belegung der Wahlpflichtmodule I bis IV in den Semestern 2 bis 5. Diese speisen sich für den Studiengang GDM aus dem Pflichtbereich der Studiengänge MM- und MoD. Pro Semester ist ein WPF-Modul aus drei zu wählen:

Sem. 2: Motion Design <sup>oder</sup> Ton & Sound Design <sup>oder</sup> 3D-Design: Character Design;

Sem. 3: Interaction Design <sup>oder</sup> Animation <sup>oder</sup> Filmische Dokumentation-elektronische Berichterstattung;

Sem. 4: 360°-Design: Virtual- and Augmented Reality <sup>oder</sup> Filmprojektentwicklung <sup>oder</sup> Non-Fiction –Kommerzielle Formate;

Sem. 5: Compositing/ Visual Effects/ CGI <sup>oder</sup> Imaging Design: Fotografie und Drohnen-aufnahmen <sup>oder</sup> 3D-Design: Modeling.

Ggf. dient das Praxissemester in der 7-semesterigen Studienvariante der Verknüpfung von wissenschaftlichen und methodischen Kenntnissen mit den bereits praktischen und beru-feldbezogenen Fertigkeiten. Aktiver Wissenstransfer zwischen Hochschule und Unternehmen ergibt sich gerade dann, wenn die sich anschließende Bachelorarbeit im Bereich des Praxispartners geschrieben werden kann.

### **Bewertung Curriculum Game Design & Management**

*Gutachterseits wird positiv hervorgehoben, dass die Kompetenzlinien im Studienverlauf parallel entwickelt werden. An das einführende erste Semester schließt sich das gesamte intendierte Kompetenzspektrum des Studiengangs vom zweiten bis zum fünften Semester als eine – auf Basis reicher Wahloptionen – sich sukzessiv ausdifferenzierende Querschnittslernerfahrung an, die im dritten Studienjahr in einem Schwerpunktprojekt (5.Sem) und der Bachelor-Thesis (6.Sem) zusammengeführt wird.*

*Ebenfalls positiv herausgestellt wird gutachterseitig, dass das komprimiert dargestellte Qualifikationsprofil in der vorliegenden Modul- und Curricularstruktur in anspruchsvoller Weise umgesetzt wurde. Diese Struktur bildet die Komplexität und Vielschichtigkeit der berufsbefähigenden Zielvorgaben in dem dynamischen Berufsfeld im Raum der zeit- und spielebasierten, immersiven Interaktionen und den daraus abgeleiteten Qualifikationsanforderungen in der gebotenen Flexibilität ab. Im Bereich der fachspezifischen GDM-Module ist die systematische Verschränkung zwischen medientheoretischer Reflexion und medienpraktischer Entwicklung auf hohem Niveau bemerkenswert. Mit dem vorliegenden Curriculum lässt sich aus Gutachtersicht der Anspruch einlösen, die Absolvent\*innen dazu zu befähigen, digitale Spiele zu konzipieren und die Spieleproduktion zu managen.*

*Dass die thematische wie inhaltliche Ausprägung des Lehrangebotes notwendiger- und sinnvollerweise über eine Offenheit verfügt, innerhalb derer jederzeit Anpassungen an den sich fortentwickelnden Stand von Wissenschaft, Forschung und Entwicklung herbeigeführt werden können, wird ebenfalls besonders gewürdigt.*

*Der Management-Anteil im Studiengang GDM erscheint aus Gutachtersicht relativ gering und setzt insbesondere Akzente im Marketing/E-Commerce. Die Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre werden durch das Business-Planspiel sinnvoll ergänzt. Optimierungspotential wird darin gesehen, das Modul Digital Entrepreneurship und Innovation auch in diesen Studiengang aufzunehmen und zu prüfen, inwieweit sich die Inhalte dieses Moduls um moderne Geschäftsmodelle ergänzen lassen (**Empfehlung 6 GDM**).*

*Flexibilität im Studiengang ist aus Gutachtersicht sowohl in der fachspezifischen Modulstruktur angelegt, als auch zusätzlich durch die Verbundmodule des CC und die interdisziplinären Module im Wahlpflichtbereich gewährleistet. Von zentraler Bedeutung ist neben der gestalterisch-wissenschaftlichen Integration des CC und fachspezifischer Schwerpunktlegung sowie die ergänzende Differenzierung im Wahlpflichtbereich, dass sich innerhalb der Veranstaltungen die Lerngruppen aus allen drei Studiengängen des CC interdisziplinär mischen und fachliche Diversität in produktive Wechselwirkung gebracht werden kann.*

*Die so eröffnete Transparenz zwischen disziplinär unterscheidbaren Fachkulturen und fachspezifisch geprägten Qualifikations- wie Persönlichkeitsprofilen wird gutachterseitig als äußerst wertvolle systemische Voraussetzung gewertet, aus der kreative Synergien und Innovationspotenziale aktiviert werden können.*

*Aus Gutachtersicht muss sich in der Praxis zeigen, ob und wo sich im Laufe der Entwicklung des Studienprogramms Änderungsbedarf ergibt. Möglichkeiten bieten dazu etwa die Gewichtung zwischen CC-Modulen und fachspezifischen/interdisziplinären Modulen, Erweiterung des Wahlpflichtbereichs, weitere Diversität im Bereich möglicher Schwerpunktbildungen, Öffnung für internationale oder transdisziplinäre Kooperationen etc. (z.B. mit Unternehmen und Institutionen, auch über das Praxissemester). Das strukturell vorgezeichnete Anpassungspotenzial des Studienprogramms (Flexibilität und Adaptivität) wird ebenfalls als ein positives Qualitätsmerkmal gewertet.*

*Die Option des Praxissemesters wird auch für diesen Studiengang sehr positiv bewertet.*

*Insgesamt ist sich das Gutachterteam darüber einig, dass für den Studiengang Game Design & Management in beiden Studienvarianten die Anforderungen der StakV Hessen gemäß §12 Abs. 1 insofern erfüllt sind, als das Curriculum unter Berücksichtigung der festgelegten Eingangsqualifikationen und im Hinblick auf die Erreichbarkeit der Qualifikationsziele adäquat aufgebaut ist. Auch sind die Qualifikationsziele, die Studiengangsbezeichnung, Abschlussgrad und -bezeichnung sowie das Modulkonzept stimmig aufeinander bezogen. Ferner werden Aktualität und Adäquanz der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen bescheinigt, die laut StakV Hessen § 13 Abs. 1 bei der Studiengangsgestaltung zu gewährleisten sind.*

## Curriculum Mediendesign & Management

1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
3D-Design: Modeling	3D-Design: Character Design	3-Design: Production and Animation	3D-Prototyping	Business-Planspiel	Online-Redaktion und E-Portfolio
Interaction Design	Motion Design	Compositing / Visual Effects / CGI	360°-Design: Virtual- and Augmented Reallity	Data Science & Visualisierung	Social Media und Online Kommunikation
Visuelle Kommunikation	Medienpraxis Film, Video und Online-Medien	Medienkultur	Digitales Marketing und Online Business	Wahlpflichtmodul IV	Wahlpflichtmodul V
Projektmanagement und Präsentationstechniken	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	Marketing und Marktforschung	Technical Application & Data Analytics	Schwerpunkt	Bachelorkolloquium
Design Thinking	Wissenschaftliches Arbeiten	Digitales Recht	Wirtschaftsethik und Nachhaltigkeit		Bachelorarbeit
Storytelling und Dramaturgie	Wahlpflichtmodul I	Wahlpflichtmodul II	Wahlpflichtmodul III		

<ul style="list-style-type: none"> <li><span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #0070C0; margin-right: 5px;"></span> Module im Anwendungsfeld Mediendesign</li> <li><span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #A9A9A9; margin-right: 5px;"></span> Module für Managementkompetenzen</li> <li><span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #FFD700; margin-right: 5px;"></span> Module für Strategiekompetenzen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #90EE90; margin-right: 5px;"></span> Module für Medienkompetenzen</li> <li><span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #DC143C; margin-right: 5px;"></span> Module für überfachliche Qualifikation</li> <li><span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #333333; margin-right: 5px;"></span> Module für wissenschaftliche Methoden</li> </ul>
--	---

Die Abbildung verdeutlicht die verschiedenen Kompetenzbereiche mit ihren Modulen als Entwicklungsfelder für die Studierenden im Studiengang Mediendesign & Management.

Das individuelle Kompetenzprofil auch nach eigenen Vorstellungen entwickeln und schärfen zu können, wird nicht erst durch die Schwerpunktsetzung im 5. Semester befördert, sondern bereits durch die Belegung der Wahlpflichtmodule I bis IV in den Semestern 2 bis 5. Diese speisen sich für den Studiengang MM aus dem Pflichtbereich der Studiengänge GDM und MoD. Pro Semester ist ein WPF-Modul aus drei zu wählen:

Sem. 1: Ton & Sound Design <sup>oder</sup> Creative Coding <sup>oder</sup> Non-Fiction –Kommerzielle Formate;

Sem. 2: Animation <sup>oder</sup> Digital Art <sup>oder</sup> Grundlagen des Game Designs;

Sem. 3: Filmprojektentwicklung <sup>oder</sup> Game Production <sup>oder</sup> Game Design: Spielmarkt & Game Engines;

Sem. 4: Imaging Design: Fotografie und Drohnenaufnahmen <sup>oder</sup> Level Design <sup>oder</sup> Filmische Dokumentation und elektronische Berichterstattung.

Ggf. dient das Praxissemester in der 7-semesterigen Studienvariante der Verknüpfung von wissenschaftlichen und methodischen Kenntnissen mit den bereits praktischen und berufs-feldbezogenen Fertigkeiten. Aktiver Wissenstransfer zwischen Hochschule und Unternehmen ergibt sich gerade dann, wenn die sich anschließende Bachelorarbeit im Bereich des Praxispartners geschrieben werden kann.

### **Bewertung Curriculum Mediendesign & Management**

*Gutachterseits wird positiv hervorgehoben, dass die Kompetenzlinien im Studienverlauf parallel entwickelt werden. An das einführende erste Semester schließt sich das gesamte intendierte Kompetenzspektrum des Studiengangs vom zweiten bis zum fünften Semester als eine – auf Basis reicher Wahloptionen – sich sukzessiv ausdifferenzierende Querschnittslernerfahrung an, die im dritten Studienjahr in einem Schwerpunktprojekt (5.Sem) und der Bachelor-Thesis (6.Sem) zusammengeführt wird.*

*Ebenfalls positiv herausgestellt wird gutachterseitig, dass das komprimiert dargestellte Qualifikationsprofil in der vorliegenden Modul- und Curricularstruktur in anspruchsvoller Weise umgesetzt wurde. Diese Struktur bildet die Komplexität und Vielschichtigkeit der berufsbefähigenden Zielvorgaben in dem dynamischen Berufsfeld der raumbildenden Medien & Designobjekte und den daraus abgeleiteten Qualifikationsanforderungen in der gebotenen Flexibilität ab. Das Curriculum enthält sehr detailliert aktuelle Themenstellungen in der Medienwelt wie z.B. Design Thinking. Der Fokus ist klar auf Medienthemen gerichtet. Zwar wird die Studiengangsbezeichnung gutachterseits in Bezug auf Lernziele und Lerninhalte nicht kritisiert, gleichwohl wird empfohlen, die im MM-Curriculum ablesbare schwerpunktmäßige Orientierung auf 3D-Mediendesign als vielseitig anschlussfähiger Anker zum weitgespannten Feld von Mediendesignaufgaben an die Studieninteressierten zu kommunizieren (**Empfehlung 7 MM**).*

*Der Management-Anteil im Studiengang MM erscheint aus Gutachtersicht relativ gering und setzt insbesondere Akzente im Marketing/E-Commerce. Die Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre werden durch das Business-Planspiel sinnvoll ergänzt. Optimierungspotential wird darin gesehen, das Modul Digital Entrepreneurship und Innovation auch in diesen Studiengang aufzunehmen und zu prüfen, inwieweit sich die Inhalte dieses Moduls um moderne Geschäftsmodelle ergänzen lassen (**Empfehlung 8 MM**).*

*Dass die thematische wie inhaltliche Ausprägung des Lehrangebotes notwendiger- und sinnvollerweise über eine Offenheit verfügt, innerhalb derer jederzeit Anpassungen an den sich fortentwickelnden Stand von Wissenschaft, Forschung und Entwicklung herbeigeführt werden können, wird ebenfalls besonders gewürdigt.*

*Flexibilität im Studiengang ist aus Gutachtersicht sowohl in der fachspezifischen Modulstruktur angelegt, als auch zusätzlich durch die Verbundmodule des CC und die interdisziplinären Module im Wahlpflichtbereich gewährleistet. Von zentraler Bedeutung ist neben der gestalterisch-wissenschaftlichen Integration des CC und fachspezifischer Schwerpunktlegung sowie die ergänzende Differenzierung im Wahlpflichtbereich, dass sich innerhalb der Veranstaltungen die Lerngruppen aus allen drei Studiengängen des CC interdisziplinär mischen und fachliche Diversität in produktive Wechselwirkung gebracht werden kann.*

*Die so eröffnete Transparenz zwischen disziplinär unterscheidbaren Fachkulturen und fachspezifisch geprägten Qualifikations- wie Persönlichkeitsprofilen wird gutachterseitig als äußerst wertvolle systemische Voraussetzung gewertet, aus der kreative Synergien und Innovationspotenziale aktiviert werden können. Es hängt jedoch vom Engagement und der Lehre der Lehrkräfte ab, ob und inwieweit diese Möglichkeiten zu anschlussfähiger Kommunikation von wissenschaftlichen Wissensbeständen wie zur Interaktion in kooperativer Entwicklungsarbeit in der Alltagspraxis von Studium und Lehre ausgeschöpft werden. Die Strukturen dazu sind allemal in geeigneter Weise gegeben.*

*Aus Gutachtersicht muss sich in der Praxis zeigen, ob und wo sich im Laufe der Entwicklung des Studienprogramms Änderungsbedarf ergibt. Möglichkeiten bieten dazu etwa die Gewichtung zwischen CC-Modulen und fachspezifischen/interdisziplinären Modulen, Erweiterung des Wahlpflichtbereichs, weitere Diversität im Bereich möglicher Schwerpunktbildungen, Öffnung für internationale oder transdisziplinäre Kooperationen etc. (z.B. mit Unternehmen und Institutionen, auch über das Praxissemester). Das strukturell vorgezeichnete Anpassungspotenzial des Studienprogramms (Flexibilität und Adaptivität) wird ebenfalls als ein positives Qualitätsmerkmal gewertet.*

*Auch die Option des Praxissemesters wird sehr positiv bewertet.*

*Vor dem Hintergrund, dass nicht nur die Module in sich homogen strukturiert sind, sondern auch das Curriculum Mediendesign & Management in sich, steht gutachterseitig auch einer Erweiterung des Wahlpflichtkatalogs aus den Bereichen Medien und Wirtschaft im Sinne einer Individualisierung und Multidisziplinarität nichts im Weg. Die gemeinsame Belegung von Modulen würde vielmehr interdisziplinäre Teambildungen befördern, die eine Wissens- und Fähigkeitsaneignung im Sinne eines Peer-to-Peer Lernens ermöglichen.*

*Insgesamt ist sich das Gutachterteam darüber einig, dass für den Studiengang Mediendesign & Management in beiden Studienvarianten die Anforderungen der StakV Hessen gemäß §12 Abs. 1 insofern erfüllt sind, als das Curriculum unter Berücksichtigung der festgelegten Eingangsqualifikationen und im Hinblick auf die Erreichbarkeit der Qualifikationsziele adäquat aufgebaut ist. Auch sind die Qualifikationsziele, die Studiengangsbezeichnung, Abschlussgrad und -bezeichnung sowie das Modulkonzept stimmig aufeinander bezogen. Ferner werden Aktualität und Adäquanz der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen bescheinigt, die laut StakV Hessen § 13 Abs. 1 bei der Studiengangsgestaltung zu gewährleisten sind.*

## Curriculum Motion Design & Management

1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
Filmische Dokumentation und elektronische Berichterstattung	Non-Fiction – Kommerzielle Formate	Fiction -- Narrative filmische Formate	Filmproduktionsmanagement	Business-Planspiel	Online-Redaktion und E-Portfolio
Digital Art	Imaging Design: Fotografie und Drohnenaufnahmen	Ton und Sound Design	Filmprojektentwicklung	Data Science & Visualisierung	Social Media und Online Kommunikation
Visuelle Kommunikation	Medienpraxis Film, Video und Online-Medien	Medienkultur	Digitales Marketing und Online Business	Wahlpflichtmodul IV	Wahlpflichtmodul V
Projektmanagement und Präsentationstechniken	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	Marketing und Marktforschung	Technical Application & Data Analytics	Schwerpunkt	Bachelorkolloquium
Design Thinking	Wissenschaftliches Arbeiten	Digitales Recht	Wirtschaftsethik und Nachhaltigkeit		Bachelorarbeit
Storytelling und Dramaturgie	Wahlpflichtmodul I	Wahlpflichtmodul II	Wahlpflichtmodul III		

<span style="color: blue;">■</span> Module im Anwendungsfeld Audiovisuelle Medien	<span style="color: green;">■</span> Module für Medienkompetenzen
<span style="color: gray;">■</span> Module für Managementkompetenzen	<span style="color: red;">■</span> Module für überfachliche Qualifikation
<span style="color: orange;">■</span> Module für Strategiekompetenzen	<span style="color: black;">■</span> Module für wissenschaftliche Methoden

Die Abbildung verdeutlicht die verschiedenen Kompetenzbereiche mit ihren Modulen als Entwicklungsfelder für die Studierenden im Studiengang Motion Design & Management.

Das individuelle Kompetenzprofil auch nach eigenen Vorstellungen entwickeln und schärfen zu können, wird nicht erst durch die Schwerpunktsetzung im 5. Semester befördert, sondern bereits durch die Belegung der Wahlpflichtmodule I bis IV in den Semestern 2 bis 5. Diese speisen sich für den Studiengang MoD aus dem Pflichtbereich der Studiengänge GDM und MM. Pro Semester ist ein WPF-Modul aus drei zu wählen:

Sem. 1: Motion Design *oder* Creative Coding *oder* 3D-Design: Character Design;

Sem. 2: Interaction Design *oder* Digital Art *oder* Grundlagen des Game Designs;

Sem. 3: 360°-Design: Virtual and Augmented Reality *oder* Game Production *oder* Game Design: Spielmarkt & Game Engines;

Sem. 4: Compositing / Visual Effects / CGI *oder* Level Design *oder* 3D-Design: Modelling.

Ggf. dient das Praxissemester in der 7-semesterigen Studienvariante der Verknüpfung von wissenschaftlichen und methodischen Kenntnissen mit den bereits praktischen und beruflfeldbezogenen Fertigkeiten. Aktiver Wissenstransfer zwischen Hochschule und Unternehmen ergibt sich gerade dann, wenn die sich anschließende Bachelorarbeit im Bereich des Praxispartners geschrieben werden kann.

### **Bewertung Curriculum Motion Design & Management**

Das Curriculum vermittelt aus Gutachtersicht die entsprechenden Inhalte und Fähigkeiten auf dem Stand der Technik und aktueller (Forschungs-)Entwicklungen. Sowohl die allgemeinen wie auch die fachspezifischen Module zeigen sehr gut, welches Wissen und Fähigkeiten vermittelt werden. Gerade in den fachspezifischen Modulen erlangen die Studierenden die Fähigkeiten auf verschiedenen Ebenen und Branchen konkrete Medienprojekte gesamtheitlich zu konzipieren und umzusetzen. Die Module geben sehr gut den Inhalt der Veranstaltungen wieder, die Literatur ist passend und zielführend.

Positiv hervorzuheben ist die Aktualisierung des Gesamtmodulkatalogs, u.a. durch die Aufnahme von Data Science und Data Analytics und die des Bachelorkolloquiums.

Die Konzeption und Umsetzung von audiovisuellen Anwendungssystemen ist ein Ziel des Curriculums. In einigen Modulen besteht auch die Möglichkeit, dass die Studierenden Apps entwickeln. Vor dem Hintergrund der aktuellen und zukünftigen Bedeutung von mobilen Anwendungen wird empfohlen, speziell die Entwicklung von mobilen Anwendungen mehr in den Fokus integrativ in den passenden Modulen oder auch als separates Modul anzubieten (**Empfehlung 6 MoD**). Ebenso wäre zu überlegen, grundsätzlich die Belegung und Anrechnung von offenen Online-Kursen hier zu ermöglichen.

Der Management-Anteil im Studiengang MoD erscheint aus Gutachtersicht relativ gering und setzt insbesondere Akzente im Marketing/E-Commerce. Die Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre werden durch das Business-Planspiel sinnvoll ergänzt. Optimierungspotential wird darin gesehen, das Modul Digital Entrepreneurship und Innovation auch in diesen Studiengang aufzunehmen und zu prüfen, inwieweit sich die Inhalte dieses Moduls um moderne Geschäftsmodelle ergänzen lassen (**Empfehlung 7 MoD**).

Gleichwohl wird gutachterseits die gute Verbindung von fachlicher Umsetzung und Managementaspekten gewürdigt wie z.B. betreffend Videoproduktion und Kalkulation von Filmproduktionen.

Das Modul „Engagement als Gegenstand individueller Bildung“ zielt explizit auf die Persönlichkeitsbildung. Als Wahlmodul muss dieses Modul jedoch nicht belegt werden. Gutachterseitig wird daher empfohlen, Zielstellungen und Inhalte von zivilgesellschaftlichem Engagement bewusst integrativ in den Modulen aufzunehmen (**Empfehlung 8 MoD**). QMSL-seitig wird an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass mit dem Modul „Engagement als Gegenstand individueller Bildung“ ein Wahlmodul geschaffen wurde, das es ermöglicht, neben der in allen Studiengängen auf vielfältige Art und Weise geförderten Persönlichkeitsbildung, gesellschaftliches Engagement in einer zu wählenden Form zu zeigen, zu reflektieren und kreditiert zu bekommen oder sich entsprechend nachgewiesenes Engagement auf dieses Modul anrechnen zu lassen, wenn entsprechend reflektiert. Die Aufnahme dieses Wahlmoduls in das Curriculum bedeutet jedoch nicht, dass allein darüber die Persönlichkeit der Studierenden im Hinblick auf Gesellschaftliches Engagement geschult wird.

Insgesamt ist sich das Gutachterteam darüber einig, dass für den Studiengang Motion Design & Management in beiden Studienvarianten die Anforderungen der StakV Hessen gemäß §12 Abs. 1 insofern erfüllt sind, als das Curriculum unter Berücksichtigung der festgelegten Eingangsqualifikationen und im Hinblick auf die Erreichbarkeit der Qualifikationsziele adäquat aufgebaut ist. Auch sind die Qualifikationsziele, die Studiengangsbezeichnung, Abschlussgrad und -bezeichnung sowie das Modulkonzept stimmig aufeinander bezogen. Ferner werden Aktualität und Adäquanz der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen bescheinigt, die laut StakV Hessen § 13 Abs. 1 bei der Studiengangsgestaltung zu gewährleisten sind.

▪ **Umsetzung von Qualifikationszielen im Bachelor-Verbund**

Die (Schwerpunkt-)Wahlmöglichkeiten der Studiengänge Medienmanagement & Digitales Marketing, Medienpädagogik und Wirtschaftspädagogik sind im Dokument „Matrix Wahl- und Querwahloptionen“ als mitgeltendes Dokument zum BT PO\_BA 2020 aufgezeigt und wurden im Rahmen der Weiterentwicklung der Bachelor-Verbundstudiengänge 2020 gerade mit Blick auf die jeweils zu erreichenden Qualifikationsziele der einzelnen Studiengänge abgestimmt.

Das gutachterseitig für die Studiengänge Medienmanagement & Digitales Marketing, Medienpädagogik und Wirtschaftspädagogik formulierte Weiterentwicklungspotential dahingehend, den Wahlpflichtbereich noch weiter zu öffnen, um eine breitere Abdeckung überfachlicher Qualifikation zu ermöglichen, wird daher mit Blick auf die jeweils zu erreichenden Qualifikationsziele QMSL-seitig umformuliert in eine entsprechende Erweiterung des Wahlpflichtbereichs (**Empfehlung 2 MMDM, Empfehlung 3 MPäd, Empfehlung 4 WPäd**).

### Curriculum Medienmanagement und Digitales Marketing

1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
Strategisches Medienmanagement	Medienpraxis Film, Video und Online-Medien	Social Media- und Content-Marketing	International and intercultural Management	Wirtschaftsethik und Nachhaltigkeit	Case Study: Angewandtes Digitales Marketing
Kommunikationsmanagement	Digitales Marketing und Online Business	Digitales Produktmanagement	Digitale Transformation	Business Planspiel	Digital Entrepreneurship und Innovationen
Medien- und Kommunikationspsychologie	Grundzüge der Volkswirtschaftslehre	Medienökonomie	Data Science und Data Analytics	Praxisprojekt	Wahlpflichtmodul
Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	Bürgerliches Recht	Spezielles Wirtschaftsrecht	Schwerpunkt I	Schwerpunkt II	Bachelorkolloquium
Marketing und Marktforschung	Wissenschaftliches Arbeiten	Digitales Recht			Bachelorarbeit
Projektmanagement und Präsentationstechniken	Statistische Methoden	Empirische Forschungsmethoden			

<p><span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #0072bc; border: 1px solid black; margin-right: 5px;"></span> Medienmanagement Module</p> <p><span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #cccccc; border: 1px solid black; margin-right: 5px;"></span> Wirtschaftswissenschaftliche Module</p>	<p><span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #ffcc00; border: 1px solid black; margin-right: 5px;"></span> Juristische Module</p> <p><span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #92d050; border: 1px solid black; margin-right: 5px;"></span> Module für überfachliche Qualifikation</p> <p><span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #333333; border: 1px solid black; margin-right: 5px;"></span> Module für wissenschaftliche Methoden</p>
---	---

Die Abbildung verdeutlicht die verschiedenen Kompetenzbereiche mit ihren Modulen als Entwicklungsfelder für die Studierenden im Studiengang Medienmanagement & Digitales Marketing.

Im Studiengang Medienmanagement & Digitales Marketing stehen den Studierenden neben dem Pflichtprogramm vier studiengangsspezifische Schwerpunkte der Mediaschool zur Wahl, von denen mindestens einer zu belegen ist: SP1-Film- und Videoproduktion, SP2-Digital und Social Media Management, SP3- Event-Management, SP4-Unternehmenskommunikation und Agenturmanagement. Der zweite Schwerpunkt kann auch aus anderen

Bachelor-Verbundstudiengängen gewählt werden. Gemäß dem Dokument „Querwahloptionen Schwerpunkte und Wahlpflichtmodule“ (mitgeltendes Dokument des BT PO\_BA 2020) stehen den MMDM-Studierenden der Schwerpunkt Digitale Medienkompetenz aus MPäd offen sowie einzelne Schwerpunkte aus anderen Bachelor-Verbundstudiengängen wie Betriebswirtschaftslehre, Immobilienwirtschaft, Mobilitätswirtschaft, Sportmanagement, Wirtschaftsrecht und Wirtschaftspsychologie.

Für das im 6. Semester zu wählende Wahlpflichtmodul stehen den Studierenden folgende fünf Wahlpflichtmodule offen: B-WPM-1 Cases in Economic Policy, B-WPM-2 Emerging Technology Trends, B-WPM-3 ERP-Systeme in Unternehmen, B-WPM-4 Wirtschaftsinformatik, B-WPM-5 Engagement als Gegenstand individueller Bildung sowie B-WPM-6 Digitales Programm- und Projektmanagement.

### **Bewertung Curriculum Medienmanagement & Digitales Marketing**

*Die Studiengangsbezeichnung korrespondiert aus Gutachtersicht mit den Lernzielen und dem Curriculum. Aufgrund der Berufsbilder und der Bedeutung der Digitalen Transformation wäre allerdings zu überlegen, ob der strategische Überbau der Digitalisierung der Gesamtwirtschaft sich mehr im Namen wiederfinden sollte. Gleiches gilt auch für die Dominanz des Themas Medienmanagement im Titel und an erster Stelle des Studiengangs. Hier wäre überlegenswert, ob und welche Bedeutung dieses Thema als Teil der Studiengangsbezeichnung hat (**Empfehlung 3 MMDM**).*

*Aus Gutachtersicht entspricht das Curriculum dem Qualifikationsprofil; es nutzt und vermittelt aktuelle Inhalte aus dem jeweiligen Bereich, sowohl aus der Praxis, als auch aus der Wissenschaft. Dabei sind die Modulbeschreibungen kompetenzorientiert formuliert, die Inhalte spiegeln gut die Themen des einzelnen Moduls wieder; die Literaturangaben sind aktuell und zweckmäßig. Teilweise wäre bei einzelnen Modulen eine gewisse Reduktion der inhaltlichen Beschreibung zu überlegen, um aktuellen Änderungen den Raum zu geben, z.B. bei Medien- und Kommunikationspsychologie sowie Social Media und Content Marketing (**Empfehlung 4 MMDM**).*

*Darüber hinaus wird Weiterentwicklungspotential darin gesehen, zunehmend Englisch als Fachsprache in den Modulen aufzunehmen, sei es als Teilinhalt und/oder korrespondierende Prüfungsfrage(n) (**Empfehlung 5 MMDM**) sowie vor dem Hintergrund des Transformationsprozesses der Digitalisierung, Change Management als (Wahlpflicht)modul oder integrativ in die bestehenden Module aufzunehmen (**Empfehlung 6 MMDM**).*

*Das Modul Digital Entrepreneurship und Innovation könnte auch in diesen Studiengang aufgenommen und geprüft werden, inwieweit sich die Inhalte dieses Moduls um moderne Geschäftsmodelle ergänzen lassen (**Empfehlung 7 MMDM**).*

*Aus Gutachtersicht entspricht der Abschlussgrad Bachelor of Arts dem Qualitätsniveau, auch spiegelt er gut die inhaltliche Ausrichtung wieder. Aufgrund des guten integrativen theoretischen Fundaments und damit auch der Vermittlung von Wissenschaftstheorien wäre auch ein Bachelor of Science plausibel.*

*Insgesamt ist sich das Gutachterteam darüber einig, dass für den Studiengang Medienmanagement & Digitales Marketing in beiden Studienvarianten die Anforderungen der StakV Hessen gemäß §12 Abs. 1 insofern erfüllt sind, als das Curriculum unter Berücksichtigung der festgelegten Eingangsqualifikationen und im Hinblick auf die Erreichbarkeit der Qualifikationsziele adäquat aufgebaut ist. Auch sind die Qualifikationsziele, die Studiengangsbezeichnung, Abschlussgrad und -bezeichnung sowie das Modulkonzept stimmig aufeinander bezogen. Ferner werden Aktualität und Adäquanz der*

fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen bescheinigt, die laut StakV Hessen § 13 Abs. 1 bei der Studiengangsgestaltung zu gewährleisten sind.

## Curriculum Medienpädagogik

1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
Einführung in die Medienpädagogik	Grundlagen der Didaktik	Mediendidaktik	International and intercultural Management	Business Planspiel	Interkulturelles Lernen
Medien- und Kommunikationspsychologie	Medienarbeit in der Frühpädagogik	Grundlagen der Erziehungs- und Bildungswissenschaft	Digitale Transformation	Wirtschaftsethik und Nachhaltigkeit	Medienethik und Jugendschutz
Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	Medienpraxis Film, Video und Online-Medien	E-Learning: Didaktik und Anwendungen	Data Science und Data Analytics	Praxisprojekt	Digital Entrepreneurship und Innovationen
Marketing und Marktforschung	Bürgerliches Recht	Medienkompetenz in der digitalen Gesellschaft	Schwerpunkt I	Schwerpunkt II	Bachelor-Kolloquium
Business Communication	Wissenschaftliches Arbeiten	Digitales Recht			Bachelorarbeit
Projektmanagement und Präsentationstechniken	Statistische Methoden	Empirische Forschung in der Pädagogik			

<ul style="list-style-type: none"> <li><span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #0070C0; margin-right: 5px;"></span> Medienpädagogische Module</li> <li><span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #A9A9A9; margin-right: 5px;"></span> Betriebswirtschaftliche Module</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #FFC000; margin-right: 5px;"></span> Juristische Module</li> <li><span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #92D050; margin-right: 5px;"></span> Module für überfachliche Qualifikation</li> <li><span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #333333; margin-right: 5px;"></span> Module für wissenschaftliche Methoden</li> </ul>
---	---

Die Abbildung verdeutlicht die verschiedenen Kompetenzbereiche mit ihren Modulen als Entwicklungsfelder für die Studierenden im Studiengang Medienpädagogik.

Im Studiengang Medienpädagogik müssen die Studierenden neben dem Pflichtprogramm mindestens einen der beiden folgenden studiengangsspezifischen Schwerpunkte wählen: SP-1 Lernen 4.0, SP-2 Digitale Medienkompetenz. Der zweite Schwerpunkt kann auch aus anderen Bachelor-Verbundstudiengängen gewählt werden. Gemäß dem Dokument „Querwahloptionen Schwerpunkte und Wahlpflichtmodule“ (mitgeltendes Dokument des BT PO\_BA 2020) stehen den MPäd-Studierenden insbesondere die beiden Schwerpunkte aus WPäd sowie alle vier Schwerpunkte der Mediaschool (siehe MMDM) offen, aber auch einzelne Schwerpunkte aus anderen Bachelor-Verbundstudiengängen wie Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht und Wirtschaftspsychologie.

### **Bewertung Curriculum Medienpädagogik**

*Die Studiengangsbezeichnung erscheint aus Gutachtersicht als relativ eng. Mit Blick auf die Studieninhalte wäre auch folgende Bezeichnung vorstellbar: Medienpädagogik und -management. Das Studienprogramm greift umfangreich aktuelle Themen im Kontext der Medienbildung auf: Digital Entrepreneurship, digitale Trends und Techniken. Moderne Geschäftsmodelle könnten zusätzlich aufgegriffen werden.*

*Die Module sind thematisch schlüssig in Oberthemen gebündelt, die gut mit den angestrebten Berufsfeldern harmonieren (erziehungswissenschaftliche und medienpädagogische*

Grundlagen, Medieninnovationen und Digitalisierung, Management, wissenschaftliche Methoden etc.). Gelungen sind die zwei Schwerpunkte, die unterschiedliche Bereiche der Medienpädagogik intensiver ausleuchten. Zwei Module aus dem Curriculum könnten anderen Modulgruppen zugeordnet werden: B-MPaed-5 Medienethik und Jugendschutz zum Thema eins: Medienpädagogik, Didaktik und Erziehungswissenschaften; B-BW-10 Digital Entrepreneurship und Innovationen zum Thema drei: Internationalisierung, Management und gesellschaftliche Verantwortung.

Das Modul B-BW-10 Digital Entrepreneurship und Innovation ist für die perspektivischen Berufsfelder der AbsolventInnen von hohem Interesse. Hier könnte man mit einer vertieften Betrachtung „moderner Geschäftsmodelle“ inhaltlich mehr Substanz und eine höhere Anbindung an den Stand der Forschung schaffen (**Empfehlung 4 MPäd**).

Die Empfehlungen der zuständigen Fachgesellschaft sind adäquat berücksichtigt.

Beide Studienvarianten sind plausibel. Richtet sich das Studium an Bildungsverantwortliche und -planer ist die 210 CP-Variante besonders sinnvoll. Das Studienprogramm ist zwischen medienpädagogischen, erziehungswissenschaftlichen und wirtschaftswissenschaftlichen Bereichen gut balanciert. Die forschungsmethodischen Anteile sind sinnvoll einzubinden.

Vor dem Hintergrund, dass nicht nur die Module in sich homogen strukturiert sind, sondern auch das Curriculum „Medienpädagogik“ in sich, steht gutachterseitig auch einer Erweiterung des Wahlpflichtkatalogs aus den Bereichen Medien und Wirtschaft im Sinne einer Individualisierung und Multidisziplinarität nichts im Weg. Die gemeinsame Belegung von Modulen würde vielmehr interdisziplinäre Teambildungen befördern, die eine Wissens- und Fähigkeitsaneignung im Sinne eines Peer-to-Peer Lernens ermöglichen.

Insgesamt ist sich das Gutachterteam darüber einig, dass für den Studiengang Medienpädagogik in beiden Studienvarianten die Anforderungen der StakV Hessen gemäß §12 Abs. 1 insofern erfüllt sind, als das Curriculum unter Berücksichtigung der festgelegten Eingangsqualifikationen und im Hinblick auf die Erreichbarkeit der Qualifikationsziele adäquat aufgebaut ist. Auch sind die Qualifikationsziele, die Studiengangsbezeichnung, Abschlussgrad und -bezeichnung sowie das Modulkonzept stimmig aufeinander bezogen. Ferner werden Aktualität und Adäquanz der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen bescheinigt, die laut StakV Hessen § 13 Abs. 1 bei der Studiengangsgestaltung zu gewährleisten sind.

## Curriculum Wirtschaftspädagogik

1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
Einführung in die Wirtschaftspädagogik	Grundlagen der Didaktik	Grundlagen der Erziehungs- und Bildungswissenschaft	International and Intercultural Management	Wirtschaftsethik und Nachhaltigkeit	Interkulturelles Lernen
Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	Personalmanagement und Führung	E-Learning: Didaktik und Anwendungen	Digitale Transformation	Business Planspiel	Organisationsgestaltung und -entwicklung
Rechnungswesen	Grundzüge der Volkswirtschaftslehre	Berufliche Aus- und Weiterbildung	Data Science und Data Analytics	Praxisprojekt	Forschungsmethoden in der Pädagogik II
Business Communication	Bürgerliches Recht	Change- und Innovationsmanagement	Schwerpunkt I	Schwerpunkt II	Bachelor-Kolloquium
Projektmanagement und Präsentationstechniken	Wissenschaftliches Arbeiten	Empirisches Forschungsprojekt			Bachelorarbeit
Wirtschaftsmathematik	Statistische Methoden	Forschungsmethoden in der Pädagogik I			

<span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; background-color:blue; border:1px solid black;"></span> Wirtschaftspädagogische Module	<span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; background-color:yellow; border:1px solid black;"></span> Juristische Module
<span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; background-color:gray; border:1px solid black;"></span> Wirtschaftswissenschaftliche Module	<span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; background-color:lightgreen; border:1px solid black;"></span> Module für überfachliche Qualifikation
	<span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; background-color:black; border:1px solid black;"></span> Module für wissenschaftliche Methoden

Die Abbildung verdeutlicht die verschiedenen Kompetenzbereiche mit ihren Modulen als Entwicklungsfelder für die Studierenden im Studiengang Wirtschaftspädagogik.

Im Studiengang Wirtschaftspädagogik müssen die Studierenden neben dem Pflichtprogramm mindestens einen der beiden folgenden studiengangsspezifischen Schwerpunkte wählen: SP-1 Education Management, SP-2 Talent Management. Der zweite Schwerpunkt kann auch aus anderen Bachelor-Verbundstudiengängen gewählt werden. Gemäß dem Dokument „Querwahloptionen Schwerpunkte und Wahlpflichtmodule“ (mitgeltendes Dokument des BT PO\_BA 2020) stehen den WPäd-Studierenden insbesondere die beiden Schwerpunkte aus MPäd sowie alle vier Schwerpunkte der Mediaschool (siehe MMDM) offen, aber auch einzelne Schwerpunkte aus anderen Bachelor-Verbundstudiengängen wie Betriebswirtschaftslehre, Mobilitätswirtschaft, Sportmanagement, Wirtschaftsrecht und Wirtschaftspsychologie.

### **Bewertung Curriculum Wirtschaftspädagogik**

*Aus Gutachtersicht ist die Studiengangsbezeichnung sehr gut passend gewählt - eine besondere Bedeutung kommt hierbei dem Qualifikationsprofil zu, das die Kompetenzen und beruflichen Tätigkeitsfelder klar kommuniziert. Das Studienprogramm ist auf eine grundlegende wirtschaftswissenschaftliche und erziehungswissenschaftliche Ausbildung ausgerichtet und erfüllt damit die Anforderungen sehr gut.*

*Auch sind die Empfehlungen der zuständigen Fachgesellschaft adäquat berücksichtigt.*

*Wenngleich beide Studienvarianten plausibel sind, so wird aus wirtschaftspädagogischer Sicht die 210 CP-Variante bevorzugt, da Erfahrungen zeigen, dass Praxisphasen deutliche*

*Qualitätssprünge mit Blick auf die Bachelorarbeiten und die berufliche Reflexion ermöglichen.*

*Das Curriculum ist modern; es adressiert die wesentlichen Elemente der Wirtschaftswissenschaften und der Wirtschaftspädagogik. Es überzeugt zudem durch die Aufnahme "neuerer" Themen wie Negotiation, Innovation, CSR. Insgesamt wirkt das Curriculum einzelner Module (s.o.) überladen, so dass vermutet werden muss, dass inhaltliche Aspekte nur sehr begrenzt in der Tiefe bearbeitet werden. Dennoch transportiert das Curriculum die für das Studium der Wirtschaftspädagogik zentralen Aspekte: Es sind ein grundlegendes wirtschaftswissenschaftliches sowie fachdidaktisches Verständnis aufzubauen und das methodische Handwerkszeug zur Konzeption und empirischen Begleitung beruflich/ betrieblicher Lernsettings zu vermitteln.*

*Vor dem Hintergrund, dass nicht nur die Module in sich homogen strukturiert sind, sondern auch das Curriculum „Wirtschaftspädagogik“ in sich, steht gutachterseitig auch einer Erweiterung des Wahlpflichtkatalogs aus den Bereichen Medien und Wirtschaft im Sinne einer Individualisierung und Multidisziplinarität nichts im Weg. Die gemeinsame Belegung von Modulen würde vielmehr interdisziplinäre Teambildungen befördern, die eine Wissens- und Fähigkeitsaneignung im Sinne eines Peer-to-Peer Lernens ermöglichen.*

## 4. Zugangsvoraussetzungen und Zulassungsbedingungen

Evidenzen: Allgemeiner und Besonderer Teil der Prüfungsordnung, Zulassungsbestimmungen, Selbstdokumentation, Anerkennungsregeln und -prozesse

### ■ Zugangsvoraussetzungen

Der Hochschulzugang zu einem grundständigen Bachelorstudiengang ist laut AT PO § 5 (1) nach Maßgabe des HHG, durch die allgemeine Hochschulreife, die fachgebundene Hochschulreife, die Fachhochschulreife, die Meisterprüfung, vergleichbare Abschlüsse der beruflichen Aufstiegsfortbildung oder andere geregelte Zugangsmöglichkeiten nach Maßgabe der rechtlichen Regelung des Landes Hessen, die im Rahmen der vorliegenden Prüfungsordnung unmittelbar zur Anwendung gebracht werden, nachzuweisen.

### ■ Zulassungsbedingungen und Auswahlverfahren

Die Allgemeinen Zulassungsbestimmungen (AZB) des Fachbereichs Wirtschaft & Medien an der Hochschule Fresenius (i. d. F. vom 12.07.2019) fordern als wesentliche Zulassungsvoraussetzung zum Studium unter § 1 den Nachweis einer Hochschulzugangsberechtigung; zudem sollen Bewerber um einen Studienplatz in einem Bachelor-Studiengang gemäß § 2 Abs. 2 zusätzlich im Rahmen eines Aufnahmetages an einem persönlichen Informations- und Beratungsgespräch teilnehmen, in dem die Studienmotivation sowie die Interessen und Fähigkeiten der Bewerber\*innen ermittelt und vor dem Hintergrund des betreffenden Studiengangs analysiert werden. Es muss erwähnt werden, dass auf Grund eines organisatorischen Versehens zunächst eine ältere Version der AZB an die Fachkommission versandt wurde. Die Fachkommission wurde jedoch im laufenden Verfahren darüber informiert und erhielt die aktuelle Version der AZB mit der Bitte um eine erneute Überprüfung der Zulassungsbedingung und Rückmeldung.

Im BT PO\_BA sind keine weiteren studiengangsspezifischen Zulassungsbestimmungen für die Bachelor-Studiengänge des Business-Clusters festgehalten.

## ■ Anerkennungs-/Anrechnungsregelungen

Regelungen zur Anerkennung von extern erworbenen Kompetenzen sind in § 12 (1) des AT PO verankert und entsprechen insgesamt der Lissabon-Konvention und den einschlägigen Vorgaben der StakV Hessen. Dementsprechend sind an anderen in- oder ausländischen Hochschulen erworbene Kompetenzen anzuerkennen, „wenn durch die Hochschule keine wesentlichen Unterschiede in den Kompetenzen nachgewiesen (festgestellt und begründet) werden können“.

Außerhalb des Hochschulbereichs erworbene Kompetenzen werden gemäß § 12 (2) des AT PO darüber hinaus im Umfang von maximal 50% der in einem Studiengang vorgesehenen Kreditpunkte auf Antrag angerechnet, wenn „die Qualifikationen Teilen des Studiums nach Inhalt und Niveau gleichwertig“ ist. Die Umsetzung der Anerkennungs- bzw. Anrechnungsregelungen liegt grundsätzlich in der Kompetenz des jeweils zuständigen Prüfungsausschusses, kann aber einer anderen Stelle übertragen werden.

§ 5 des BT PO\_BA sieht (für die Bewerbergruppe des vorliegenden Media-Education-Clusters) mit Abs. 1 und 2 entsprechende Möglichkeiten der pauschalen Anrechnung außerhochschulisch erworbener Kompetenzen auf nachfolgend genanntes Studiengangsmodul vor: Bei Kaufmännischer Ausbildung: *Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre*

Auf Antrag bestehen individuelle Anrechnungsmöglichkeiten bei (IHK)-Weiterbildungen. Äquivalenzprüfungen wurden bereits für verschiedene Weiterbildungen durchgeführt. Detailliertere Auskunft über die individuelle oder auch pauschale Anerkennungs-/Anrechnungspraxis am Fachbereich Wirtschaft & Medien geben darüber hinaus der als Anlage zum Selbstbericht zur Verfügung gestellte „Leitfaden zur Anerkennung hochschulischer und Anrechnung außerhochschulischer Kompetenzen“ sowie die dazu gehörigen Prozessbeschreibungen.

## **Bewertung**

*Die Zugangsvoraussetzungen / Zulassungsbedingungen sind in den Augen der Fachkommission insgesamt plausibel, gewährleisten ein Studium auf Bachelorniveau und werden gemäß den landesspezifischen Ausführungen zur Hochschulzugangsberechtigung als erfüllt und dem Qualifikationsziel angemessen angesehen. Die Regelungen in den aktuellen AZB werden insofern als zielführend betrachtet, als den Studieninteressierten durch die Informations- und Beratungsgespräche Rückfragen zu den Studiengängen ermöglicht werden. Auch richtet sich die Auswahl nicht nur nach formaler Eignung, sondern auch Neigung (s. Beratungstag für Bewerber), um einer möglichen Fehlentscheidung entgegen zu treten. Zwar ist auf Grundlage der vorliegenden Zulassungsbedingungen zu erwarten, dass die Studienanfänger in der Lage sind, das Studium erfolgreich zu absolvieren, gleichwohl werden für die gestalterischen Studiengänge des Creative Clusters in diesem Zusammenhang Bedenken vorgetragen:*

*Da im Rahmen des Creative Clusters Qualifikationen sowohl im Umfeld wissenschaftlicher Theoriebildungen und Methodologien wie auch im Bereich kreativer und gestaltgebender Konzeptions-, Entwurfs-, Entwicklungsleistungen auszubilden sind, käme der über Verhaltensanker systematischen Auswertung etwa von gelenkten Motivationsschreiben eine grundlegende Bedeutung für die spezifische Eignungsfeststellung zu. Die hierzu seitens des*

*FB Wirtschaft & Medien ursprünglich einmal angelegten fünf Fragenkomplexe, ggf. erweitert um ein persönliches Gespräch, würden eine hinreichende Differenzierung ermöglichen, um auf unterschiedliche Talente/Interessenlagen einzugehen und Zulassungsentscheidungen zu begründen. Ob und inwieweit allein der Aufnahmetag mit seiner Beratung und den allgemeinen Aufgabenstellungen die notwendige Mindestsicherung gestalterisch-künstlerischer Basisqualifikationen gewährleistet, ist eine offene Frage. Es wird daher empfohlen, gerade für künstlerische Studiengänge über eine Eignungsprüfung bzw. ein dezidiertes Aufnahmeverfahren nachzudenken, auch um die Quote der Studienabbrecher zu verringern, was überdies evaluiert werden sollte (**Empfehlung 7 GDM, 9MM, 9 MoD**).*

*Die Anrechnung außerhochschulisch erbrachter Leistungen ist aus Gutachtersicht „erfreulich klar geregelt“. Positiv hervorgehoben werden auch die ausführlichen Regelungen zur pauschalen Anrechnung nichthochschulischer Kompetenzen. Diese Regelungen sowie die ebenfalls plausiblen Anerkennungsregelungen schafften insbesondere geeignete Rahmenbedingungen zur Förderung der studentischen Mobilität, die den Studierenden auch einen Aufenthalt an anderen Hochschulen ohne Zeitverlust ermöglicht.*

*Die Fachkommission stellt insofern fest, dass die diesbezüglichen inhaltlichen Anforderungen der StakV Hessen § 12 vollständig erfüllt sind.*

## 5. Didaktisches Konzept

Evidenzen: Didaktisches Konzept, Modulhandbuch

Aus den Zielen der Hochschule Fresenius hat der Fachbereich Wirtschaft & Medien ein didaktisches Konzept abgeleitet, das zusammen mit einer Beschreibung der Umsetzung in den Verbund-Bachelorstudiengängen als Anlage zur Selbstdokumentation offengelegt wurde.

Das didaktische Konzept des Fachbereichs Wirtschaft & Medien wurde im Rahmen der Re-Akkreditierung aktualisiert und im Sinne des Constructive Alignment Ansatzes gestaltet. Es wird ausführlich in einem entsprechenden Papier beschrieben und berücksichtigt die hochschulisch formulierten Ansprüche und Vorgaben des Leitbildes der Hochschule Fresenius sowie des Leitbildes Lehre vom März 2020. Demzufolge sind die Lernergebnisse, Lehr-/Lernformen und Prüfungsformen innerhalb einzelner Module und über einen ganzen Studiengang hinweg aufeinander abgestimmt. Dabei steht die individuelle Förderung unter Berücksichtigung zielgruppenspezifischer Eigenheiten im Fokus. Bei der Umsetzung erfolgt eine enge Abstimmung zwischen dem Zentrum für Hochschuldidaktik & E-Learning und den Instructional Designern, die bei der Studiengangentwicklung früh von den Verantwortlichen in die Konzeption eingebunden werden.

Das didaktische Konzept der Präsenzstudiengänge teilt den Workload auf vier Bereiche auf: synchrone Kontaktzeit Präsenz, synchrone Kontaktzeit online, angeleitetes Selbststudium und (individuelles) Selbststudium. Wie hoch der Anteil der einzelnen Bereiche ist, hängt von dem im Qualifikationsprofil beschriebenen Kompetenzaufbau ab.

Angeleitetes Selbststudium: Umfasst konkrete Lern- und Arbeitsaufträge der Dozierenden, die selbstorganisiert durch die Studierenden durchgeführt werden und worauf die Reflexion der Ergebnisse folgt. Inhalte und Materialien werden über die hochschuleigenen Online-Lernplattformen ILIAS bzw. studynet bereitgestellt. Das angeleitete Selbststudium umfasst

bereitgestellte Unterrichtsmaterialien (eLectures, Lehrvideos), weiterführende Literatur, Übungen oder Onlinetests zur Selbstreflexion und Lernfortschrittskontrolle, sowie die Vergabe kleinerer Arbeitsaufträge zur Vorbereitung auf Präsenzveranstaltungen. Darüber hinaus bietet das angeleitete Selbststudium in Verbundmodulen die Möglichkeit studien-gangsspezifische Besonderheiten zu berücksichtigen.

(Individuelles) Selbststudium: individuelle Aufarbeitung von Inhalten der Kontaktzeit, schließt die individuelle Prüfungsvorbereitung mit ein.

Kontaktzeit (Präsenz und online): Fokus liegt auf dem diskursiven Austausch zwischen Dozierenden und Studierenden. Es erfolgt ein planvoller Wechsel zwischen Wissens- und Kompetenzvermittlung. Hierzu zählen u.a. Vorlesungen, Übungen, Seminare oder Webinare.

Durch dieses didaktische Konzept wird der Zugang zum Hochschulstudium erleichtert sowie ein hoher Grad an Individualisierung und Flexibilisierung ermöglicht. Die enge Verzahnung von Kontaktzeit und angeleitetem Selbststudium ermöglicht flexible Lernmodelle und fördert das selbstgesteuerte Lernen. So soll die individuelle Förderung jedes einzelnen Studierenden ermöglicht werden, die die verschiedenen Lerntypen und -tempi berücksichtigt.

Um das Ziel der praxisnahen Wissens- und Kompetenzvermittlung zu unterstützen, werden Gastvorträge, Exkursionen und Projekte mit Praxispartnern der Hochschule in die Lehre integriert. Dies kann entweder modulbezogen oder über öffentliche Vorträge im Fachbereich Wirtschaft & Medien erfolgen.

Die Umsetzung des didaktischen Konzeptes in den hier re-akkreditierten Studiengängen des Media- und Education-Clusters berücksichtigt die Entwicklung der Inhalte vom Allgemeinen zum Speziellen. So werden die betriebswirtschaftlichen, methodischen und fachbezogenen Grundlagen in den ersten Semestern durch digitale Elemente mit einem erhöhten Maß an Anleitung und Unterstützung vermittelt. Diese Grundlagen werden in den Folgesemestern spezifiziert und münden in der anwendungsbezogenen Bearbeitung von Fallstudien und Praxisprojekten. Um in der Kontaktzeit diskursive Formate zu ermöglichen und Raum für die kritische Reflexion zu schaffen, wird die Wissensvermittlung vermehrt in das angeleitete Selbststudium überführt. In der Endphase des Studiums dient der höhere Blended-Anteil einer stärkeren Flexibilisierung. Durch ein intensives genutztes angeleitetes Selbststudium und entsprechend kürzere Präsenzphasen haben die Studierenden zeitliche Flexibilität, um sich auf die Abschlussarbeit vorzubereiten. Darüber hinaus führt die verstärkte Nutzung virtueller Klassenräume in der Endphase des Studiums die Studierenden gezielt an digitale Kollaborations- und Kommunikationstools heran, womit überfachliche Kompetenzen gefördert und ausgebildet werden.

Die in den Modulbeschreibungen aufgeführten Lehr-/Lernmethoden werden den verschiedenen Bereichen (synchrone Kontaktzeit Präsenz, synchrone Kontaktzeit online, angeleitetes Selbststudium, Selbststudium) zugeordnet.

### **Bewertung**

*Laut Fachkommission ist das didaktische Konzept klar beschrieben und wird in den Modulen entsprechend umgesetzt. Es entspricht den Anforderungen eines modernen Studiums sowohl auf der digitalen Höhe der Zeit wie auch unter dem Aspekt der besonderen Anforderungen an ein gestalterisch-künstlerisch geprägtes Studium, wie es in den Studiengängen des Media- und Education-Clusters vorgesehen ist. Dazu verweist die Fachkommission auf*

*angewendete Blended Learning bzw. Flipped/Inverted Classroom-Konzepte, die in den Studiengängen als zielführende Methoden und lernunterstützende Tools genutzt werden und positiv von der Fachkommission hervorgehoben werden. So werden die Möglichkeiten der Medien und Technik genutzt, um einen Mehrwert für die Lehre insgesamt zu bilden und in die klassische Präsenzlehre integriert zu werden. Dass diese didaktisch-methodische Orientierung in den Modulbeschreibungen abgebildet wird, wird positiv durch die Fachkommission hervorgehoben. Hierüber werden die Studierenden bereits implizit auf die eigenbestimmte Entwicklung von Selbstkompetenz und Selbstwirksamkeit als wesentlicher Teil der fachlichen Qualifikationsziele wie der individuellen Persönlichkeitsentwicklung eingestellt. Darüber hinaus hebt die Fachkommission die in den Modulbeschreibungen dargestellte Möglichkeit für Gruppenarbeiten hervor, da diese unter anderem Schlüsselqualifikationen wie Teamfähigkeit oder Projektmanagement fördern. Auch die erkennbare Organisation der Prüfungsplanung durch einen zunehmenden Anteil produktiver wie reflexiver Aneignungsformen von Wissensbeständen und Kompetenzen berücksichtigt die im didaktischen Konzept beschriebenen Anforderungen. Die Grundlagen für eine kompetenzorientierte Lehr- und Leistungsüberprüfung sind somit geschaffen.*

*Da nicht in allen Modulen synchrone Online-Kontaktzeit ausgewiesen ist, empfiehlt die Fachkommission, dieses im Rahmen einer Evaluation hinsichtlich des Studienerfolgs zu prüfen. **(Empfehlung 1 alle STG)***

*Bzgl. der gewählten Lehr- und Lernformen in der jeweiligen Fachdisziplin fasst die Fachkommission zusammen, dass Wissen und Fähigkeiten auf unterschiedliche Weise vermittelt werden können, damit Studierende die entsprechenden Kompetenzen aufbauen können. Durch das dargestellte Konzept wird der Studierendenorientierung Rechnung getragen. Darüber hinaus wird durch die verschiedenen Lern-/Lehrformen die Selbstorganisation des Studiums und die Studienpraxis nachhaltig geprägt. Das hohe Maß an Methodenflexibilität ist in den hier betrachteten Studiengängen geboten, um die Qualifikationsprofile und Kompetenzvermittlung in Korrespondenz zu der medial geprägten Fachkultur auf hohem Niveau umzusetzen, gerade in den CC Studiengängen.*

*Für **MoD** wird im Modul B-MoD-5 Animation positiv hervorgehoben, dass bewusst Peer-Bewertungen im Modul genutzt werden und die Studierenden so untereinander in einen Bewertungs- und damit einen Entwicklungsprozess einbezogen werden. Gleichzeitig wird durch die Fachkommission empfohlen, die Erfahrungen der Peer-Bewertungen zu evaluieren und auf den Einsatz in anderen Modulen bzw. Studiengängen hin zu prüfen. **(Empfehlung 2 alle STG)***

*Für **GDM** und **MM** hält die Fachkommission fest, dass das dargestellte didaktische Konzept und die Umsetzung speziell in diesen beiden Studiengängen das Potenzial haben, als Pilotprojekt für eine kohärente Wechselwirkung zwischen Inhaltsstruktur und Vermittlungsstruktur im marktorientierten Anwendungsfeld der digitalen Medien besondere Beachtung zu finden.*

*Hinsichtlich einer möglichen Weiterentwicklung des didaktischen Konzeptes empfiehlt die Fachkommission, Impulse aus der Praxis und aus den Anforderungen von Masterstudiengängen in dieses Konzept mit einfließen zu lassen. **(Empfehlung 3 alle STG)***

*Die Anforderungen gem. §12 (1) und §13 (1) StakV Hessen sind somit erfüllt.*

## 6. Prüfungssystem

Evidenzen: Selbstdokumentation, Allgemeiner und Besonderer Teil der Prüfungsordnung (Entwurf), Studienverlaufsplan, Modulhandbuch, bei Re-Akkreditierung Evaluationsergebnisse und Statistiken

Die wesentlichen normativen Rahmenbedingungen des Prüfungssystems sind in AT PO und BT PO\_BA formal verbindlich verankert. Die Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten sind zum einen in den Studienverlaufsplänen, zum anderen ausführlich mit Angaben zu Art und Umfang der Prüfungsleistung in den Modulbeschreibungen sämtlicher Studiengänge festgelegt.

In der Regel wird gem. §12 (5) Punkt 4 StakV Hessen pro Modul eine Prüfung angesetzt. Einzelne Prüfungsformen wie bspw. Projektarbeiten oder Referate bestehen aus einer mündlichen und einer schriftlichen Teilleistung. Die Anzahl und Gewichtung der Teilleistung für die Modulnote werden sowohl in den Modulbeschreibungen als auch im Studienverlaufsplan kenntlich gemacht. Darüber hinaus können alle Prüfungsformen, außer Klausuren, gem. §11 (17) AT PO auch als Gruppe geleistet werden. Dabei muss die individuelle Leistung des Studierenden abgrenzbar und bewertbar sein. Für welche Module eine Gruppenprüfung möglich ist und wie sich die Rahmenbedingungen in diesem Fall anpassen, ist in den jeweiligen Modulbeschreibungen festgeschrieben.

In den teilweise ins jeweilige Curriculum eingebundenen Verbundmodulen B-GV-1 Grundlagen der BWL, B-GV-2 Rechnungswesen, B-GV-5 Grundzüge der VWL, B-GV-7 Statistische Methoden ist als einzige Prüfungsleistung eine Klausur abzulegen. In Übereinstimmung mit dem didaktischen Konzept – und als Neuerung im Rahmen der Re-Akkreditierung – wurde hier als Voraussetzung für die Klausuranmeldung die erfolgreiche Bearbeitung von zwei unbenoteten online-basierten Selbstlerntests festgelegt. Dadurch soll in den sog. „Angstmodulen“ wie „Statistische Methoden“ „Grundzüge der Volkswirtschaftslehre“, „Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre“ und „Rechnungswesen“ der Lernprozess im Rahmen des Selbststudiums aktiv begleitet werden. Durch die verpflichtenden Online-Selbstlerntest, die beliebig oft wiederholt werden können, sollen die Studierenden dazu angehalten werden, sich frühzeitig mit den jeweiligen Lernstoff zu beschäftigen.

Die verschiedenen Prüfungsformen sind in § 11 AT PO definiert. In den Studiengängen werden folgende Prüfungsformen eingesetzt:

	Präsentationen / Referate	i.d.R. semesterbegleitend
	Poster-Präsentationen	Anfertigung semesterbegleitend, Präsentation am Ende der Vorlesungszeit
	Portfolio	Anfertigung semesterbegleitend, Abgabe zwei Wochen nach Ende der Hauptprüfungsphase
	Klausuren	schriftliche Arbeit am Ende des Semesters
	Schriftliche Ausarbeitung (Hausarbeit / Projektbericht)	Abgabe zwei Wochen nach Ende der Hauptprüfungsphase
	Bachelorarbeit	Schriftliche Arbeit am Ende des Studiums

In den Studiengängen Medienpädagogik, Game Design & Management, Medien Design & Management und Motion Design & Management ist mehrfach die Prüfungsleistung Praktische Arbeit abzulegen. QMSL-seitig wird davon ausgegangen, dass diese praktische Arbeit ähnlich wie Hausarbeiten im Anschluss an die Klausurenphase abzugeben sind.

	Praktische Arbeiten	i.d.R. zwei Wochen nach Hauptprüfungsphase
---	---------------------	--

In der 210CP-Variante mit Praxissemester ist außerdem noch ein Praktikumsbericht als Prüfungsleistung für das Pflichtpraktikum vorgesehen. Dieser ist unbenotet.

	Praktikumsbericht	Am Ende des Praktikums
---	-------------------	------------------------

Für die Abschlussprüfung sind im Fachbereich Wirtschaft & Medien keine Modulbeschreibungen anzufertigen, da alle diesbezüglichen Regelungen im BT PO\_BA zu treffen sind.

Alle Studiengänge schließen mit einer Bachelorarbeit und einem Kolloquium ab. Alle wesentlichen Regelungen wie z.B. die Bearbeitungszeit von acht Wochen, die dem im Studienverlaufsplan angegebenen Umfang von 12 CP entspricht, sind in §16 BT PO\_BA geregelt. Im laufenden Verfahren wurde bereits eine Verbesserung des BT PO\_BA § 16 dahingehend vorgenommen, dass die regelmäßig vergebenen 12 CP für eine Bachelorarbeit auch nochmals eigens in Abs. 2 genannt sind. Das Kolloquium umfasst 3 CP.

In § 16 Abs. 1 ist überdies festgehalten, dass in den Studiengängen GDM, MM und MoD neben der schriftlichen Prüfungsarbeit eine „Praktische Arbeit“ anzufertigen und einzureichen ist; dies ist so auch im Studienverlaufsplan, dem mitgeltenden Dokument zum BT PO\_BA festgehalten.

„Praktische Arbeiten“ sind im AT PO § 10 Abs. 12 als „eigenständig angefertigte gestalterische oder technische Ausarbeitungen vorgegebener Themen“ einschließlich möglicher Zielsetzungen definiert; typischerweise enthält eine Modulbeschreibung mit einer solchen Prüfungsform eine Definition des zeitlichen Umfangs für die praktische Arbeit, die abgestimmt ist auch im Hinblick auf die zu erreichende Anzahl an CP im Modul. Betreffend die im Zusammenhang mit der schriftlichen Bachelorarbeit (Umfang auf 20-25 Seiten begrenzt laut BT PO\_BA § 16 Abs. 8) stehende praktische Arbeit wurden jedoch keine entsprechenden Regelungen zum Umfang getroffen. Darüber hinaus fehlt eine Festlegung der Notenverrechnung beider Prüfungsteile. Die allgemeine Festlegung im BT PO\_BA § 16 Abs. 4 dahingehend, dass die Bearbeitungszeit der Bachelorarbeit (womit i.d.R. die schriftliche Arbeit gemeint ist) acht Wochen beträgt, ist vor dem Hintergrund, dass die schriftliche Arbeit für das Creative-Cluster gekürzt wurde, also auch nicht mehr allgemeingültig für alle Bachelorarbeiten. Insofern wird beauftragt, die Ziele und die besonderen Vorgaben für die Bachelorarbeit mit praktischer Arbeit im Rahmen des Creative-Clusters in §16 BT PO\_BA neu und eindeutig zu definieren (Zeitraumen, Umfang, Notenverrechnung, etc.) (**Auflage 1 GDM, MM, MoD**).

Die Prüfungsanzahl und -dichte stellt sich in den einzelnen Studiengängen wie folgt dar:

### Game Design & Management (B.A.)

Fachsemester	Prüfungsleistungen						Summe der Prüfungen
1	Praktische Arbeit	Praktische Arbeit	Projektarbeit	Posterpräsentation	Präsentation	Referat	6
2	Klausur*	Praktische Arbeit	Hausarbeit	Projektarbeit	Projektarbeit	+ 1 Prüfungsleistung aus dem Wahlpflichtbereich	6
3	Klausur	Klausur	Praktische Arbeit	Hausarbeit	Referat	+ 1 Prüfungsleistung aus dem Wahlpflichtbereich	6
4	Klausur	Portfolio	Praktische Arbeit	Praktische Arbeit	Hausarbeit	+ 1 Prüfungsleistung aus dem Wahlpflichtbereich	6
5	Praktische Arbeit	Projektarbeit	Referat	Portfolio	+ 1 Prüfungsleistung aus dem Wahlpflichtbereich		5
6	Referat	Präsentation	Präsentation	+ 1 Prüfungsleistung aus dem Wahlpflichtbereich		Bachelorarbeit + praktische Arbeit	4 + BA

\*Klausur mit Online-Selbsttests: Voraussetzung für die Anmeldung zur Klausur ist die erfolgreiche Bearbeitung von zwei online-basierten Selbstlern-tests, die nicht benotet werden.

### Mediendesign & Management (B.A.)

Fachsemester	Prüfungsleistungen						Summe der Prüfungen
1	Praktische Arbeit	Praktische Arbeit	Praktische Arbeit	Projektarbeit	Posterpräsentation	Präsentation	6
2	Klausur*	Praktische Arbeit	Hausarbeit	Projektarbeit	Präsentation	+ 1 Prüfungsleistung aus dem Wahlpflichtbereich	6
3	Klausur	Klausur	Praktische Arbeit	Praktische Arbeit	Hausarbeit	+ 1 Prüfungsleistung aus dem Wahlpflichtbereich	6
4	Klausur	Portfolio	Praktische Arbeit	Praktische Arbeit	Hausarbeit	+ 1 Prüfungsleistung aus dem Wahlpflichtbereich	6
5	Praktische Arbeit	Projektarbeit	Referat	Portfolio	+ 1 Prüfungsleistung aus dem Wahlpflichtbereich		5
6	Referat	Präsentation	Präsentation	+ 1 Prüfungsleistung aus dem Wahlpflichtbereich		Bachelorarbeit + praktische Arbeit	4 + BA

\*Klausur mit Online-Selbsttests: Voraussetzung für die Anmeldung zur Klausur ist die erfolgreiche Bearbeitung von zwei online-basierten Selbstlern-tests, die nicht benotet werden.

### Motion Design & Management (B.A.)

Fachsemester	Prüfungsleistungen						Summe der Prüfungen
1	Praktische Arbeit	Praktische Arbeit	Praktische Arbeit	Projektarbeit	Posterpräsentation	Präsentation	6
2	Klausur*	Praktische Arbeit	Hausarbeit	Projektarbeit	Praktische Arbeit	+ 1 Prüfungsleistung aus dem Wahlpflichtbereich	6
3	Klausur	Klausur	Praktische Arbeit	Praktische Arbeit	Hausarbeit	+ 1 Prüfungsleistung aus dem Wahlpflichtbereich	6
4	Klausur	Portfolio	Projektarbeit	Projektarbeit	Hausarbeit	+ 1 Prüfungsleistung aus dem Wahlpflichtbereich	6
5	Praktische Arbeit	Projektarbeit	Referat	Portfolio		+ 1 Prüfungsleistung aus dem Wahlpflichtbereich	5
6	Projektarbeit	Präsentation	Präsentation	+ 1 Prüfungsleistung aus dem Wahlpflichtbereich		Bachelorarbeit+ praktische Arbeit	4 + BA

\*Klausur mit Online-Selbsttests: Voraussetzung für die Anmeldung zur Klausur ist die erfolgreiche Bearbeitung von zwei online-basierten Selbstlern-tests, die nicht benotet werden.

### Medienmanagement und Digitales Marketing (B.A.)

Fachsemester	Prüfungsleistungen						Summe der Prüfungen
1	Klausur*	Klausur	Klausur	Klausur	Klausur	Projektarbeit	6
2	Klausur*	Klausur*	Klausur	Klausur	Hausarbeit	Projektarbeit	6
3	Klausur	Klausur	Klausur	Projektarbeit	Fallstudie	Portfolio	6
4	Hausarbeit	Projektarbeit	Referat	+ 2 bis 3 Prüfungsleistungen aus den Schwerpunkten			5 - 6
5	Portfolio	Projektarbeit	Portfolio	+ 2 bis 3 Prüfungsleistungen aus den Schwerpunkten			5 - 6
6	Projektarbeit	Präsentation	Präsentation	+ 1 Prüfungsleistung aus dem Wahlpflichtmodul		Bachelorarbeit	4 + BA

\*Klausur mit Online-Selbsttests: Voraussetzung für die Anmeldung zur Klausur ist die erfolgreiche Bearbeitung von zwei online-basierten Selbstlern-tests, die nicht benotet werden.

## Medienpädagogik (B.A.)

Fachsemester	Prüfungsleistungen						Summe der Prüfungen
1	Klausur*	Klausur	Klausur	Klausur	Klausur + Präsentation	Projektarbeit	7
2	Klausur*	Klausur	Projektarbeit	Hausarbeit	Praktische Arbeit	Präsentation	6
3	Klausur	Klausur	Klausur	Klausur	Hausarbeit	Praktische Arbeit	6
4	Hausarbeit	Projektarbeit	Referat	+ 2 bis 3 Prüfungsleistungen aus den Schwerpunkten			5 - 6
5	Portfolio	Projektarbeit	Portfolio	+ 2 bis 3 Prüfungsleistungen aus den Schwerpunkten			5 - 6
6	Klausur	Projektarbeit	Präsentation	Präsentation	Bachelorarbeit		4 + BA

\*Klausur mit Online-Selbsttests: Voraussetzung für die Anmeldung zur Klausur ist die erfolgreiche Bearbeitung von zwei online-basierten Selbstlerntests, die nicht benotet werden.

## Wirtschaftspädagogik (B.A.)

Fachsemester	Prüfungsleistungen						Summe der Prüfungen
1	Klausur*	Klausur*	Klausur*	Klausur + Präsentation	Klausur	Projektarbeit	7
2	Klausur*	Klausur*	Klausur	Klausur	Hausarbeit	Präsentation	6
3	Klausur	Klausur	Klausur	Klausur	Projektarbeit	Präsentation	6
4	Hausarbeit	Projektarbeit	Referat	+ 3 Prüfungsleistungen aus den Schwerpunkten			5 - 6
5	Portfolio	Projektarbeit	Portfolio	+ 3 Prüfungsleistungen aus den Schwerpunkten			5 - 6
6	Klausur	Referat	Präsentation	Präsentation	Bachelorarbeit		4 + BA

\*Klausur mit Online-Selbsttests: Voraussetzung für die Anmeldung zur Klausur ist die erfolgreiche Bearbeitung von zwei online-basierten Selbstlerntests, die nicht benotet werden.

Für **WPäd** wird empfohlen, Portfolios bereits in den ersten Semestern zu erproben. (**Empfehlung 5 WPäd**)

### Bewertung gesamt

Die Fachkommission stellt fest, dass die Kompetenzen innerhalb der Studiengänge mit vielfältigen Prüfungsformen abgeprüft werden. Die Abwechslung der Prüfungsformen gerade in den künstlerischen Studiengängen ist seitens der Fachkommission dabei besonders erwähnenswert.

Die Anzahl von etwa fünf bis sieben Prüfungen pro Semester wird seitens der Fachkommission als akzeptable Prüfungsdichte eingestuft, die die Studierbarkeit und zudem durch eine hinreichende Differenzierung der Prüfungsformen die gebotene modulspezifische Kompetenzorientierung gewährleistet. Sofern zwei Teileleistungen in einem Modul erbracht

*werden müssen, handelt es sich für die Fachkommission um Teilleistungen, die sich sinnvoll ergänzen und daher keiner expliziten Begründung bedürfen. Um die Vernetzung der verschiedenen Wissenschaftsdisziplinen zu stärken, regt die Fachkommission eine studienübergreifende Casestudy an, die zum Verständnis der anderen Studiengänge beitragen und gleichzeitig entsprechende Kompetenzen stärken kann. Weiter führt die Fachkommission aus, dass die Gewichtung der akademischen und praktischen Prüfungsanteile insbesondere in den künstlerischen Studiengängen einer Verteilung folgt, die in der Startphase des Studiums (1. Studienjahr) den induktiv erworbenen Kenntnissen und Kompetenzen größeren Raum gibt, in der Mitte des Studiums (2. Studienjahr) die akademisch-diskursive Prüfungskomponente stärkt und am Ende des Studiums (3. Studienjahr) eine ausgewogene Gewichtung zwischen diesen Komponenten sowohl den akademisch-wissenschaftlichen Anspruch wie den kreativen Gestaltungsanspruch des Studiums einlöst. So wird gerade in den künstlerischen Studiengängen der praktischen Arbeit bzw. der Projektarbeit genügend Raum gegeben, was zu den späteren beruflichen Tätigkeitsfeldern gut passt und durch die Fachkommission positiv hervorgehoben wird.*

*Die Prüfungsform Portfolio als begleitende Prüfung wird von der Fachkommission besonders positiv hervorgehoben. Es wird angeregt diese Prüfungsform in mehr Modulen zu ermöglichen, was laut Fachkommission auch dem Konzept von Blended-Learning entsprechen und dieses unterstützen würde.*

*Dass einige Prüfungsformen auch als Gruppenarbeit geleistet werden können, wird von der Fachkommission ebenfalls positiv hervorgehoben. Die individuelle Leistungszurechnung der beteiligten Gruppenmitglieder sowie die gebotene Dokumentationspflicht werden in der AT PO sowie den entsprechenden Modulbeschreibungen genau beschrieben.*

*Um die Art der Prüfung und damit den Lern- und Studienerfolg zu prüfen, sollten die Prüfungen explizit in den Evaluationsprozess miteinbezogen werden. **(Empfehlung 4 alle STG)***

Da es sich um eine Re-Akkreditierung handelt, hatte die Fachkommission auch Gelegenheit eine stichprobenartige Prüfung vergangener Prüfungsleistungen und Abschlussarbeiten für die Studiengänge MMDM und MM durchzuführen. Für die Studiengänge MoD, GDM, MPäd und WPäd lagen zum Zeitpunkt der Begutachtung noch keine Prüfungsleistungen vor, da die Studiengänge erst vor kurzem erstakkreditiert wurden.

*Für **MMDM** hat das Gutachterteam festgestellt, dass die wissenschaftlichen Arbeiten und Klausuren gut zeigen, dass die Studierenden in der Lage sind, methodisch und wissenschaftlich zu arbeiten. In den Prüfungen werden explizit unterschiedliche Kompetenzstufen sowie Transferleistungen erfragt bzw. abgeprüft.*

*Für **MM** dagegen fiel eine qualifizierte Äußerung zu den übersandten Stichproben zum Teil schwer. Nach Rücksprache mit den Verantwortlichen konnten dem Gutachterteam deshalb nicht alle angeforderten Stichproben zugesandt werden, weil nur eine Auswahl der Prüfungsleistungen in elektronischer Form vorlagen. Für die Haus- und Projektarbeiten konnten die definitiven Aufgabenstellungen nicht oder nur implizit rekonstruiert werden. Dennoch ließ sich für einzelne Arbeiten aufgrund der Ergebnisse feststellen, dass medientechnisch anspruchsvolle Aufgaben bearbeitet wurden. Auch Abschlussarbeiten wurden stichprobenartig begutachtet, wobei durch das Gutachterteam festgestellt wurde, dass sowohl seitens der Studierenden die wissenschaftlichen und künstlerischen Anforderungen umgesetzt wurden, als auch bei der Bewertung der Arbeiten wissenschaftliche Standards auf*

hohem Niveau eingehalten wurden. So ist die Bewertung der vorgelegten Abschlussarbeiten nachvollziehbar und stimmt mit den Anforderungen an eine Bachelorabschlussarbeit überein.

Insgesamt lässt sich somit festhalten, dass die Akkreditierungsanforderungen für das Prüfungssystem gem. §12 (4) und (5) Punkt 2 StakV Hessen für alle vorliegenden Studiengänge erfüllt sind; für die Studiengänge GDM, MM und MoD besteht jedoch ein Mangel hinsichtlich § 7 (2), der zu beheben ist (siehe Auflage 1 GDM, MM, MoD in diesem Kapitel).

## 7. Studierbarkeit und Studienerfolg

Evidenzen: Selbstdokumentation, Allgemeiner und Besonderer Teil der Prüfungsordnung, Zulassungsverfahren, Studienverlaufsplan, Modulhandbuch

### ■ Planbarer und verlässlicher Studienbetrieb

Für den planbaren Studienbetrieb werden den Studierenden pro Studiengang der entsprechende Studienverlaufsplan und das Modulhandbuch zur Verfügung gestellt, woraus hervorgeht, wann welche Module vorgesehen sind und wie sich der Workload auf die Semester verteilt. Die rechtlichen Regelungen dazu finden sich in §6 BT PO\_BA. Die Studiengänge des Creative-Clusters und die Studiengänge MMDM, MPäd und WPäd sind strukturell jeweils identisch aufgebaut.

Die Semestergestaltung aller Studiengänge gestaltet sich wie folgt: 26 Wochen pro Semester werden in (in der Regel) 14 Wochen Präsenzphase sowie Prüfungsvorbereitung und Prüfungsphase organisiert. Module, deren Präsenzphase weniger als 14 Wochen umfasst, werden in der Studiengangsdokumentation kenntlich gemacht. Innerhalb dieser Struktur fügen sich das Praktikum – näheres regelt §7 BT PO\_BA – der 210er-Variante sowie das Verfassen der Bachelorarbeit ein. Im sechsten Semester finden die Präsenzveranstaltungen geblockt in der ersten Semesterhälfte statt. In der zweiten Semesterhälfte sind die Studierenden entweder mit dem Verfassen der Abschlussarbeit beschäftigt (Studienvariante 180 CP) oder beginnen das Pflichtpraktikum, das sich bis in die erste Hälfte des siebten Semesters erstreckt (Studienvariante 210 CP).

In der 210CP-Variante wird den Studierenden eine Betreuung für das Praktikum zur Verfügung gestellt, die für Fragen bzgl. der organisatorischen Durchführung und bei Problemen mit dem Praktikumsort hilft.

Um einen planbaren und verlässlichen Studienbetrieb zu gewährleisten, sind im Antrag die Strukturen, die Verantwortlichen für jeden Studiengang und die Ansprechpersonen für die Lehrenden und Studierenden, auch aus den Servicebereichen, benannt. Es findet ein regelmäßiger Austausch statt, um Entwicklungen und Verbesserungen voranzubringen. Bei Antragstellung war die Stelle der Bibliotheksverantwortlichen am Standort Köln noch vakant. Diese Stelle konnte inzwischen besetzt werden.

## **Bewertung**

*Die eingereichten Studiengangunterlagen sind laut der gesamten Fachkommission sehr gut geeignet, um die Studiengänge jeweils gut darzustellen und zu dokumentieren. Die Dokumente geben umfangreich und differenziert Auskunft zu allen relevanten Fragen der Studienplanung und studentischen Selbstorganisation.*

*Die im Selbstbericht dargestellte Studienstruktur lässt laut Fachkommission keine Hindernisse für ein erfolgreiches Studium in Regelstudienzeit erkennen. Sie folgt einer in sich schlüssigen Logik.*

Die Vorgaben zur Studierbarkeit aus §12 (5) Punkte 1 und 2 StakV Hessen gelten damit für alle Studiengänge des Media- und Education-Clusters als erfüllt.

## **■ Arbeitsbelastung**

In der 180-CP Variante verteilt sich der Workload auf 30CP pro Semester was 750 Stunden Arbeitsaufwand pro Semester, 1.500 Stunden pro Studienjahr, entspricht. Der Präsenzanteil des Workloads liegt bei den o.g. Studiengängen zwischen 29% und 35%, mit Bachelorarbeit, und zwischen 32% und 37%, ohne Bachelorarbeit. Der Workload verteilt sich in allen Studiengängen auf physische Präsenz, online Präsenz, angeleitetes Selbststudium und Selbststudium und ist innerhalb der Studiengänge gleichmäßig nachvollziehbar verteilt.

Die Verteilung des Workloads unterscheidet sich in den 210CP-Varianten für alle Studiengänge nur geringfügig und erfolgt ebenfalls gleichmäßig. Die 30CP für das Pflichtpraktikum werden gem. §8 (1) StakV Hessen erst vergeben, nachdem die vorgesehenen Leistungen erbracht wurden, wodurch sie ebenfalls im siebten Semester ausgewiesen sind. Dadurch sind im Studienverlaufsplan für das sechste Semester 15CP und für das siebte Semester 45CP ausgewiesen. Das Pflichtpraktikum beginnt bereits in der zweiten Hälfte des sechsten Semesters, weshalb der Arbeitsaufwand insgesamt gerecht verteilt bleibt. Auch hier sind die Vorgaben gem. §8 (1) StakV Hessen somit erfüllt. Der Präsenzanteil umfasst mit Bachelorarbeit mind. 25% und maximal 30% und ohne Bachelorarbeit mind. 27% und max. 32%. Für das Pflichtpraktikum fallen keine Präsenzphasen an der Hochschule an. Auch in dieser Studienvariante verteilt sich der Workload auf physische Präsenz, online Präsenz, angeleitetes Selbststudium und Selbststudium.

## **Bewertung**

*Grundsätzlich ist der Workload laut Fachkommission gleichmäßig auf die Semester aufgeteilt, sodass sich der Arbeitsaufwand für die Studierenden den Vorgaben entsprechend verteilt. Die Fachkommission stellt fest, dass alle Module mit 5CP versehen sind. Lediglich das Bachelorkolloquium und die Bachelorarbeit weichen begründet davon ab. Die Fachkommission weist darauf hin, dass die tatsächliche Arbeitsbelastung schließlich auch von der Relation der angestrebten Lernergebnisse/Lerninhalte und dem Umfang und der fachdidaktisch bewältigten Komplexität der Lehrinhalte abhängt. Hier hat die Fachkommission in einigen Modulen eine inhaltliche Fülle der Themen festgestellt, die einerseits hinterfragt werden sollte, andererseits von der Fachkommission als positiver Aspekt der Studiengänge bewertet wird. Dies kann sich auch auf die Prüfungsformen auswirken. Die semesterbegleitenden Prüfungsformen bieten dazu laut Fachkommission recht große Freiräume,*

wenngleich reflektierende Formate in der Regel zeit- und arbeitsintensiver sind, als Klausuren.

Gleichzeitig weist die Fachkommission darauf hin, dass Workload-Erhebungen/-Auswertungen, die Auskunft über die tatsächliche Belastung der Studierenden geben können, bislang fehlen. QMSL weist darauf hin, dass Workload-Erhebungen stattfinden und auswertbar sind, die Dokumentation zum Umgang mit den Ergebnissen jedoch nicht vorgelegt wurde. (vgl. Abschnitt 10 Qualitätsmanagement).

Für das Creative-Cluster empfiehlt die Fachkommission, dass auch angesichts der hohen Granularität der Modulstruktur die integrativen Potenziale möglicher, modulübergreifender Lehransätze, z.B. unter weiteren Ausbau von Blended-Learning-Komponenten nicht nur auf der studienorganisatorischen sondern auch auf der thematisch-inhaltlichen Ebene ausgeschöpft werden. Dieses könnte eine ganzheitliche Rezeption des Studiengegenstands unterstützen und inhaltliche Synergien freisetzen. Schließlich ist in diesem Kontext von Bedeutung, durch welche Maßnahmen (Study-Coaching, mediengestützte Kommunikations- und Kooperationswerkzeuge, etc.) das Zeitkonvolut des Selbststudiums (ca. 2/3 der Gesamtstudienzeit) maximal produktiv gemacht werden kann. (**Empfehlung 8 GDM, Empfehlung 10 MM, Empfehlung 10 MoD**)

Für **WPäd** weist die Fachkommission auf die inhaltliche Überfrachtung einzelner Module hin, die zu einer zu hohen Arbeitsbelastung führen können. Es handelt sich um die Module B-EdS-1 Grundlagen der Didaktik, B-GV-3 Projektmanagement und Präsentationstechniken und B-WPaed-SP 1.3 Wissensmanagement. (vgl. Empfehlung 3 WPäd, Abschnitt Modularisierung)

## ■ Prüfungsorganisation und Prüfungsbelastung

Alle notwendigen Informationen und Regelungen zu Prüfungen sind in der AT PO und der BT PO\_BA geregelt (vgl. Abschnitt Prüfungssystem). Im Selbstbericht wird die Prüfungsorganisation beschrieben, wobei konkrete Zeitfenster für die Klausuren und die Abgabe von Haus- oder Projektarbeiten vorgesehen sind. Gleiches gilt für das Praxissemester bzw. das Semester, in dem die Abschlussarbeit verfasst wird, die ebenfalls strukturiert sind und den Studierenden entsprechend kommuniziert werden. Die Vorgaben aus §12 (5) Punkt 4 StakV Hessen gelten damit als erfüllt.

Bei der Konzeption der Studiengänge wurde außerdem auf eine gleichmäßige Verteilung der verschiedenen Prüfungsformen geachtet.

### **Bewertung**

Laut Fachkommission ist die Prüfungsmenge und Prüfungsdichte so gestaltet, dass sie für alle Studiengänge gut bewältigt werden können.

Im Creative-Cluster hängt dies laut Fachkommission auch damit zusammen, da 70 bis 80 Prozent der Prüfungsleistungen in Form von Präsentationen, praktischen Arbeiten, Projektarbeiten, Portfolios etc. erfolgen, die über einen weit gespannten Zeitraum semesterbegleitend erfolgen. Nur so kann eine zeitweise Überlastung vermieden werden.

Für die pädagogischen Studiengänge **MPäd** und **WPäd** hält die Fachkommission fest, dass die verschiedenen Prüfungsformen herausfordernd sind und im Studiengang **WPäd** zudem

*die Prüfungsintensität im Verlauf des Studiums zunimmt. Dennoch ist auch in diesen Studiengängen die Prüfungsmenge laut Fachkommission zu bewältigen.*

*Die Anforderungen aus §12 (5) StakV Hessen sind somit erfüllt.*

## 8. Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit

Evidenzen: Selbstdokumentation, Allgemeiner und Besonderer Teil der Prüfungsordnung

Die allgemeinen Leitlinien zum Thema Diversity / Chancengleichheit der Hochschule Fresenius werden im Rahmen der System(re)akkreditierungen regelmäßig einem externen Review unterzogen. Die interne Programmakkreditierung beschränkt sich insofern auf eine Überprüfung, wie die entsprechenden Konzepte auf der Ebene der Bachelor-Studiengänge gelebt werden.

Es wird gleichwohl festgestellt, dass die entsprechenden Thematiken grundsätzlich institutionell und normativ im Fachbereich Wirtschaft & Medien verankert sind.

Auch auf Ebene der Bachelor-Studiengänge kommt das hochschulweite Konzept zur Geschlechtergerechtigkeit und zur Förderung von Chancengleichheit zur Anwendung. Gleichstellungsbeauftragte sowie Beauftragte für Studierende mit Behinderungen/chronischen Erkrankungen sind jeweils für sämtliche Standorte des Fachbereichs Wirtschaft & Medien – Berlin, Düsseldorf, Hamburg, Köln, München und Wiesbaden – benannt. Die Aufgaben der Beauftragten im Allgemeinen sowie auch Informationsquellen hierzu werden für die Studierenden in ILIAS sowie auf dem Dashboard der Hochschul-Webseite übersichtlich dargestellt.

Ein Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung und in besonderen Lebenslagen ist in § 16 AT PO Nachteilsausgleich, Mutterschutz und Elternzeit verankert. Darüber hinaus gelten Nachteilsausgleichregelungen der AT PO sowohl für das Prüfungsverfahren als auch für den Aufnahmetag.

Gemäß der Anlage 9 Studiengangsstatisiken werden – entsprechend der allgemeinen Leitlinien zum Thema Diversity / Chancengleichheit und auf Grundlage des hochschulweiten Qualitätsmanagementsystems – auch für die in Re-Akkreditierung befindlichen Bachelor-Studiengänge kohortenweise, studiengangsspezifisch und standortbezogen u.a. der Anteil der weiblichen Studierenden, die Anzahl der weiblichen, ausländischen Studierenden, der Anteil der ausländischen Studierenden gesamt, die Anzahl der weiblichen Absolventinnen innerhalb der RSZ, die Anzahl der weiblichen Absolventen außerhalb der RSZ, regelmäßig ermittelt. Diese (anonymisierten) Ergebnisse – sowie noch eine Vielzahl weiterer Erhebungen in Bezug zum Thema Diversity / Chancengleichheit – sind über das hochschuleigene Verwaltungsprogramm (eHVP) für die verantwortlichen Stellen jederzeit einseh- und auswertbar.

### **Bewertung**

*Demnach verfügt die Hochschule über Konzepte zur Geschlechtergerechtigkeit und zur Förderung der Chancengleichheit von Studierenden in besonderen Lebenslagen, die auf der*

*Ebene der Bachelor-Verbundstudiengänge umgesetzt werden. Somit sind die Anforderungen gemäß § 15 StakV Hessen (Geschlechtergerechtigkeit und Nachteilsausgleich) erfüllt.*

## 9. Studiengangsbezogene Kooperation

Evidenzen: Kooperationsvertrag, Selbstdokumentation, Allgemeiner und Besonderer Teil der Prüfungsordnung, Zulassungsordnung, Studienverlaufsplan, Modulhandbuch, Internetseite der HSF

Für die Studiengänge es Media- und Education-Clusters sind laut Selbstbericht keine speziellen Kooperationen mit Hochschulen oder anderen Organisationen vorgesehen, die regelmäßig Teile des Curriculums durchführen.

## 10. Qualitätsmanagement

Evidenzen: Selbstdokumentation, Anwendung der internen Tools zur Qualitätssicherung

Die Hochschule Fresenius hat im Jahre 2015 das Verfahren der Systemakkreditierung erfolgreich abgeschlossen. Damit hat die Hochschule das Recht erworben, Studiengängen, die das interne Qualitätsmanagementsystem im Bereich Studium und Lehre erfolgreich durchlaufen haben, selbst das Qualitätssiegel der Stiftung Akkreditierungsrat zu verleihen.

Die Prozesse des internen Qualitätsmanagementsystems Studium und Lehre werden im Rahmen der System(re)akkreditierung regelmäßig einer externen Begutachtung unterzogen. Die interne Programmakkreditierung beschränkt sich insofern auf eine Überprüfung, wie die entsprechenden Prozesse auf der Ebene der einzelnen Studiengänge „gelebt“ werden. Da für die Bachelorstudiengänge **Game Design & Management, Motion Design & Management, Medienpädagogik** und **Wirtschaftspädagogik**, die alle erstmals zum WS 2019 akkreditiert wurden – und alle ohne Praxissemester –, noch keine studiengangsbezogenen Daten aus dem internen Qualitätsmanagementsystem vorliegen, können zu diesen Studiengängen erst im Rahmen des internen „Follow-Ups“ sowie in der späteren internen „Re-Akkreditierung“ („Review“) belastbare Aussagen getroffen werden.

-----

Die nachfolgenden Ausführungen beziehen sich im Wesentlichen auf die bereits länger laufenden und zu reakkreditierenden Studiengänge **Mediendesign & Management** und **Medienmanagement & Digitales Marketing**.

Das hochschulinterne Qualitätsmanagement-System wird im Rahmen von internen Audits und Evaluationen überprüft. Sobald ein Studiengang eingeführt ist, unterliegt er dem internen Qualitätsmanagement-System.

**Weiterentwicklungen/Änderungen an laufenden Studiengängen** im Akkreditierungszeitraum bei den Studiengängen **MM** und **MMDM** umfassten die Umstellung des Aufnahmeverfahrens, die Änderung einzelner Prüfungsleistungen, Standorterweiterungen o-

der -verlegungen sowie Studiengangstiteländerungen. Diese wurden alle bei QMSL angezeigt, durch QMSL und ggf. externen Fachexperten geprüft, entsprechend dokumentiert und umgesetzt.

Die **vorliegende Re-Akkreditierung** war – wie bereits in Kapitel 1 kurz beschrieben – mit verschiedenen Zielsetzungen verbunden, darunter die Anpassung des didaktischen Konzepts (siehe Abschnitt Didaktisches Konzept). Für die Studiengänge **MMDM**, **MPäd** und **WPäd** wurden im Zuge der Weiterentwicklung außerdem die Wahloptionen, für die individuelle Ausgestaltung des eigenen Qualifikationsprofils, und Module mit Spracherwerb in den Studiengängen angepasst. Die einzelnen Studiengänge wurden sowohl inhaltlich, hinsichtlich der Einbindung aktueller Themengebiete und berufspraktischer Kompetenzen, als auch studienorganisatorisch in der Anordnung bestimmter Module weiterentwickelt. Ausgehend von den Erfahrungen aus der Erstakkreditierung und der Rücksprache mit Studierenden und Absolvent\*innen sollen die hier zur Re-Akkreditierung vorgelegten Studiengänge den Bedarf der Studierenden so noch deutlicher abbilden.

Als grundlegende Monitoring-Maßnahme sind **Studierendenstatistiken** für die Studiengänge **MM** an den Standorten Köln und Wiesbaden sowie **MMDM** an allen Standorten ausgewertet worden. Diese Statistiken geben pro Standort und Kohorte Auskunft über Studienanfänger (m/w), Summe Studierende, Anteil der weiblichen Studierenden, ausländische Studierende, Anteil der ausländischen Studierenden, Absolventen in RSZ, Absolventen nach RSZ, Erfolgsquote, Abbrecher, Abbrecherquote, Noch-Studierende nach RSZ, durchschnittliche Studiendauer und durchschnittliche Gesamtabschlussnote. Sowohl die einzelnen Studierendenstatistiken pro Studiengang, Standort und Kohorte, als auch die zusammenfassende Studierendenstatistik pro Studiengang und Standort lassen keine drastischen Überschreitungen bzw. Abweichungen erkennen. Lediglich die Abbruchquoten von 25 bis 35% sind auffällig. Der Antragsteller merkt diesbezüglich an, dass auch Studiengang- und/oder Standortwechsler aufgeführt sind, die ggf. den Wert verzerren. Dennoch wurde dieser erhöhte Wert bei der Weiterentwicklung der Studiengänge im Rahmen der Re-Akkreditierung berücksichtigt.

Im Weiteren wird im Selbstbericht gem. §14 StakV Hessen ausgeführt, wie mit **Empfehlungen aus der Erst-Akkreditierung** umgegangen wurde, welche Weiterentwicklungen es in den Studiengängen im Akkreditierungszeitraum gab und welche Weiterentwicklungen es im Rahmen der Re-Akkreditierungen gab.

Die umgesetzten Empfehlungen aus der Erstakkreditierung bezogen sich auf studienorganisatorische und formale Aspekte, die in der Regel noch vor Beginn der Studiengänge umgesetzt wurden. Darüber hinaus konnten Empfehlungen, die zur kontinuierlichen Verbesserung der Studiengänge beitragen sowie eine Präzisierung der Kompetenzen umgesetzt werden. Die Nichtumsetzung einer Empfehlung aus der Erstakkreditierung wurde nachvollziehbar begründet. Alles wurde entsprechend dokumentiert.

Laut Selbstbericht werden **in die Weiterentwicklung der Studiengänge Studierende, Evaluationsergebnisse und Absolventen** wie folgt **einbezogen**:

So werden in semesterweisen Kurssprecher\*innen-Hearings der Studiendekan\*innen mit den Kurssprecher\*innen der jeweiligen Studiengänge stets Rückmeldungen zu möglichen Problemen innerhalb der Studiengänge aufgenommen und dokumentiert und ggf. Gegenmaßnahmen ergriffen.

Die interne Evaluation der Lehre unterliegt einem ständigen Verbesserungsprozess: Der Lehrevaluations-Fragebogen wird ebenso wie der Prozess der Lehrevaluation regelmäßig weiterentwickelt und die Erhebungsmethode angepasst, um den Rücklauf zu verbessern. Gemäß der geltenden Evaluationsordnung der Hochschule Fresenius vom 23.02.2018 § 3.1 (2) werden die „Ergebnisse der Bewertung in Bezug auf alle am Verfahren beteiligten Personen anonym hochschulintern veröffentlicht werden“. Sowohl die semesterweise Anforderung an die Studierenden zur Teilnahme an der Lehrevaluation als auch die anonymisierte/aggregierte Ergebnisdarstellung erfolgt über die interne Kommunikationsplattform ILIAS.

Absolvent\*innen wurden im Rahmen der Re-Akkreditierung nur insofern einbezogen, als Rückmeldungen aus einzelnen Gesprächen zwischen Ehemaligen und Studiendekan\*innen/-gangsleiter\*innen bei der Weiterentwicklung der Studienprogramme berücksichtigt wurden.

QMSL-seitig ist festzuhalten, dass die beschriebenen Methoden der Einbeziehung verschiedener Akteure vor allem zu subjektiven Ergebnissen führen. So fehlen derzeit aussagekräftige Ergebnisse bzgl. des Workloads, da dieser im Zuge der Lehrevaluationen zwar bisher abgefragt jedoch nicht ausgewertet und vorgelegt wurde. Hinsichtlich des Workloads wurden für die Re-Akkreditierung aufgrund der fehlenden Kennzahlen immerhin die Aussagen von Dozierenden, Studierenden und Absolvent\*innen in die Weiterentwicklung einbezogen, um den Workload anzupassen. Die Aussagen dazu stammen aus Gesprächen, regelmäßigen Feedbackrunden und Hearings.

Der Allgemeingültigkeit wegen und um entsprechende Kennzahlen im Sinne von §14 StakV Hessen nachweisen zu können, sind zukünftig Absolventenbefragungen gem. Evaluationsordnung regelmäßig durchzuführen, auf deren Grundlage u.a. Maßnahmen zur Sicherung des Studienerfolgs abgeleitet werden können. In diesem Zusammenhang ist die aufgrund der datenschutzrechtlichen Abstimmungen des Fragebogens verspätete Durchführung der Absolventenbefragung dringen nachzuholen. **(Auflage 1 MM und MMDM)** Zudem ist der Umgang mit den Ergebnissen zu dokumentieren. Diese sind im Rahmen der internen Audits 2021 durch die QM-Leitstelle zu überprüfen **(Hinweis an die QM-Leitstelle)**.

Da die Studiengänge Immobilienwirtschaft und Mobilitätswirtschaft erstmals 2017 intern akkreditiert wurden, können für diese beiden Studiengänge noch keine Absolventenstudien vorliegen, weshalb sie – wie Wirtschaftsinformatik – in diese Auflage nicht einbezogen werden.

Darüber hinaus werden im Selbstbericht die Umsetzung bzw. begründete Nichtumsetzung der Empfehlungen aus vorangehenden Akkreditierungen ebenso dargestellt wie die nachvollziehbare Weiterentwicklung der Studiengänge.

Folgende fachkommissionsseitige Empfehlung aus dem parallellaufenden Akkreditierungsverfahren zum Business-Cluster wird an dieser Stelle von QMSL-übernommen, da sie das Qualitätsmanagement im Gesamtverbund der Bachelorstudiengänge betrifft: Es wird empfohlen, die Befragungen aller Akteure im Sinne von „Closed Loop“ Schleifen (Studierende, Absolvent\*innen, Arbeitgeber von Praxisphasen, Dozierende) z.B. in Bezug auf Studierbarkeit, Prüfungslast, Kompetenzprofile, Integration Praxisphase, ...) durchzuführen und die Ergebnisse in die Weiterentwicklung der Studiengänge einzubinden sowie zu dokumentieren, auch um künftig den Studienerfolg zu gewährleisten. **(Empfehlung 5 alle STG)**

## **Bewertung**

Für die Studiengänge, für die bereits Statistiken erhoben und ausgewertet werden konnten (**MMDM** und **MM**), halten die jeweiligen Gutachterteams fest, dass die Abbruchquoten, die in den Studiengangstatistiken aufgeführt sind, eher hoch einzustufen sind. In den künstlerischen Designstudiengängen könnte einer so hohen Abbruchquote ggf. durch die Einführung einer mehrphasigen Eignungsprüfung (Mappenprüfung, Praktische Arbeit vor Ort, Aufnahmegespräch) entgegenwirken, wie sie im Abschnitt Zugangsvoraussetzungen und Zulassungsbedingungen seitens der Fachkommission bereits empfohlen wurden (vgl. Empfehlung 7 GDM, Empfehlung 9 MM, Empfehlung 9 MoD). Darüber hinaus weist die Fachkommission in diesem Zusammenhang auf die zum Teil beobachtete inhaltliche Überfrachtung einiger Module hin, die ggf. ebenfalls zu einer Überforderung der Studierenden beitragen und somit die hohen Abbruchquoten verursachen könnten. In erster Linie fallen in diesem Zusammenhang jedoch die Unterschiede zwischen den verschiedenen Standorten auf. Dies weist auf die problematische Zusammenstellung der Daten hin, da zur Erfassung der Studienabbrüche bspw. auch die Standort- und Studiengangwechsel hinzugezählt werden. Dies erschwert die Bewertung durch die Fachkommission erheblich. Um eindeutige und erkenntnisbringende Ergebnisse durch die Statistiken zu gewinnen, sollte grundsätzlich und für alle Studiengänge in zukünftigen Erhebungen der Studienabbruch bzw. -erfolg ohne Studiengangwechsel je Standort und ggf. je Semester erfasst werden (**Empfehlung 6 alle STG**).

Darüber hinaus hat die Fachkommission bereits im Abschnitt zur Arbeitsbelastung auf die fehlenden Workloadauswertungen der Studierenden verwiesen (vgl. Auflage 2 alle STG). Auch die fehlenden Absolventenbefragungen sind der Fachkommission aufgefallen. Diese sind für eine kontinuierliche Verbesserung der Studiengänge unabdingbar (vgl. Auflage 1 alle STG).

Hinsichtlich der Weiterentwicklung der Studiengänge **MMDM** und **MM** im Zuge der Re-Akkreditierung ist den Gutachterteams die hohe Dynamik in den Themen der Praxis und Wissenschaft positiv aufgefallen. Die Veränderungen in den Modulen tragen dieser permanenten Entwicklung Rechnung, wodurch in den Modulen aktuelle Themen behandelt werden und gleichzeitig der Erfolg des Studiengangs gewährleistet wird. Davon zeugen auch die aktuellen Literaturangaben.

Von der allgemeinen Weiterentwicklung der Didaktik, die sich vor allem durch eine Verstärkung des angeleiteten Selbststudiums auszeichnet, was in der Studiengangdokumentation auch als Reaktion auf die erhöhte Abbruchquote ausgelegt wird, und der überfachlichen Module, profitieren alle Studiengänge. Diese Entwicklungen werden von der Fachkommission begrüßt und hinsichtlich des Anteils angeleiteten Selbststudiums sogar positiv durch die Fachkommission hervorgehoben, sofern dies hinsichtlich der ermutigenden Selbstwirksamkeitserfahrungen durch die Lehrenden moderiert wird.

Für nicht umgesetzte Empfehlungen aus der Erst-Akkreditierung der Studiengänge hält die Fachkommission fest, dass diese hinreichend begründet ist.

Die im Rahmen dieser Re-Akkreditierung vorgelegten Studiengänge werden von der Fachkommission insgesamt aufgrund der vorliegenden Dokumentation, Statistiken und Kennzahlen als studierbar eingestuft. In puncto Studienerfolg gilt es jedoch – das machen die Auflagen für die Studiengänge MM und MMDM deutlich - die Datenbasis zu verbessern, auf deren Grundlage die Studiengänge ebenfalls weiterzuentwickeln sind. Insofern ist § 14 StakV Hessen ‚Studienerfolg‘ für diese beiden Studiengänge nicht vollständig erfüllt und in

*diesem Zusammenhang die Umsetzung von § 17 StakV Hessen ‚Konzept des Qualitätsmanagementsystems‘ zu bemängeln.*

**Köln, 20. Mai 2020**

Dipl.-Psych. Birgit Lang-Eitner      Dr. des. Sabine Feinen  
QMSL-Prüferinnen für den Fachbereich Wirtschaft & Medien

## Anhang Studienverlaufspläne

### Game Design & Management (B.A.) Curriculum Vollzeit 180 CP, PO 2020

Modul Nr.	Modul	Credit Points					SWS					Workload (in Zeitstunden)				Pflicht (P) Wahlpflicht (WP)	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits (alle Leistungen und Prüfungsformen)	Gewichtung der Prüfungsleistungen für die Modulnote				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	synchrone Kontaktzeit physische Präsenz	Synchrone Kontaktzeit online Präsenz	angeleitetes Selbststudium	Selbststudium							
<b>Management</b>																						
B-GV-3	Projektmanagement und Präsentationstechniken <sup>1)</sup>	5									3					30	0	20	75	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
B-GV-1	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	5									4					56	0	12	57	P	2 onlinebasierte Selbsttests + Klausur (90 Min.)	
B-GV-13	Business-Planspiel					5								3		42	0	20	63	P	Portfolio	
<b>Strategiekompetenz</b>																						
B-CC-5	Design Thinking	5														56	0	14	55	P	Posterpräsentation (10-15 Min.)	
B-CC-5.1	Idea Engineering										2											
B-CC-5.2	Creative Tools										2											
B-BW-1	Marketing und Marktforschung			5												56	0	2	67	P	Klausur (90 Min.)	
B-BW-1.1	Marketing												2									
B-BW-1.2	Marktforschung											2										
B-CC-8	Technical Applications & Data Analytics				5								4			56	0	25	44	P	Hausarbeit (12-15 S.)	
B-CC-7	Data Science und Visualisierung					5								2		28	0	28	69	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
<b>Medienkompetenzen</b>																						
B-CC-1	Visuelle Kommunikation	5									4					56	0	28	41	P	Praktische Arbeit	
B-MS-1	Medienpraxis		5													56	0	0	69	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
B-MS-2.1	Video und Film											2										
B-MS-2.2	Online											2										
B-CC-2	Medienkultur			5												56	0	14	55	P	Hausarbeit (12-15 S.)	
B-CC-2.1	Design-, Kunst- und Kommunikationsgeschichte												2									
B-CC-2.2	Philosophie und Ethik												2									
B-BW-4	Digitales Marketing und Online Business				5											56	0	0	69	P	Klausur (90 Min.)	
B-BW-4.1	Online Business und E-Commerce													2								
B-BW-4.2	Digitales Marketing												2									
B-CC-3	Social Media & Online Kommunikation										5			4		56	0	4	65	P	Referat (10-15 Min.) + Handout (3-5 S.)	
B-CC-4	Online-Redaktion & E-Portfolio										5				2	28	0	28	69	P	Präsentation (10-15 Min.)	
<b>Überfachliche Qualifikationen</b>																						
B-CC-6	Storytelling & Dramaturgie	5									4					54	2	5	64	P	Präsentation (10-15 Min.)	
B-GV-6	Wissenschaftliches Arbeiten <sup>4)</sup>		5									2				22	0	20	83	P	Hausarbeit (12-15 S.)	
B-MS-3	Digitales Recht			5									4			56	0	3	66	P	Klausur (90 Min.)	
B-GV-10	Wirtschaftsethik und Nachhaltigkeit				5											42	0	10	73	P	Portfolio	
B-GV-10.1	Wirtschafts- und Unternehmensethik												1					10				
B-GV-10.2	Nachhaltiges Wirtschaften und CSR												2					0				
<b>Game Design</b>																						
B-GDM-1	Grundlagen des Game Design	5														56	0	20	49	P	Referat (15 Min.) + Handout (3-5 S.)	65% / 35%
B-GDM-1.1	Einführung in das Game Design											2										
B-GDM-1.2	Game Design Prototyping											2										
B-GDM-2	Game Design: Spielmarkt & Game Engines		5													56	0	20	49	P	Praktische Arbeit	
B-GDM-2.1	Spielmarkt												2									
B-GDM-2.2	Game Engines												2									
B-GDM-3	Experience Design			5												56	0	10	59	P	Referat (15 Min.) + Handout (3-5 S.)	65% / 35%
B-GDM-3.1	UX-Analyse & Diskussion												2									
B-GDM-3.2	UX-Methoden												2									
B-GDM-4	Gamification & Serious Games				5											56	0	20	49	P	Praktische Arbeit	
B-GDM-4.1	Serious Games													2								
B-GDM-4.2	Gamification												2									
B-GDM-5	Digital Art	5														56	0	28	41	P	Praktische Arbeit	
B-GDM5.1	Characters, Objects & Assets												2									
B-GDM5.2	Game-Visualisierung												2									
B-GDM-6	Creative Coding		5									4				56	0	28	41		Projektbericht (5-10 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
B-GDM-7	Level Design			5												56	0	14	55	P	Praktische Arbeit	
B-GDM-7.1	Level Design: Art													2								
B-GDM-7.2	Level Design: Gameplay													2								
B-GDM-8	Game Production				5											56	0	5	64	P	Praktische Arbeit	
B-GDM-8.1	Spielproduktion, Trends & E-Sports														2							
B-GDM-8.2	Game Development													2								
<b>Wahlpflichtbereich</b>																						
B-GDM-SP	Schwerpunkt					15						4				56	0	40	279	WP	variiert	
B-GDM-WPM-1	Wahlpflichtmodul I <sup>5)</sup>		5								4					56	0	26	43	WP	variiert	
B-GDM-WPM-2	Wahlpflichtmodul II <sup>5)</sup>			5								4				56	0	16	53	WP	variiert	
B-GDM-WPM-3	Wahlpflichtmodul III <sup>5)</sup>				5								4			56	0	9	60	WP	variiert	
B-GDM-WPM-4	Wahlpflichtmodul IV <sup>5)</sup>					5								4		56	0	14	55	WP	variiert	
B-GDM-WPM-5	Wahlpflichtmodul V (aus Gesamtverbund) <sup>5)</sup>						5							1		9	5	31	80	WP	variiert	
<b>Bachelorprüfung</b>																						
B-GDM-BK	Bachelorkolloquium										3				1	14	0	0	61	P	Präsentation (20 Min.)	
B-GDM-BA	Bachelorarbeit															0	0	0	300	P	Abschlussarbeit + Praktische Arbeit	
<b>Summe</b>		30	30	30	30	30	30	23	22	24	23	13	8		1557	7	514	2422				
<b>Schwerpunkte im Studiengang Game Design &amp; Management (1 aus 3)</b>																						
B-MoD-SP-1	Bewegtbild und Narration					15										56	0	40	279	WP		
B-MoD-SP-1.1	Konzept und Entwurf													2							Referat (10-15 Min.)	30%
B-MoD-SP-1.2	Produktion und Umsetzung													2							Praktische Arbeit	70%
B-MM-SP-1	3D-Projekt und Raumdesign					15										56	0	40	279	WP		
B-MM-SP-1.1	Konzept und Entwurf														2						Referat (10-15 Min.)	30%
B-MM-SP-1.2	Produktion und Umsetzung														2						Praktische Arbeit	70%
B-GDM-SP-1	Spielbasierte und Interaktive Systeme					15										56	0	40	279	WP		
B-GDM-SP-1.1	Konzept und Entwurf															2					Referat (10-15 Min.)	30%
B-GDM-SP-1.2	Produktion und Umsetzung															2					Praktische Arbeit	70%
<b>Wahlpflichtmodule im Studiengang Game Design &amp; Management aus dem den Studiengängen Motion Design &amp; Management und Mediendesign &amp; Management (1 aus 3 in den Semestern 2 bis 5)</b>																						
B-MM-6	Motion Design		5													56	0	20	49	P	Präsentation (10-15 Min.)	
B-MM-6.1	AV-Medien													2								
B-MM-6.2	Motion Design Analysis													2								
B-MoD-7	Ton & Sound Design			5												56	0	36	89	P	Praktische Arbeit	
B-MoD-7.1	Audio Recording - Sound Lab																	28				
B-MoD-7.2	Sound Design - Einführung in das analoge und digitale Sounddesign																	8				
B-MM-2	3D-Design: Character Design			5												56	0	21	48	P	Praktische Arbeit	
B-MM-2.1	3D-Rigging														2							
B-MM-2.2	Texturing / Photoshop														2							
B-MM-5	Interaction Design			5												56	0	28	41	P	Praktische Arbeit	
B-MoD-5	Animation				5											56	0	20	49	P	Praktische Arbeit	
B-MoD-5.1	Grundlagen der Animation																	20				
B-MoD-5.2	Animationstechniken																					
B-MoD-1	Filmische Dokumentation und elektronische Berichterstattung				5											56	0	0	69	P	Praktische Arbeit	
B-MM-8	360°-Design: Virtual- and Augmented Reality					5										56	0	14	55	P	Praktische Arbeit	
B-MoD-8	Filmprojektentwicklung															56	0	14	55	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
B-MoD-2	Non-Fiction -- Kommerzielle Formate					5										56	0	0	69	P	Praktische Arbeit	
B-MM-7	Compositing / Visual Effects / CGI						5									56	0	10	59	P	Praktische Arbeit	
B-MoD-6	Imaging Design: Fotografie und Drohnenaufnahmen						5									56	0					



**Mediendesign & Management (B.A.)  
Curriculum Vollzeit 180 CP, PO 2020**

Modul Nr.	Modul	Credit Points						SWS						Workload (in Zeitstunden)				Pflicht (P) Wahlpflicht (WP)	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits (alle Leistungen und Prüfungsformen)	Gewichtung der Prüfungsleistungen für die Modulnote	
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	synchrone Kontaktzeit physische Präsenz	synchrone Kontaktzeit online Präsenz	angeleitetes Selbststudium	Selbststudium				
<b>Management</b>																					
B-GV-3	Projektmanagement und Präsentationstechniken <sup>3)</sup>	5						3							30	0	20	75	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
B-GV-1	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre		5						4						56	0	12	57	P	2 onlinebasierte Selbsttests + Klausur (90 Min.)	
B-GV-13	Business-Planspiel				5							3			42	0	20	63	P	Portfolio	
<b>Strategiekompetenz</b>																					
B-CC-5	Design Thinking	5													56	0	14	55	P	Posterpräsentation (10-15 Min.)	
B-CC-5.1	Idea Engineering							2													
B-CC-5.2	Creative Tools							2													
B-BW-1	Marketing und Marktforschung		5												56	0	2	67	P	Klausur (90 Min.)	
B-BW-1.1	Marketing								2												
B-BW-1.2	Marktforschung								2												
B-CC-8	Technical Applications & Data Analytics			5						4					56	0	25	44	P	Hausarbeit (12-15 S.)	
B-CC-7	Data Science und Visualisierung				5						2				28	0	28	69	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
<b>Medienkompetenzen</b>																					
B-CC-1	Visuelle Kommunikation	5						4							56	0	28	41	P	Praktische Arbeit	
B-MS-2	Medienpraxis Film, Video & Online-Medien		5												56	0	0	69	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
B-MS-2.1	Video und Film								2												
B-MS-2.2	Online								2												
B-CC-2	Medienkultur		5												56	0	14	55	P	Hausarbeit (12-15 S.)	
B-CC-2.1	Design-, Kunst- und Kommunikationsgeschichte								2												
B-CC-2.2	Philosophie und Ethik								2												
B-BW-4	Digitales Marketing und Online Business			5											56	0	0	69	P	Klausur (90 Min.)	
B-BW-4.1	Online Business und E-Commerce									2											
B-BW-4.2	Digitales Marketing									2											
B-CC-3	Social Media & Online Kommunikation					5					4				56	0	4	65	P	Referat (10-15 Min.) + Handout (3-5 S.)	
B-CC-4	Online-Redaktion & E-Portfolio					5					2				28	0	28	69	P	Präsentation (10-15 Min.)	
<b>Überfachliche Qualifikationen</b>																					
B-CC-6	Storytelling & Dramaturgie	5						4							54	2	5	64	P	Präsentation (10-15 Min.)	
B-GV-6	Wissenschaftliches Arbeiten <sup>4)</sup>		5						2						22	0	20	83	P	Hausarbeit (12-15 S.)	
B-MS-3	Digitales Recht			5						4					56	0	3	66	P	Klausur (90 Min.)	
B-GV-10	Wirtschaftsethik und Nachhaltigkeit				5										42	0	10	73	P	Portfolio	
B-GV-10.1	Wirtschafts- und Unternehmensethik										1						10				
B-GV-10.2	Nachhaltiges Wirtschaften und CSR										2						0				
<b>Mediendesign</b>																					
B-MM-1	3D-Design: Modeling	5						4							56	0	28	41	P	Praktische Arbeit	
B-MM-2	3D-Design: Character Design		5												56	0	21	48	P	Praktische Arbeit	
B-MM-2.1	3D-Rigging								2												
B-MM-2.2	Texturing / Photoshop								2												
B-MM-3	3D-Design: Production & Animation			5						4					56	0	14	55	P	Praktische Arbeit	
B-MM-4	3D-Prototyping				5										56	0	14	55	P	Praktische Arbeit	
B-MM-4.1	Research & Development										2										
B-MM-4.2	3D-Visualisierung										2										
B-MM-5	Interaction Design		5						4						56	0	28	41	P	Praktische Arbeit	
B-MM-6	Motion Design			5											56	0	20	49	P	Präsentation (10-15 Min.)	
B-MM-6.1	AV-Medien										2										
B-MM-6.2	Motion Design Analysis										2										
B-MM-7	Compositing / Visual Effects / CGI				5						4				56	0	10	59	P	Praktische Arbeit	
B-MM-8	360°-Design: Virtual and Augmented Reality					5					4				56	0	14	55	P	Praktische Arbeit	
<b>Wahlpflichtbereich</b>																					
B-MM-SP	Schwerpunkt					15						4			56	0	40	279	WP	variiert	
B-MM-WPM-1	Wahlpflichtmodul I <sup>5)</sup>		5						4						47	0	12	66	WP	variiert	
B-MM-WPM-2	Wahlpflichtmodul II <sup>5)</sup>			5						4					56	0	16	53	WP	variiert	
B-MM-WPM-3	Wahlpflichtmodul III <sup>5)</sup>				5						4				56	0	6	63	WP	variiert	
B-MM-WPM-4	Wahlpflichtmodul IV <sup>5)</sup>					5						4			56	0	6	63	WP	variiert	
B-MoD-WPM-5	Wahlpflichtmodul V (aus Gesamtverbund) <sup>5)</sup>						5						1		9	5	31	80	WP	variiert	
<b>Bachelorprüfung</b>																					
B-MM-BK	Bachelorkolloquium							3							14			61	P	Präsentation (20 Min.)	
B-MM-BA	Bachelorarbeit							12							0			300	P	Abschlussarbeit + Praktische Arbeit	
Summe		30	30	30	30	30	30	23	22	24	23	13	8	1548	7	494	2452				
<b>Schwerpunkte im Studiengang Audiovisuelle Medien &amp; Online Publishing (1 aus 3)</b>																					
B-MoD-SP-1	Bewegtbild und Narration					15									56	0	40	279	WP		
B-MoD-SP-1.1	Konzept und Entwurf											2								Referat (10-15 Min.)	30%
B-MoD-SP-1.2	Produktion und Umsetzung											2								Praktische Arbeit	70%
B-MM-SP-1	3D-Projekt und Raumdesign					15									56	0	40	279	WP		
B-MM-SP-1.1	Konzept und Entwurf											2								Referat (10-15 Min.)	30%
B-MM-SP-1.2	Produktion und Umsetzung											2								Praktische Arbeit	70%
B-GDM-SP-1	Spielbasierte und Interaktive Systeme					15									56	0	40	279	WP		
B-GDM-SP-1.1	Konzept und Entwurf											2								Referat (10-15 Min.)	30%
B-GDM-SP-1.2	Produktion und Umsetzung											2								Praktische Arbeit	70%
<b>Wahlpflichtmodule im Studiengang Mediendesign &amp; Management aus dem den Studiengängen Game Design &amp; Management und Motion Design &amp; Management (1 aus 3 in den Semestern 2 bis 5)</b>																					
B-MoD-7	Ton & Sound Design			5											56	0	36	33	P	Praktische Arbeit	
B-MoD-7.1	Audio Recording - Sound Lab									2							28				
B-MoD-7.2	Sound Design - Einführung in das analoge und digitale Sounddesign										2						8				
B-GDM-6	Creative Coding			5						4					56	0	0	69		Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
B-MoD-2	Non-Fiction -- Kommerzielle Formate			5							2				28	0	0	97	P	Praktische Arbeit	
B-MoD-5	Animation				5										56	0	20	49	P	Praktische Arbeit	
B-MoD-5.1	Grundlagen der Animation										2						20				
B-MoD-5.2	Animationstechniken										2										
B-GDM-5	Digital Art				5										56	0	28	41	P	Praktische Arbeit	
B-GDM5.1	Characters, Objects & Assets											2									
B-GDM5.2	Game-Visualisierung											2									
B-GDM-1	Grundlagen des Game Designs				5										56	0	0	69	P	Referat (10-15 Min.)	
B-GDM-1.1	Einführung in das Game Design										2										
B-GDM-1.2	Game Design Prototyping											2									
B-MoD-8	Filmprojektentwicklung					5						4			56	0	14	55	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
B-GDM-8	Game Production					5									56	0	5	64	P	Praktische Arbeit	
B-GDM-8.1	Spielproduktion, Trends & E-Sports											2									
B-GDM-8.2	Game Development											2									
B-GDM-2	Game Design: Spielmarkt & Game Engines					5									56	0	0	69	P	Präsentation (10-15 Min.)	
B-GDM-2.1	Spielmarkt											2									
B-GDM-2.2	Game Engines											2									
B-MoD-6	Imaging Design: Fotografie und Drohnenaufnahmen					5									56	0	5	64	P	Praktische Arbeit	
B-MoD-6.1	Fotografie und fotografische Bildgestaltung												2								
B-MoD-6.2	Drohnenaufnahmen und fototechnische Entwicklung												2								
B-GDM-7	Level Design					5									56	0	14	55	P	Praktische Arbeit	
B-GDM-7.1	Level Design: Art												2								
B-GDM-7.2	Level Design: Gameplay												2								
B-MoD-1	Filmische Dokumentation und elektronische Berichterstattung						5						4		56	0	0	69	P	Praktische Arbeit	
<b>Wahlpflichtmodule im Studiengang Mediendesign &amp; Management aus dem Gesamtverbund (1 aus 3)</b>																					
B-WPM-4	Wirtschaftsinformatik <sup>7)</sup>							5							0	14	50	61	WP	Klausur (90 Min.)	
B-WPM-5	Engagement als Gegenstand individueller Bildung																				

## Mediendesign & Management mit Praxissemester (B.A.) Curriculum Vollzeit 210 CP, PO 2020

Modul Nr.	Modul	Credit Points							SWS							Workload (in Zeitstunden)				Pflicht (P)	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits (alle Leistungen und Prüfungsformen)	Gewichtung der Prüfungsleistungen für die Modulnote		
		1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	asynchrone Kontaktzeit physische Präsenz	Synchrone Kontaktzeit online Präsenz	angeleitetes Selbststudium	Selbststudium					
<b>Management</b>																								
B-GV-3	Projektmanagement und Präsentationstechniken <sup>3)</sup>	5																30	0	20	75	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
B-GV-1	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre		5															56	0	12	57	P	2 onlinebasierte Selbsttests + Klausur (90 Min.)	
B-GV-13	Business-Planspiel				5													42	0	20	63	P	Portfolio	
<b>Strategiekompetenz</b>																								
B-CC-5	Design Thinking	5																56	0	14	55	P	Posterpräsentation (10-15 Min.)	
B-CC-5.1	Idea Engineering																							
B-CC-5.2	Creative Tools																							
B-BW-1	Marketing und Marktforschung		5															56	0	2	67	P	Klausur (90 Min.)	
B-BW-1.1	Marketing																							
B-BW-1.2	Marktforschung																							
B-CC-8	Technical Applications & Data Analytics				5													56	0	25	44	P	Hausarbeit (12-15 S.)	
B-CC-7	Data Science und Visualisierung					5												28	0	28	69	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
<b>Medienkompetenzen</b>																								
B-CC-1	Visuelle Kommunikation	5																56	0	28	41	P	Praktische Arbeit	
B-MS-2	Medienpraxis Film, Video & Online-Medien	5																56	0	0	69	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
B-MS-2.1	Video und Film																							
B-MS-2.2	Online																							
B-CC-2	Medienkultur		5															56	0	14	55	P	Hausarbeit (12-15 S.)	
B-CC-2.1	Design-, Kunst- und Kommunikationsgeschichte																							
B-CC-2.2	Philosophie und Ethik																							
B-BW-4	Digitales Marketing und Online Business		5															56	0	0	69	P	Klausur (90 Min.)	
B-BW-4.1	Online Business und E-Commerce																							
B-BW-4.2	Digitales Marketing																							
B-CC-3	Social Media & Online Kommunikation					5												56	0	4	65	P	Referat (10-15 Min.) + Handout (3-5 S.)	
B-CC-4	Online-Redaktion & E-Portfolio					5												28	0	28	69	P	Präsentation (10-15 Min.)	
<b>Überfachliche Qualifikations</b>																								
B-CC-6	Storytelling & Dramaturgie	5																54	2	5	64	P	Präsentation (10-15 Min.)	
B-GV-6	Wissenschaftliches Arbeiten <sup>4)</sup>		5															22	0	20	83	P	Hausarbeit (12-15 S.)	
B-MS-3	Digitales Recht			5														56	0	3	66	P	Klausur (90 Min.)	
B-GV-10	Wirtschaftsethik und Nachhaltigkeit				5													42	0	10	73	P	Portfolio	
B-GV-10.1	Wirtschafts- und Unternehmensethik																							
B-GV-10.2	Nachhaltiges Wirtschaften und CSR																							
B-GV-16 <sup>7)</sup>	Pflichtpraktikum																	0	0	0	750	P	Praktikumsbericht	
<b>Mediendesign</b>																								
B-MM-1	3D-Design: Modeling	5																56	0	28	41	P	Praktische Arbeit	
B-MM-2	3D-Design: Character Design		5															56	0	21	48	P	Praktische Arbeit	
B-MM-2.1	3D-Rigging																							
B-MM-2.2	Texturing / Photoshop																							
B-MM-3	3D-Design: Production & Animation		5															56	0	14	55	P	Praktische Arbeit	
B-MM-4	3D-Prototyping			5														56	0	14	55	P	Praktische Arbeit	
B-MM-4.1	Research & Development																							
B-MM-4.2	3D-Visualisierung																							
B-MM-5	Interaction Design	5																56	0	28	41	P	Praktische Arbeit	
B-MM-6	Motion Design		5															56	0	20	49	P	Präsentation (10-15 Min.)	
B-MM-6.1	AV-Medien																							
B-MM-6.2	Motion Design Analysis																							
B-MM-7	Compositing / Visual Effects / CGI			5														56	0	10	59	P	Praktische Arbeit	
B-MM-8	360°-Design: Virtual and Augmented Reality				5													56	0	14	55	P	Praktische Arbeit	
<b>Wahlpflichtbereich</b>																								
B-MM-SP	Schwerpunkt					15												56	0	40	279	WP	variiert	
B-MM-WPM-1	Wahlpflichtmodul I <sup>6)</sup>		5															47	0	12	66	WP	variiert	
B-MM-WPM-2	Wahlpflichtmodul II <sup>6)</sup>			5														56	0	16	53	WP	variiert	
B-MM-WPM-3	Wahlpflichtmodul III <sup>6)</sup>				5													56	0	6	63	WP	variiert	
B-MM-WPM-4	Wahlpflichtmodul IV <sup>6)</sup>					5												56	0	6	63	WP	variiert	
B-MoD-WPM-5	Wahlpflichtmodul V (aus Gesamtverbund) <sup>6)</sup>						5											9	5	31	80	WP	variiert	
<b>Bachelorprüfung</b>																								
B-MM-BK	Bachelorkolloquium																							
B-MM-BA	Bachelorarbeit																							
	Summe	30	30	30	30	15	45	23	22	24	23	13	7	1			1548	7	494	2452				
<b>Schwerpunkte im Studiengang Audiovisuelle Medien &amp; Online Publishing (1 aus 3)</b>																								
B-MoD-SP-1	Bewegtbild und Narration					15												56	0	40	279	WP		
B-MoD-SP-1.1	Konzept und Entwurf																						Referat (10-15 Min.)	30%
B-MoD-SP-1.2	Produktion und Umsetzung																						Praktische Arbeit	70%
B-MM-SP-1	3D-Projekt und Raumedesign					15												56	0	40	279	WP		
B-MM-SP-1.1	Konzept und Entwurf																						Referat (10-15 Min.)	30%
B-MM-SP-1.2	Produktion und Umsetzung																						Praktische Arbeit	70%
B-GDM-SP-1	Spielbasierte und Interaktive Systeme					15												56	0	40	279	WP		
B-GDM-SP-1.1	Konzept und Entwurf																						Referat (10-15 Min.)	30%
B-GDM-SP-1.2	Produktion und Umsetzung																						Praktische Arbeit	70%
<b>Wahlpflichtmodule im Studiengang Mediendesign &amp; Management aus dem den Studiengängen Game Design &amp; Management und Motion Design &amp; Management (1 aus 3 in den Semestern 2 bis 5)</b>																								
B-MoD-7	Ton & Sound Design		5															56	0	36	33	P	Praktische Arbeit	
B-MoD-7.1	Audio Recording - Sound Lab																							
B-MoD-7.2	Sound Design - Einführung in das analoge und digitale Sounddesign																							
B-GDM-6	Creative Coding		5															56	0	0	69	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
B-MoD-2	Non-Fiction -- Kommerzielle Formate		5															28	0	0	97	P	Praktische Arbeit	
B-MoD-5	Animation			5														56	0	20	49	P	Praktische Arbeit	
B-MoD-5.1	Grundlagen der Animation																							
B-MoD-5.2	Animationstechniken																							
B-GDM-5	Digital Art			5														56	0	28	41	P	Praktische Arbeit	
B-GDM5.1	Characters, Objects & Assets																							
B-GDM5.2	Game-Visualisierung																							
B-GDM-1	Grundlagen des Game Designs			5														56	0	0	69	P	Referat (10-15 Min.)	
B-GDM-1.1	Einführung in das Game Design																							
B-GDM-1.2	Game Design Prototyping																							
B-MoD-8	Filmprojektentwicklung			5														56	0	14	55	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
B-GDM-8	Game Production			5														56	0	5	64	P	Praktische Arbeit	
B-GDM-8.1	Spielproduktion, Trends & E-Sports																							
B-GDM-8.2	Game Development																							
B-GDM-2	Game Design: Spielemarkt & Game Engines			5														56	0	0	69	P	Präsentation (10-15 Min.)	
B-GDM-2.1	Spielemarkt																							
B-GDM-2.2	Game Engines																							
B-MoD-6	Im																							

## Motion Design & Management (B.A.) Curriculum Vollzeit 180 CP, PO 2020

Modul Nr.	Modul	Credit Points						SWS						Workload (in Zeitstunden)				Pflicht (P) Wahlpflicht (WP)	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits (alle Leistungen und Prüfungsformen)	Gewichtung der Prüfungsleistungen für die Modulnote	
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	asynchrone Kontaktzeit physische Präsenz	synchrone Kontaktzeit online Präsenz	angeleitetes Selbststudium	Selbststudium				
<b>Management</b>																					
B-GV-3	Projektmanagement und Präsentationstechniken <sup>1)</sup>	5						3							30	0	20	75	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
B-GV-1	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre		5						4						56	0	12	57	P	2 onlinebasierte Selbsttests + Klausur (90 Min.)	
B-GV-13	Business-Planspiel				5						3				42	0	20	63	P	Portfolio	
<b>Strategiekompetenz</b>																					
B-CC-5	Design Thinking	5													56	0	14	55	P	Posterpräsentation (10-15 Min.)	
B-CC-5.1	Idea Engineering							2													
B-CC-5.2	Creative Tools							2													
B-BW-1	Marketing und Marktforschung		5												56	0	2	67	P	Klausur (90 Min.)	
B-BW-1.1	Marketing								2												
B-BW-1.2	Marktforschung								2												
B-CC-7	Technical Applications & Data Analytics			5						4					56	0	25	44	P	Hausarbeit (12-15 S.)	
B-CC-8	Data Science und Visualisierung				5						2				28	0	28	69	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
<b>Medienkompetenzen</b>																					
B-CC-1	Visuelle Kommunikation	5						4							56	0	28	41	P	Praktische Arbeit	
B-MS-1	Medienpraxis		5												56	0	0	69	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
B-MS-2.1	Video und Film								2												
B-MS-2.2	Online								2												
B-CC-2	Medienkultur		5												56	0	14	55	P	Hausarbeit (12-15 S.)	
B-CC-2.1	Design-, Kunst- und Kommunikationsgeschichte								2												
B-CC-2.2	Philosophie und Ethik								2												
B-BW-4	Digitales Marketing und Online Business			5											56	0	0	69	P	Klausur (90 Min.)	
B-BW-4.1	Online Business und E-Commerce									2											
B-BW-4.2	Digitales Marketing									2											
B-CC-3	Social Media & Online-Kommunikation				5						4				56	0	4	65	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
B-CC-4	Online-Redaktion & E-Portfolio					5					2				28	0	28	69	P	Präsentation (10-15 Min.)	
<b>Überfachliche Qualifikationen</b>																					
B-CC-6	Storytelling & Dramaturgie	5						4							54	2	5	64	P	Präsentation (10-15 Min.)	
B-GV-6	Wissenschaftliches Arbeiten <sup>1)</sup>		5						2						24	0	20	81	P	Hausarbeit (12-15 S.)	
B-MS-3	Digitales Recht			5						4					56	0	3	66	P	Klausur (90 Min.)	
B-GV-10	Wirtschaftsethik und Nachhaltigkeit				5										42	0	10	73	P	Portfolio	
B-GV-10.1	Wirtschafts- und Unternehmensethik									1							10				
B-GV-10.2	Nachhaltiges Wirtschaften und CSR									2							0				
<b>Audiovisuelle Medien</b>																					
B-MoD-1	Filmische Dokumentation und elektronische Berichterstattung	5						4							56	0	14	55	P	Praktische Arbeit	
B-MoD-2	Non-Fiction -- Kommerzielle Formate		5						4						56	0	0	69	P	Praktische Arbeit	
B-MoD-3	Fiction -- Narrative filmische Formate			5						4					56	0	0	69	P	Praktische Arbeit	
B-MoD-4	Produktionsmanagement				5						4				56	0	14	55	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
B-MoD-5	Animation	5													56	0	20	49	P	Praktische Arbeit	
B-MoD-5.1	Grundlagen der Animation								2												
B-MoD-5.2	Animationstechniken								2												
B-MoD-6	Imaging Design: Fotografie und Drohnenaufnahmen	5													56	0	5	64	P	Praktische Arbeit	
B-MoD-6.1	Fotografie und fotografische Bildgestaltung									2											
B-MoD-6.2	Drohnenaufnahmen und fototechnische Entwicklung									2											
B-MoD-7	Ton & Sound Design			5											56	0	36	33	P	Praktische Arbeit	
B-MoD-7.1	Audio Recording - Sound Lab									2											
B-MoD-7.2	Sound Design - Einführung in das analoge und digitale Sounddesign									2											
B-MoD-8	Filmprojektentwicklung				5						4				56	0	14	55	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
<b>Wahlpflichtbereich</b>																					
B-MoD-SP	Schwerpunkt				15						4				56	0	40	279	WP	variiert	
B-MoD-WPM-1	Wahlpflichtmodul I <sup>2)</sup>		5						4						56	0	21	49	WP	variiert	
B-MoD-WPM-2	Wahlpflichtmodul II <sup>3)</sup>			5						4					56	0	16	53	WP	variiert	
B-MoD-WPM-3	Wahlpflichtmodul III <sup>4)</sup>				5						4				56	0	11	58	WP	variiert	
B-MoD-WPM-4	Wahlpflichtmodul IV <sup>5)</sup>					5						4			56	0	17	52	WP	variiert	
B-MoD-WPM-5	Wahlpflichtmodul V (aus Gesamtverbund) <sup>6)</sup>						5					1			9	5	31	80	WP	variiert	
<b>Bachelorprüfung</b>																					
B-MoD-BK	Bachelorkolloquium							3					1		14	0	0	61	P	Präsentation (20 Min.)	
B-MoD-BA	Bachelorarbeit							12							0	0	0	300	P	Abschlussarbeit + Praktische Arbeit	
Summe		30	30	30	30	30	30	23	22	24	23	13	8	1559	7	472	2462				
<b>Schwerpunkte im Studiengang Motion Design &amp; Management (1 aus 3)</b>																					
B-MoD-SP-1	Bewegtbild und Narration				15										56	0	40	279	WP		
B-MoD-SP-1.1	Konzept und Entwurf										2									Präsentation (10-15 Min.)	30%
B-MoD-SP-1.2	Produktion und Umsetzung										2									Praktische Arbeit	70%
B-MM-SP-1	3D-Objekt und Raumdisein				15										56	0	40	279	WP		
B-MM-SP-1.1	Konzept und Entwurf										2									Präsentation (10-15 Min.)	30%
B-MM-SP-1.2	Produktion und Umsetzung										2									Praktische Arbeit	70%
B-GDM-SP-1	Spielbasierte und Interaktive Systeme				15										56	0	40	279	WP		
B-GDM-SP-1.1	Konzept und Entwurf										2									Präsentation (10-15 Min.)	30%
B-GDM-SP-1.2	Produktion und Umsetzung										2									Praktische Arbeit	70%
<b>Wahlpflichtmodule im Studiengang Motion Design &amp; Management aus dem den Studiengängen Game Design &amp; Management und Mediendesign &amp; Management (1 aus 3 in den Semestern 2 bis 5)</b>																					
B-MM-6	Motion Design		5												56	0	20	49	P	Präsentation (10-15 Min.)	
B-MM-6.1	AV-Medien										2										
B-MM-6.2	Motion Design Analysis										2										
B-GDM-6	Creative Coding		5							4					56	0		69		Projektbericht (5-10 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
B-MM-2	3D-Design: Character Design		5												56	0	21	48	P	Praktische Arbeit	
B-MM-2.1	3D-Rigging										2										
B-MM-2.2	Texturing / Photoshop										2										
B-MM-5	Interaction Design		5							4					56	0	28	41	P	Praktische Arbeit	
B-GDM-5	Digital Art		5												56	0	0	69	P	Praktische Arbeit	
B-GDM5.1	Characters, Objects & Assets									2											
B-GDM5.2	Game-Visualisierung									2											
B-GDM-1	Grundlagen des Game Design		5												56	0	20	49	P	Präsentation (10-15 Min.)	
B-GDM-1.1	Einführung in das Game Design										2										
B-GDM-1.2	Game Design Prototyping										2						20				
B-MM-8	360°-Design: Virtual- and Augmented Reality				5						4				56	0	14	55	P	Praktische Arbeit	
B-GDM-8	Game Production				5										56	0	0	69	P	Praktische Arbeit	
B-GDM-8.1	Spielproduktion, Trends & E-Sports										2										
B-GDM-8.2	Game Development										2										
B-GDM-2	Game Design: Spielmarkt & Game Engines				5										56	0	20	49	P	Präsentation (10-15 Min.)	
B-GDM-2.1	Spielmarkt										2						5				
B-GDM-2.2	Game Engines										2						15				
B-MM-7	Compositing / Visual Effects / CGI				5						4				56	0	10	59	P	Praktische Arbeit	
B-GDM-7	Level Design				5										56	0	14	55	P	Praktische Arbeit	
B-GDM-7.1	Level Design: Art										2										
B-GDM-7.2	Level Design: Gameplay										2										
B-MM-1	3D-Design: Modeling				5						4				56	0	28	41	P	Praktische Arbeit	
<b>Wahlpflichtmodule im Studiengang Motion Design &amp; Management aus dem Gesamtverbund (1 aus 3)</b>																					
B-WPM-4	Wirtschaftsinformatik <sup>2)</sup>					5						1			0	14	50	61	WP	Klausur (90 Min.)	
B-WPM-5	Engagement als Gegenstand individueller Bildung					5							0		0	0	15	110</			



**Medienmanagement & Digitales Marketing (B.A.)  
Curriculum Vollzeit 180 CP, PO 2020**

Modul Nr.	Modul	Credit Points						SWS						Workload (in Zeitstunden)				Pflicht (P) Wahlpflicht (WP)	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits (alle Leistungen und Prüfungsformen)	Gewichtung der Prüfungsleistungen für die Modulnote
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	synchrone Kontaktzeit physische Präsenz	Synchrone Kontaktzeit online Präsenz	angeleitetes Selbststudium	Selbststudium			
<b>Management und digitale Transformation</b>																				
B-MMDM-3	Strategisches Medienmanagement	5					4							56	0	10	59	P	Klausur (90 Min.)	
B-GV-1	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	5					4							56	0	12	57	P	2 Online-Selbsttests ▶ Klausur (90 Min.)	
B-GV-12	Data Science und Data Analytics <sup>3)</sup>			5						4				40	0	25	60	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
B-GV-11	International and Intercultural Management			5										56	0	7	62	P	Referat (15 Min.) + Handout (3-5 S.)	65% / 35%
B-GV-11.1	International Management									2										
B-GV-11.2	Intercultural and Negotiation Competences									2										
B-GV-14	Digitale Transformation <sup>1)</sup>			5						0				0	0	60	65	P	Hausarbeit (12-15 S.)	
<b>Start-up Business und Innovationen in der digitalen Wirtschaft</b>																				
B-GV-3	Projektmanagement und Präsentationstechniken <sup>3)</sup>	5					3							30	0	20	75	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
B-MMDM-2	Medien- und Kommunikationspsychologie	5					4							56	0	10	59	P	Klausur (90 Min.)	
B-MMDM-4	Medienökonomie			5										56	0	10	59	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
B-MMDM-4.1	Theorien der Medienökonomie									2										
B-MMDM-4.2	Cases in der Medienökonomie									2										
B-GV-13	Business-Planspiel			5							3			42	0	20	63	P	Portfolio	
B-GV-15	Praxisprojekt			5							1			14	0	5	106	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
B-BW-10	Digital Entrepreneurship und Innovationen			5							2			28	0	4	93	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
<b>Digitales Marketing und Social Media-Kommunikation</b>																				
B-BW-1	Marketing und Marktforschung	5												56	0	2	67	P	Klausur (90 Min.)	
B-BW-1.1	Marketing									2										
B-BW-1.2	Marktforschung									2										
B-MMDM-1	Kommunikationsmanagement	5					4							56	0	16	53	P	Klausur (90 Min.)	
B-BW-4	Digitales Marketing und Online Business	5												56	0	0	69	P	Klausur (90 Min.)	
B-BW-4.1	Online Business und E-Commerce									2										
B-BW-4.2	Digitales Marketing									2										
B-MS-2	Social Media- und Content-Marketing			5						4				56	0	7	62	P	Klausur (90 Min.)	
B-MMDM-6	Case Study: Angewandtes Digitales Marketing					5						2		28	0	21	76	P	3 Präsentationen (10-15 Min.)	je 1/3
<b>Entwicklung von Film, Video und Online-Medien</b>																				
B-MS-1	Medienpraxis	5												56	0	0	69	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
B-MS-1.1	Video und Film									2										
B-MS-1.2	Online									2										
B-MS-3	Digitales Recht			5						4				56	0	3	66	P	Klausur (90 Min.)	
B-MMDM-5	Digitales Produktmanagement			5						4				56	0	15	54	P	Fallstudie (10-15 S.) + Vortrag (10-20 Min.)	70% / 30%
<b>Rechtliche, gesamtwirtschaftliche und gesellschaftliche Rahmenbedingungen</b>																				
B-GV-8	Bürgerliches Recht	5					4							56	0	0	69	P	Klausur (90 Min.)	
B-GV-5	Grundzüge der Volkswirtschaftslehre	5					4							56	0	20	49	P	2 Online-Selbsttests ▶ Klausur (90 Min.)	
B-GV-9	Spezielles Wirtschaftsrecht			5										56	0	0	69	P	Klausur (90 Min.)	
B-GV-9.1	Arbeitsrecht									2										
B-GV-9.2	Handels- und Gesellschaftsrecht									2										
B-GV-10	Wirtschaftsethik und Nachhaltigkeit			5										42	0	10	73	P	Portfolio	
B-GV-10.1	Wirtschafts- und Unternehmensethik											1					10			
B-GV-10.2	Nachhaltiges Wirtschaften und CSR											2					0			
<b>Anwendungsorientierte Wissenschaftsmethoden</b>																				
B-GV-6	Wissenschaftliches Arbeiten <sup>4)</sup>			5						2				24	0	20	81	P	Hausarbeit (12-15 S.)	
B-GV-7	Statistische Methoden			5										70	0	27	28	P	2 Online-Selbsttests ▶ Klausur (90 Min.)	
B-GV-7.1	Deskriptive und induktive Statistik									3										
B-GV-7.2	Übung statistische Methoden									2										
B-BW-8	Empirische Forschungsmethoden <sup>5)</sup>			5						4				40	0	20	65	P	Portfolio	
<b>Wahlpflichtbereich</b>																				
B-MMDM-SP	Schwerpunkt I <sup>6)</sup>			15						10				140	0,5	38	197	WP	variiert	
B-MMDM-SP	Schwerpunkt II <sup>6)</sup>			15						10				140	0,5	38	197	WP	variiert	
B-MMDM-WPM	Wahlpflichtmodul <sup>6)</sup>			5							2			5	12	33	75	WP	variiert	
<b>Bachelorprüfung</b>																				
B-MMDM-BK	Bachelorkolloquium						3					1		14			61	P	Präsentation (20 Min.)	
B-MMDM-BA	Bachelorarbeit						12							0			300	P	Abschlussarbeit	
Summe		30	30	30	30	30	30	23	23	24	18	17	7	1496	13	453	2539			
<b>Schwerpunkte im Studiengang Medienmanagement und Digitales Marketing (min. 1 fachspezifischer Schwerpunkt, der zweite Schwerpunkt kann aus anderen Studiengängen gewählt werden)</b>																				
<b>B-MMDM-SP-1 Film- und Videoproduktion (Für alle Standorte an denen der Studiengang angeboten wird.)</b>																				
B-CC-6	Storytelling und Dramaturgie			5						4				54	2	5	64		Präsentation (10-20 Min.)	
B-MMDM-SP-1.1	Non-Fiction - Kommerzielle Formate			5						2				28	0	0	97	WP	Praktische Arbeit	
B-MoD-4	Produktionsmanagement			5						4				56	0	14	55		Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
<b>B-MMDM-SP-2 Digital und Social Media-Management (Für alle Standorte an denen der Studiengang angeboten wird.)</b>																				
B-MMDM-SP-2.2	Digitale Geschäftsmodelle			5						4				56	0	14	55		Klausur (90 Min.)	
B-MMDM-SP-2.3	Angewandte Technologien zur Digitalen Transformation			5						2				28	0	18	79	WP	3 Präsentationen (10-15 Min.)	je 1/3
B-MMDM-SP-2.4	Social Media-Kampagnenmanagement			5						4				56	0	28	41		3 Präsentationen (10-15 Min.)	je 1/3
<b>B-MMDM-SP-3 Eventmanagement (Für alle Standorte an denen der Studiengang angeboten wird.)</b>																				
B-MMDM-SP-3.1	Strategisches und konzeptionelles Eventmanagement			5						4				56	0	10	59		Klausur (90 Min.)	
B-MMDM-SP-3.2	Operatives Eventmanagement			5						2				28	0	18	79	WP	Referat (15 Min.)	
B-MMDM-SP-3.3	Eventmärkte			5						4				56	0	10	59		Hausarbeit (12-15 S.)	
<b>B-MMDM-SP-4 Unternehmenskommunikation und Agenturmanagement (Für alle Standorte an denen der Studiengang angeboten wird.)</b>																				
B-MMDM-SP-4.1	Unternehmenskommunikation			5						4				56	0	10	59		Hausarbeit (12-15 S.)	
B-MMDM-SP-4.2	Agenturmanagement und -steuerung			5						4				56	0	10	59	WP	Hausarbeit (12-15 S.)	
B-MMDM-SP-4.3	Kommunikationsmanagement, Werbung, Mediaplanung			5						2				28	0	14	83		Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	
<b>Wahlpflichtmodule im Studiengang Medienmanagement und Digitales Marketing (1 aus 6)</b>																				
B-WPM-1	Case Studies in Economic Policy <sup>2)</sup>					5						1		0	14	40	71	WP	Fallstudie (10 -15 S.) + Vortrag (10-20 Min.)	70% / 30%
B-WPM-2	Emerging Technology Trends <sup>2)</sup>					5						2		0	28	17	80	WP	Klausur (90 Min.)	
B-WPM-3	ERP-Systeme in Unternehmen <sup>2)</sup>					5						1		0	14	50	61	WP	Klausur (90 Min.)	
B-WPM-4	Wirtschaftsinformatik <sup>2)</sup>					5						1		0	14	50	61	WP	Klausur (90 Min.)	
B-WPM-5	Engagement als Gegenstand individueller Bildung					5						0		0	0	15	110	WP	Wissenschaftliche Ausarbeitung (10-12 S.)	
B-WPM-6	Digitales Programm- und Projektmanagement					5						2		28	0	28	69	WP	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%

<sup>1)</sup> Reines Onlinemodul.  
<sup>2)</sup> Mit standortübergreifender digitaler Kontaktzeit.  
<sup>3)</sup> Dieses Modul erstreckt sich über 10 und nicht, wie üblich, über 14 Vorlesungswochen.  
<sup>4)</sup> Dieses Modul erstreckt sich über 12 und nicht, wie üblich, über 14 Vorlesungswochen.  
<sup>5)</sup> Diese Lehrveranstaltungen finden nur alle 2 Vorlesungswochen statt.  
<sup>6)</sup> Die hier aufgeführte Verteilung des Workloads entspricht dem Durchschnitt der in diesem Studiengang zur Wahl stehenden Schwerpunkte/Wahlpflichtmodule. Die genaue Verteilung des Workloads je Schwerpunkt/Wahlpflichtmodul geht aus der untenstehenden Übersicht hervor.

**Medienmanagement & Digitales Marketing mit Praxissemester (B.A.)  
Curriculum Vollzeit 210 CP, PO 2020**

Modul Nr.	Modul	Credit Points							SWS							Workload (in Zeitstunden)				Pflicht (P) Wahlpflicht (WP)	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits (alle Leistungen und Prüfungsformen)	Gewichtung der Prüfungsleistungen für die Modulnote	
		1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	synchrone Kontaktzeit physische Präsenz	synchrone Kontaktzeit online Präsenz	angeleitetes Selbststudium	Selbststudium				
<b>Management und digitale Transformation</b>																							
B-MMDM-3	Strategisches Medienmanagement	5						4									56	0	10	59	P	Klausur (90 Min.)	
B-GV-1	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	5						4									56	0	12	57	P	2 Online-Selbsttests ▶ Klausur (90 Min.)	
B-GV-12	Data Science und Data Analytics <sup>3)</sup>			5							4						40	0	25	60	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
B-GV-11	International and Intercultural Management			5													56	0	7	62	P	Referat (15 Min.) + Handout (3-5 S.)	65% / 35%
B-GV-11.1	International Management												2										
B-GV-11.2	Intercultural and Negotiation Competences												2										
B-GV-14	Digitale Transformation <sup>1)</sup>			5													0	0	60	65	P	Hausarbeit (12-15 S.)	
<b>Start-up Business und Innovationen in der digitalen Wirtschaft</b>																							
B-GV-3	Projektmanagement und Präsentationstechniken <sup>2)</sup>	5						3									30	0	20	75	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
B-MMDM-2	Medien- und Kommunikationspsychologie	5						4									56	0	10	59	P	Klausur (90 Min.)	
B-MMDM-4	Medienökonomie			5													56	0	10	59	P	Projektbericht (10-15 S.)+ Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
B-MMDM-4.1	Theorien der Medienökonomie											2											
B-MMDM-4.2	Cases in der Medienökonomie											2											
B-GV-13	Business-Planspiel				5										3		42	0	20	63	P	Portfolio	
B-GV-15	Praxisprojekt				5								1				14	0	5	106	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
B-BW-10	Digital Entrepreneurship und Innovationen					5								2			28	0	4	93	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
B-GV-16 <sup>7)</sup>	Pflichtpraktikum							30							0		0	0	0	750	P	Praktikumsbericht	
<b>Digitales Marketing und Social Media-Kommunikation</b>																							
B-BW-1	Marketing und Marktforschung	5															56	0	2	67	P	Klausur (90 Min.)	
B-BW-1.1	Marketing											2											
B-BW-1.2	Marktforschung											2											
B-MMDM-1	Kommunikationsmanagement	5						4									56	0	16	53	P	Klausur (90 Min.)	
B-BW-4	Digitales Marketing und Online Business		5														56	0	0	69	P	Klausur (90 Min.)	
B-BW-4.1	Online Business und E-Commerce											2											
B-BW-4.2	Digitales Marketing											2											
B-MS-2	Social Media- und Content-Marketing			5						4							56	0	7	62	P	Klausur (90 Min.)	
B-MMDM-6	Case Study: Angewandtes Digitales Marketing					5								2			28	0	21	76	P	3 Präsentationen (10-15 Min.)	je 1/3
<b>Entwicklung von Film, Video und Online-Medien</b>																							
B-MS-1	Medienpraxis		5														56	0	0	69	P	Projektbericht (10-15 S.)+ Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
B-MS-1.1	Video und Film											2											
B-MS-1.2	Online											2											
B-MS-3	Digitales Recht			5						4							56	0	3	66	P	Klausur (90 Min.)	
B-MMDM-5	Digitales Produktmanagement			5						4							56	0	15	54	P	Fallstudie (10-15 S.) + Vortrag (10-20 Min.)	70% / 30%
<b>Rechtliche, gesamtwirtschaftliche und gesellschaftliche Rahmenbedingungen</b>																							
B-GV-8	Bürgerliches Recht		5							4							56	0	0	69	P	Klausur (90 Min.)	
B-GV-5	Grundzüge der Volkswirtschaftslehre		5							4							56	0	20	49	P	2 Online-Selbsttests ▶ Klausur (90 Min.)	
B-GV-9	Spezielles Wirtschaftsrecht			5													56	0	0	69	P	Klausur (90 Min.)	
B-GV-9.1	Arbeitsrecht												2										
B-GV-9.2	Handels- und Gesellschaftsrecht												2										
B-GV-10	Wirtschaftsethik und Nachhaltigkeit				5												42	0	10	73	P	Portfolio	
B-GV-10.1	Wirtschafts- und Unternehmensethik														1				10				
B-GV-10.2	Nachhaltiges Wirtschaften und CSR														2				0				
<b>Anwendungsorientierte Wissenschaftsmethoden</b>																							
B-GV-6	Wissenschaftliches Arbeiten <sup>4)</sup>		5							2							24	0	20	81	P	Hausarbeit (12-15 S.)	
B-GV-7	Statistische Methoden		5														70	0	27	28	P	2 Online-Selbsttests ▶ Klausur (90 Min.)	
B-GV-7.1	Deskriptive und induktive Statistik												3										
B-GV-7.2	Übung statistische Methoden											2											
B-BW-8	Empirische Forschungsmethoden <sup>3)</sup>			5							4						40	0	20	65	P	Portfolio	
<b>Wahlpflichtbereich</b>																							
B-MMDM-SP	Schwerpunkt I <sup>5)</sup>				15									10			140	0,5	38	197	WP	variiert	
B-MMDM-SP	Schwerpunkt II <sup>5)</sup>					15								10			140	0,5	38	197	WP	variiert	
B-MMDM-WPM	Wahlpflichtmodul <sup>6)</sup>					5								2			5	12	33	75	WP	variiert	
<b>Bachelorprüfung</b>																							
B-MMDM-BK	Bachelorkolloquium							3								1	14			61	P	Präsentation (20 Min.)	
B-MMDM-BA	Bachelorarbeit								12								0			300	P	Abschlussarbeit	
<b>Summe</b>		<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>15</b>	<b>45</b>	<b>23</b>	<b>23</b>	<b>24</b>	<b>18</b>	<b>17</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>1496</b>	<b>13</b>	<b>453</b>	<b>3289</b>				
<b>Schwerpunkte im Studiengang Medienmanagement und Digitales Marketing (min. 1 fachspezifischer Schwerpunkt, der zweite Schwerpunkt kann aus anderen Studiengängen gewählt werden)</b>																							
<b>B-MMDM-SP-1 Film- und Videoproduktion (Für alle Standorte an denen der Studiengang angeboten wird.)</b>																							
B-CC-6	Storytelling und Dramaturgie				5					4							54	2	5	64	WP	Präsentation (10-20 Min.)	
B-MMDM-SP-1.1	Non-Fiction - Kommerzielle Formate				5					2							28	0	0	97		Praktische Arbeit	
B-MoD-4	Produktionsmanagement				5												56	0	14	55		Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
<b>B-MMDM-SP-2 Digital und Social Media-Management (Für alle Standorte an denen der Studiengang angeboten wird.)</b>																							
B-MMDM-SP-2.2	Digitale Geschäftsmodelle				5					4							56	0	14	55	WP	Klausur (90 Min.)	
B-MMDM-SP-2.3	Angewandte Technologien zur Digitalen Transformation				5					2							28	0	18	79		3 Präsentationen (10-15 Min.)	je 1/3
B-MMDM-SP-2.4	Social Media-Kampagnenmanagement				5					4							56	0	28	41		3 Präsentationen (10-15 Min.)	je 1/3
<b>B-MMDM-SP-3 Eventmanagement (Für alle Standorte an denen der Studiengang angeboten wird.)</b>																							
B-MMDM-SP-3.1	Strategisches und konzeptionelles Eventmanagement				5					4							56	0	10	59	WP	Klausur (90 Min.)	
B-MMDM-SP-3.2	Operatives Eventmanagement				5					2							28	0	18	79		Referat (15 Min.)	
B-MMDM-SP-3.3	Eventmärkte				5					4							56	0	10	59		Hausarbeit (12-15 S.)	
<b>B-MMDM-SP-4 Unternehmenskommunikation und Agenturmanagement (Für alle Standorte an denen der Studiengang angeboten wird.)</b>																							
B-MMDM-SP-4.1	Unternehmenskommunikation				5					4							56	0	10	59	WP	Hausarbeit (12-15 S.)	
B-MMDM-SP-4.2	Agenturmanagement und -steuerung				5					4							56	0	10	59		Hausarbeit (12-15 S.)	
B-MMDM-SP-4.3	Kommunikationsmanagement, Werbung, Mediaplanung				5					2							28	0	14	83		Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
<b>Wahlpflichtmodule im Studiengang Medienmanagement und Digitales Marketing (1 aus 6)</b>																							
B-WPM-1	Case Studies in Economic Policy <sup>2)</sup>													1			0	14	40	71	WP	Fallstudie (10-15 S.) + Vortrag (10-20 Min.)	70% / 30%
B-WPM-2	Emerging Technology Trends <sup>2)</sup>					5								2			0	28	17	80	WP	Klausur (90 Min.)	
B-WPM-3	ERP-Systeme in Unternehmen <sup>2)</sup>													1			0	14	50	61	WP	Klausur (90 Min.)	
B-WPM-4	Wirtschaftsinformatik <sup>2)</sup>													1			0	14	50	61	WP	Klausur (90 Min.)	
B-WPM-5	Engagement als Gegenstand individueller Bildung															0	0	0	15	110	WP	Wissenschaftliche Ausarbeitung (10-12 S.)	
B-WPM-6	Digitales Programm- und Projektmanagement													2			28	0	28	69	WP	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%

<sup>1)</sup> Reines Onlinemodul.  
<sup>2)</sup> Mit standortübergreifender digitaler Kontaktzeit.  
<sup>3)</sup> Dieses Modul erstreckt sich über 10 und nicht, wie üblich, über 14 Vorlesungswochen.  
<sup>4)</sup> Dieses Modul erstreckt sich über 12 und nicht, wie üblich, über 14 Vorlesungswochen.  
<sup>5)</sup> Diese Lehrveranstaltungen finden nur alle 2 Vorlesungswochen statt.  
<sup>6)</sup> Die hier aufgeführte Verteilung des Workloads entspricht dem Durchschnitt der in diesem Studiengang zur Wahl stehenden Schwerpunkte/Wahlpflichtmodule. Die genaue Verteilung des Workloads je Schwerpunkt/Wahlpflichtmodul geht aus der untenstehenden Übersicht hervor.  
<sup>7)</sup> Das Pflichtpraktikum beginnt ab der zweiten Semesterhälfte des sechsten Semesters und endet am Ende der ersten Semesterhälfte des siebten Semesters. Der Workload verteilt sich entsprechend, die Credit Points fließen jedoch erst im siebten Semester.

**Medienpädagogik (B.A.)  
Curriculum Vollzeit 180 CP, PO 2020**

Modul Nr.	Modul	Credit Points						SWS						Workload (in Zeitstunden)				Pflicht (P) Wahlpflicht (WP)	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits (alle Leistungen und Prüfungsformen)	Gewichtung der Prüfungsleistungen für die Modulnote
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	synchrone Kontaktzeit physische Präsenz	Synchrone Kontaktzeit online Präsenz	angeleitetes Selbststudium	Selbststudium			
<b>Medienpädagogik, Didaktik und Erziehungswissenschaften</b>																				
B-MPaed-1	Einführung in die Medienpädagogik	5					4						56	0	6	63	P	Klausur (90 Min.)		
B-EdS-1	Grundlagen der Didaktik		5					2					28	0	15	82	P	Präsentation (10-20 Min.)		
B-MPaed-2	Medienarbeit in der Frühpädagogik		5					4					56	0	8	61	P	Praktische Arbeit		
B-MPaed-3	Mediendidaktik			5					4				56	0	15	54	P	Praktische Arbeit		
B-EdS-2	Grundlagen der Erziehungs- und Bildungswissenschaft			5					4				56	0	6	63	P	Klausur (90 Min.)		
B-EdS-3	E-Learning: Didaktik und Anwendungen			5									54	2	15	54	P	Klausur (90 Min.)		
B-EdS-3.1	Grundlagen E-Learning und digitale Lernmedien									2										
B-EdS-3.2	Umsetzung von E-Learning									2										
B-EdS-4	Interkulturelles Lernen					5					2		28	0	15	82	P	Präsentation (10-20 Min.)		
<b>Medieninnovationen und Digitalisierung</b>																				
B-MMDM-2	Medien- und Kommunikationspsychologie	5					4						56	0	10	59	P	Klausur (90 Min.)		
B-MPaed-4	Medienpädagogische Kompetenz in der digitalen Gesellschaft			5					4				56	0	6	63	P	Klausur (90 Min.)		
B-MS-3	Digitales Recht			5					4				56	0	3	66	P	Klausur (90 Min.)		
B-GV-14	Digitale Transformation <sup>1)</sup>				5					0			0	0	60	65	P	Hausarbeit (12-15 S.)		
B-BW-10	Digital Entrepreneurship und Innovationen					5					2		28	0	4	93	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%	
<b>Internationalisierung, Management und gesellschaftliche Verantwortung</b>																				
B-BS-1	Business Communication	5					4						56	0	28	41	P	Klausur (60 Min.) + Präsentation (10 Min.)	je 50%	
B-GV-1	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	5					4						56	0	12	57	P	2 Online-Selbsttests + Klausur (90 Min.)		
B-BW-1	Marketing und Marktforschung	5											56	0	2	67	P	Klausur (90 Min.)		
B-BW-1.1	Marketing							2												
B-BW-1.2	Marktforschung								2											
B-GV-8	Bürgerliches Recht		5						4				56	0	0	69	P	Klausur (90 Min.)		
B-GV-11	International and Intercultural Management			5									56	0	7	62	P	Referat (15 Min.) + Handout (3-5 S.)	65% / 35%	
B-GV-11.1	International Management										2									
B-GV-11.2	Intercultural and Negotiation Competences										2									
B-GV-10	Wirtschaftsethik und Nachhaltigkeit				5								42	0	10	73	P	Portfolio		
B-GV-10.1	Wirtschafts- und Unternehmensethik										1				10					
B-GV-10.2	Nachhaltiges Wirtschaften und CSR										2				0					
B-MPaed-5	Medienethik und Jugendschutz					5					4		56	0	6	63	P	Klausur (90 Min.)		
<b>Praxiskompetenzen</b>																				
B-GV-3	Projektmanagement und Präsentationstechniken <sup>3)</sup>	5					3						30	0	20	75	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%	
B-MS-1	Medienpraxis		5										56	0	0	69	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation 5-10 Min.)	65% / 35%	
B-MS-1.1	Video und Film									2										
B-MS-1.2	Online									2										
B-GV-13	Business-Planspiel				5						3		42	0	20	63	P	Portfolio		
B-GV-15	Praxisprojekt					5					1		14	0	5	106	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%	
<b>Anwendungsorientierte Wissenschaftsmethoden</b>																				
B-GV-6	Wissenschaftliches Arbeiten <sup>4)</sup>		5					2					24	0	20	81	P	Hausarbeit (12-15 S.)		
B-GV-7	Statistische Methoden		5										70	0	27	28	P	2 Online-Selbsttests + Klausur (90 Min.)		
B-GV-7.1	Deskriptive und induktive Statistik									3										
B-GV-7.2	Übung statistische Methoden									2										
B-MPaed-6	Empirische Forschung in der Pädagogik			5						2			28	0	15	82	P	Hausarbeit (12-15 S.)		
B-GV-12	Data Science und Data Analytics <sup>5)</sup>				5						4		40	0	25	60	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%	
<b>Wahlpflichtbereich</b>																				
B-MPaed-SP	Schwerpunkt I <sup>6)</sup>				15						10		140	0	43	192	WP	variiert		
B-MPaed-SP	Schwerpunkt II <sup>6)</sup>				15						10		140	0	43	192	WP	variiert		
<b>Bachelorprüfung</b>																				
B-MPaed-BK	Bachelorkolloquium						3				1		14	0	0	61	P	Präsentation (20 Min.)		
B-MPaed-BA	Bachelorarbeit							12					0	0	0	300	P	Abschlussarbeit		
Summe		30	30	30	30	30	23	21	22	18	17	9	1506	2	446	2546				
<b>Schwerpunkte im Studiengang Medienpädagogik (min. 1 fachspezifischer Schwerpunkt, der zweite Schwerpunkt kann aus anderen Studiengängen gewählt werden)</b>																				
<b>B-MPaed-SP-1 Lernen 4.0 (Für alle Standorte an denen der Studiengang angeboten wird.)</b>																				
B-MPaed-SP-1.1	Theorie des Lernens mit neuen digitalen Medien				5						2		28	0	15	82	WP	Klausur (90 Min.)		
B-MPaed-SP-1.2	Techniken des digitalen Lernens				5						4		56	0	8	61		Praktische Arbeit		
B-MPaed-SP-1.3	Angewandtes Edutainment: Entwicklung und Umsetzung eines Serious Games				5						4		56	0	20	49		Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%	
<b>B-MPaed-SP-2 Digitale Medienkompetenz (Für alle Standorte an denen der Studiengang angeboten wird.)</b>																				
B-MPaed-SP-2.1	Digitalisierung in Wirtschaft und Gesellschaft				5						2		28	0	15	82	WP	Klausur (90 Min.)		
B-MPaed-SP-2.2	Psychologie der Digitalisierung				5						4		56	0	8	61		Präsentation (10-15 Min.)		
B-MPaed-SP-2.3	Angewandte Medienforschung zu aktuellen Themen der Digitalisierung				5						4		56	0	20	49		Akad. Arbeitspapier (12-15 S.) + Diskussion (15 Min.)	65% / 35%	

<sup>1)</sup> Reines Onlinemodul

<sup>2)</sup> Mit standortübergreifender digitaler Kontaktzeit.

<sup>3)</sup> Dieses Modul erstreckt sich über 10 und nicht, wie üblich, über 14 Vorlesungswochen.

<sup>4)</sup> Dieses Modul erstreckt sich über 12 und nicht, wie üblich, über 14 Vorlesungswochen.

<sup>5)</sup> Diese Lehrveranstaltungen finden nur alle 2 Vorlesungswochen statt.

<sup>6)</sup> Die hier aufgeführte Verteilung des Workloads entspricht dem Durchschnitt der in diesem Studiengang zur Wahl stehenden Schwerpunkte/Wahlpflichtmodule. Die genaue Verteilung des Workloads je Schwerpunkt/Wahlpflichtmodul geht aus der untenstehenden Übersicht hervor.

**Medienpädagogik mit Praxissemester (B.A.)  
Curriculum Vollzeit 210 CP, PO 2020**

Modul Nr.	Modul	Credit Points							SWS							Workload (in Zeitzstunden)				Pflicht (P) Wahlpflicht (WP)	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits (alle Leistungen und Prüfungsformen)	Gewichtung der Prüfungsleistungen für die Modulnote
		1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	synchrone Kontaktzeit physische Präsenz	Synchrone Kontaktzeit online Präsenz	angeleitetes Selbststudium	Selbststudium			
<b>Medienpädagogik, Didaktik und Erziehungswissenschaften</b>																						
B-MPaed-1	Einführung in die Medienpädagogik	5						4								56	0	6	63	P	Klausur (90 Min.)	
B-EdS-1	Grundlagen der Didaktik		5						2							28	0	15	82	P	Präsentation (10-20 Min.)	
B-MPaed-2	Medienarbeit in der Frühpädagogik		5						4							56	0	8	61	P	Praktische Arbeit	
B-MPaed-3	Mediendidaktik			5						4						56	0	15	54	P	Praktische Arbeit	
B-EdS-2	Grundlagen der Erziehungs- und Bildungswissenschaft			5						4						56	0	6	63	P	Klausur (90 Min.)	
B-EdS-3	E-Learning: Didaktik und Anwendungen			5												54	2	15	54	P	Klausur (90 Min.)	
B-EdS-3.1	Grundlagen E-Learning und digitale Lernmedien									2												
B-EdS-3.2	Umsetzung von E-Learning									2												
B-EdS-4	Interkulturelles Lernen					5						2				28	0	15	82	P	Präsentation (10-20 Min.)	
<b>Medieninnovationen und Digitalisierung</b>																						
B-MMDM-2	Medien- und Kommunikationspsychologie	5						4								56	0	10	59	P	Klausur (90 Min.)	
B-MPaed-4	Medienpädagogische Kompetenz in der digitalen Gesellschaft			5						4						56	0	6	63	P	Klausur (90 Min.)	
B-MS-3	Digitales Recht			5						4						56	0	3	66	P	Klausur (90 Min.)	
B-GV-14	Digitale Transformation <sup>1)</sup>				5						0					0	0	60	65	P	Hausarbeit (12-15 S.)	
B-BW-10	Digital Entrepreneurship und Innovationen					5						2				28	0	4	93	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
<b>Internationalisierung, Management und gesellschaftliche Verantwortung</b>																						
B-BS-1	Business Communication	5						4								56	0	28	41	P	Klausur (60 Min.) + Präsentation (10 Min.)	je 50%
B-GV-1	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	5						4								56	0	12	57	P	2 Online-Selbsttests + Klausur (90 Min.)	
B-BW-1	Marketing und Marktforschung	5														56	0	2	67	P	Klausur (90 Min.)	
B-BW-1.1	Marketing									2												
B-BW-1.2	Marktforschung									2												
B-GV-8	Bürgerliches Recht		5						4							56	0	0	69	P	Klausur (90 Min.)	
B-GV-11	International and Intercultural Management			5												56	0	7	62	P	Referat (15 Min.) + Handout (3-5 S.)	65% / 35%
B-GV-11.1	International Management										2											
B-GV-11.2	Intercultural and Negotiation Competences										2											
B-GV-10	Wirtschaftsethik und Nachhaltigkeit			5												42	0	10	73	P	Portfolio	
B-GV-10.1	Wirtschafts- und Unternehmensethik										1							10				
B-GV-10.2	Nachhaltiges Wirtschaften und CSR										2							0				
B-MPaed-5	Medienethik und Jugendschutz				5							4				56	0	6	63	P	Klausur (90 Min.)	
<b>Praxiskompetenzen</b>																						
B-GV-3	Projektmanagement und Präsentationstechniken <sup>2)</sup>	5						3								30	0	20	75	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
B-MS-1	Medienpraxis		5													56	0	0	69	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation 5-10 Min.)	65% / 35%
B-MS-1.1	Video und Film									2												
B-MS-1.2	Online									2												
B-GV-13	Business-Planspiel				5						3					42	0	20	63	P	Portfolio	
B-GV-15	Praxisprojekt				5						1					14	0	5	106	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
B-GV-16 <sup>7)</sup>	Pflichtpraktikum						30					0				0	0	0	750	P	Praktikumsbericht	
<b>Anwendungsorientierte Wissenschaftsmethoden</b>																						
B-GV-6	Wissenschaftliches Arbeiten <sup>4)</sup>		5						2							24	0	20	81	P	Hausarbeit (12-15 S.)	
B-GV-7	Statistische Methoden		5													70	0	27	28	P	2 Online-Selbsttests + Klausur (90 Min.)	
B-GV-7.1	Deskriptive und induktive Statistik									3												
B-GV-7.2	Übung statistische Methoden									2												
B-MPaed-6	Empirische Forschung in der Pädagogik			5							2					28	0	15	82	P	Hausarbeit (12-15 S.)	
B-GV-12	Data Science und Data Analytics <sup>3)</sup>				5							4				40	0	25	60	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
<b>Wahlpflichtbereich</b>																						
B-MPaed-SP	Schwerpunkt I <sup>6)</sup>			15							10					140	0	43	192	WP	variiert	
B-MPaed-SP	Schwerpunkt II <sup>6)</sup>				15							10				140	0	43	192	WP	variiert	
<b>Bachelorprüfung</b>																						
B-MPaed-BK	Bachelorkolloquium							3					1			14	0	0	61	P	Präsentation (20 Min.)	
B-MPaed-BA	Bachelorarbeit							12								0	0	0	300	P	Abschlussarbeit	
<b>Summe</b>		<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>15</b>	<b>45</b>	<b>23</b>	<b>21</b>	<b>22</b>	<b>18</b>	<b>17</b>	<b>8</b>	<b>1</b>	<b>1506</b>	<b>2</b>	<b>446</b>	<b>3296</b>				
<b>Schwerpunkte im Studiengang Medienpädagogik (min. 1 fachspezifischer Schwerpunkt, der zweite Schwerpunkt kann aus anderen Studiengängen gewählt werden)</b>																						
<b>B-MPaed-SP-1 Lernen 4.0 (Für alle Standorte an denen der Studiengang angeboten wird.)</b>																						
B-MPaed-SP-1.1	Theorie des Lernens mit neuen digitalen Medien			5						2						28	0	15	82	WP	Klausur (90 Min.)	
B-MPaed-SP-1.2	Techniken des digitalen Lernens			5						4						56	0	8	61		Praktische Arbeit	
B-MPaed-SP-1.3	Angewandtes Edutainment: Entwicklung und Umsetzung eines Serious Games			5						4						56	0	20	49		Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
<b>B-MPaed-SP-2 Digitale Medienkompetenz (Für alle Standorte an denen der Studiengang angeboten wird.)</b>																						
B-MPaed-SP-2.1	Digitalisierung in Wirtschaft und Gesellschaft			5						2						28	0	15	82	WP	Klausur (90 Min.)	
B-MPaed-SP-2.2	Psychologie der Digitalisierung			5						4						56	0	8	61		Präsentation (10-15 Min.)	
B-MPaed-SP-2.3	Angewandte Medienforschung zu aktuellen Themen der Digitalisierung			5						4						56	0	20	49		Akad. Arbeitspapier (12-15 S.) + Diskussion (15 Min.)	65% / 35%

<sup>1)</sup> Reines Onlinemodul  
<sup>2)</sup> Mit standortübergreifender digitaler Kontaktzeit.  
<sup>3)</sup> Dieses Modul erstreckt sich über 10 und nicht, wie üblich, über 14 Vorlesungswochen.  
<sup>4)</sup> Dieses Modul erstreckt sich über 12 und nicht, wie üblich, über 14 Vorlesungswochen.  
<sup>5)</sup> Diese Lehrveranstaltungen finden nur alle 2 Vorlesungswochen statt.  
<sup>6)</sup> Die hier aufgeführte Verteilung des Workloads entspricht dem Durchschnitt der in diesem Studiengang zur Wahl stehenden Schwerpunkte/Wahlpflichtmodule. Die genaue Verteilung des Workloads je Schwerpunkt/Wahlpflichtmodul geht aus der untenstehenden Übersicht hervor.  
<sup>7)</sup> Das Pflichtpraktikum beginnt ab der zweiten Semesterhälfte des sechsten Semesters und endet am Ende der ersten Semesterhälfte des siebten Semesters. Der Workload verteilt sich entsprechend, die Credit Points fließen jedoch erst im siebten Semester.

**Wirtschaftspädagogik (B.Sc.)  
Curriculum Vollzeit 180 CP, PO 2020**

Modul Nr.	Modul	Credit Points						SWS						Workload (in Zeitstunden)				Pflicht (P) Wahlpflicht (WP)	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits (alle Leistungen und Prüfungsformen)	Gewichtung der Prüfungsleistungen für die Modulnote
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	synchrone Kontaktzeit physische Präsenz	Synchrone Kontaktzeit online Präsenz	angeleitetes Selbststudium	Selbststudium			
<b>Wirtschaftspädagogik, Didaktik und Erziehungswissenschaften</b>																				
B-WPaed-1	Einführung in die Wirtschaftspädagogik	5					4						56	0	6	63	P	Klausur (90 Min.)		
B-EdS-1	Grundlagen der Didaktik		5					2					28	0	15	82	P	Präsentation (10-20 Min.)		
B-EdS-2	Grundlagen der Erziehungs- und Bildungswissenschaft			5					4				56	0	6	63	P	Klausur (90 Min.)		
B-EdS-3	E-Learning: Didaktik und Anwendungen			5									54	2	15	54	P	Klausur (90 Min.)		
B-EdS-3.1	Grundlagen E-Learning und digitale Lernmedien									2										
B-EdS-3.2	Umsetzung von E-Learning									2										
B-WPaed-5	Berufliche Aus- und Weiterbildung			5					4				56	0	6	63	P	Klausur (90 Min.)		
B-EdS-4	Interkulturelles Lernen					5					2		28	0	15	82	P	Präsentation (10-20 Min.)		
<b>Managementkompetenzen für Wirtschaftspädagogen</b>																				
B-GV-1	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	5					4						56	0	12	57	p	2 Online-Selbsttests ▶ Klausur (90 Min.)		
B-GV-2	Rechnungswesen	5					4						56	0	15	54	p	2 Online-Selbsttests ▶ Klausur (90 Min.)		
B-BW-2	Personalmanagement und Führung		5					2					28	0	14	83	P	Klausur (90 Min.)		
B-WPaed-2	Change- und Innovationsmanagement			5					2				28	0	15	82	P	Präsentation (10-20 Min.)		
B-GV-14	Digitale Transformation <sup>1)</sup>				5					0			0	0	60	65	P	Hausarbeit (12-15 S.)		
B-BW-9	Strategieorientierte Organisationsgestaltung und -entwicklung					5					2		28	0	15	82	P	Klausur (90 Min.)		
<b>Internationalisierung und interkulturelle Kompetenzen</b>																				
B-BS-1	Business Communication	5					4						56	0	28	41	p	Klausur (60 Min.) + Präsentation (10 Min.)	je 50%	
B-GV-11	International and Intercultural Management				5								56	0	7	62	P	Referat (15 Min.) + Handout (3-5 S.)	65% / 35%	
B-GV-11.1	International Management									2										
B-GV-11.2	Intercultural and Negotiation Competences									2										
<b>Praxiskompetenzen</b>																				
B-GV-3	Projektmanagement und Präsentationstechniken <sup>3)</sup>	5					3						30	0	20	75	p	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%	
B-GV-13	Business-Planspiel				5					3			42	0	20	63	P	Portfolio		
B-GV-15	Praxisprojekt					5					1		14	0	5	106	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%	
<b>Rechtliche, gesamtwirtschaftliche und gesellschaftliche Rahmenbedingungen</b>																				
B-GV-5	Grundzüge der Volkswirtschaftslehre	5					4						56	0	20	49	p	2 Online-Selbsttests + Klausur (90 Min.)		
B-GV-8	Bürgerliches Recht	5					4						56	0	0	69	P	Klausur (90 Min.)		
B-GV-10	Wirtschaftsethik und Nachhaltigkeit				5								42	0	10	73	P	Portfolio		
B-GV-10.1	Wirtschafts- und Unternehmensethik										1				10					
B-GV-10.2	Nachhaltiges Wirtschaften und CSR										2				0					
<b>Anwendungsorientierte Wissenschaftsmethoden</b>																				
B-GV-4	Wirtschaftsmathematik	5											70	0	27	28	P	2 Online-Selbsttests ▶ Klausur (90 Min.)		
B-GV-4.1	Analysis und lineare Algebra							2												
B-GV-4.2	Finanzmathematik							2												
B-GV-4.3	Übung Mathematik <sup>2)</sup>							1												
B-GV-6	Wissenschaftliches Arbeiten <sup>4)</sup>	5						2					24	0	20	81	P	Hausarbeit (12-15 S.)		
B-GV-7	Statistische Methoden	5											70	0	27	28	p	2 Online-Selbsttests ▶ Klausur (90 Min.)		
B-GV-7.1	Deskriptive und induktive Statistik								3											
B-GV-7.2	Übung statistische Methoden								2											
B-WPaed-3	Empirisches Forschungsprojekt			5					4				56	0	12	57	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%	
B-WPaed-4	Forschungsmethoden in der Pädagogik I			5									56	0	12	57	P	Klausur (90 Min.)		
B-WPaed-4.1	Quantitative und qualitative Methoden									2										
B-WPaed-4.2	Computergestützte Übung									2										
B-GV-12	Data Science und Data Analytics <sup>3)</sup>				5					4			40	0	25	60	P	Projektarbeit (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%	
B-WPaed-6	Forschungsmethoden in der Pädagogik II					5					4		56	0	8	61	P	Referat (15 Min.) + Handout (3-5 S.)	60% / 40%	
<b>Wahlpflichtbereich</b>																				
B-WPaed-SP	Schwerpunkt I <sup>6)</sup>				15					10			140	0	45	190	WP	variiert		
B-WPaed-SP	Schwerpunkt II <sup>6)</sup>					15					10		140	0	45	190	WP	variiert		
<b>Bachelorprüfung</b>																				
B-WPaed-BK	Bachelorkolloquium						3				1		14			61	P	Präsentation (20 Min.)		
B-WPaed-BA	Bachelorarbeit							12					0			300	P			
Summe		30	30	30	30	30	30	24	19	22	18	17	9	1492	2	525	2481			

**Schwerpunkte im Studiengang Wirtschaftspädagogik (min. 1 fachspezifischer Schwerpunkt, der zweite Schwerpunkt kann aus anderen Studiengängen gewählt werden)**

<b>B-WPaed-SP-1 Education Management (Für alle Standorte an denen der Studiengang angeboten wird.)</b>																			
B-WPaed-SP-1.1	Management von Bildungseinrichtungen				5					3			42	0	19	64	WP	Klausur (90 Min.)	
B-WPaed-SP-1.2	Gestaltung von Lehr- und Lernarrangements				5					3			42	0	17	66		Portfolio	
B-WPaed-SP-1.3	Wissensmanagement				5					4			56	0	8	61		Hausarbeit (12-15 S.)	
<b>B-WPaed-SP-2 Talent Management (Für alle Standorte an denen der Studiengang angeboten wird.)</b>																			
B-WPaed-SP-2.1	Personalentwicklung				5					4			56	0	12	57	WP	Klausur (90 Min.)	
B-WPaed-SP-2.2	International Human Resource Management				5					3			42	0	17	66		Portfolio	
B-WPaed-SP-2.3	Personalmarketing und Employer Branding				5					3			42	0	17	66		Präsentation (10-20 Min.)	

<sup>1)</sup> Reines Onlinemodul.  
<sup>2)</sup> Mit standortübergreifender digitaler Kontaktzeit.  
<sup>3)</sup> Dieses Modul erstreckt sich über 10 und nicht, wie üblich, über 14 Vorlesungswochen.  
<sup>4)</sup> Dieses Modul erstreckt sich über 12 und nicht, wie üblich, über 14 Vorlesungswochen.  
<sup>5)</sup> Diese Lehrveranstaltungen finden nur alle 2 Vorlesungswochen statt.  
<sup>6)</sup> Die hier aufgeführte Verteilung des Workloads entspricht dem Durchschnitt der in diesem Studiengang zur Wahl stehenden Schwerpunkte. Die genaue Verteilung des Workloads je Schwerpunkt geht aus der untenstehenden Übersicht hervor.

**Wirtschaftspädagogik mit Praxissemester (B.Sc.)  
Curriculum Vollzeit 210 CP, PO 2020**

Modul Nr.	Modul	Credit Points							SWS							Workload (in Zeitstunden)				Pflicht (P) Wahlpflicht (WP)	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits (alle Leistungen und Prüfungsformen)	Gewichtung der Prüfungsleistungen für die Modulnote	
		1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	synchrone Kontaktzeit physische Präsenz	synchrone Kontaktzeit online Präsenz	angeleitetes Selbststudium	Selbststudium				
<b>Wirtschaftspädagogik, Didaktik und Erziehungswissenschaften</b>																							
B-WPaed-1	Einführung in die Wirtschaftspädagogik	5							4								56	0	6	63	P	Klausur (90 Min.)	
B-EdS-1	Grundlagen der Didaktik		5							2							28	0	15	82	P	Präsentation (10-20 Min.)	
B-EdS-2	Grundlagen der Erziehungs- und Bildungswissenschaft			5							4						56	0	6	63	P	Klausur (90 Min.)	
B-EdS-3	E-Learning: Didaktik und Anwendungen				5												54	2	15	54	P	Klausur (90 Min.)	
B-EdS-3.1	Grundlagen E-Learning und digitale Lernmedien											2											
B-EdS-3.2	Umsetzung von E-Learning											2											
B-WPaed-5	Berufliche Aus- und Weiterbildung				5						4						56	0	6	63	P	Klausur (90 Min.)	
B-EdS-4	Interkulturelles Lernen						5						2				28	0	15	82	P	Präsentation (10-20 Min.)	
<b>Managementkompetenzen für Wirtschaftspädagogen</b>																							
B-GV-1	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	5							4								56	0	12	57	P	2 Online-Selbsttests + Klausur (90 Min.)	
B-GV-2	Rechnungswesen	5							4								56	0	15	54	P	2 Online-Selbsttests + Klausur (90 Min.)	
B-BW-2	Personalmanagement und Führung		5							2							28	0	14	83	P	Klausur (90 Min.)	
B-WPaed-2	Change- und Innovationsmanagement			5							2						28	0	15	82	P	Präsentation (10-20 Min.)	
B-GV-14	Digitale Transformation <sup>1)</sup>				5								0				0	0	60	65	P	Hausarbeit (12-15 S.)	
B-BW-9	Strategieorientierte Organisationsgestaltung und -entwicklung						5						2				28	0	15	82	P	Klausur (90 Min.)	
<b>Internationalisierung und interkulturelle Kompetenzen</b>																							
B-BS-1	Business Communication	5							4								56	0	28	41	P	Klausur (60 Min.) + Präsentation (10 Min.)	je 50%
B-GV-11	International and Intercultural Management				5												56	0	7	62	P	Referat (15 Min.) + Handout (3-5 S.)	65% / 35%
B-GV-11.1	International Management												2										
B-GV-11.2	Intercultural and Negotiation Competences												2										
<b>Praxiskompetenzen</b>																							
B-GV-3	Projektmanagement und Präsentationstechniken <sup>2)</sup>	5							3								30	0	20	75	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
B-GV-13	Business-Planspiel				5							3					42	0	20	63	P	Portfolio	
B-GV-15	Praxisprojekt					5						1					14	0	5	106	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
B-GV-16 <sup>3)</sup>	Pflichtpraktikum								30								0	0	0	750	P	Praktikumsbericht	
<b>Rechtliche, gesamtwirtschaftliche und gesellschaftliche Rahmenbedingungen</b>																							
B-GV-5	Grundzüge der Volkswirtschaftslehre		5							4							56	0	20	49	P	2 Online-Selbsttests + Klausur (90 Min.)	
B-GV-8	Bürgerliches Recht			5							4						56	0	0	69	P	Klausur (90 Min.)	
B-GV-10	Wirtschaftsethik und Nachhaltigkeit					5											42	0	10	73	P	Portfolio	
B-GV-10.1	Wirtschafts- und Unternehmensethik												1						10				
B-GV-10.2	Nachhaltiges Wirtschaften und CSR												2						0				
<b>Anwendungsorientierte Wissenschaftsmethoden</b>																							
B-GV-4	Wirtschaftsmathematik	5															70	0	27	28	P	2 Online-Selbsttests + Klausur (90 Min.)	
B-GV-4.1	Analysis und lineare Algebra											2											
B-GV-4.2	Finanzmathematik											2											
B-GV-4.3	Übung Mathematik <sup>4)</sup>											1											
B-GV-6	Wissenschaftliches Arbeiten <sup>4)</sup>		5									2					24	0	20	81	P	Hausarbeit (12-15 S.)	
B-GV-7	Statistische Methoden		5														70	0	27	28	P	2 Online-Selbsttests + Klausur (90 Min.)	
B-GV-7.1	Deskriptive und induktive Statistik											3											
B-GV-7.2	Übung statistische Methoden												2										
B-WPaed-3	Empirisches Forschungsprojekt			5								4					56	0	12	57	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
B-WPaed-4	Forschungsmethoden in der Pädagogik I			5													56	0	12	57	P	Klausur (90 Min.)	
B-WPaed-4.1	Quantitative und qualitative Methoden																						
B-WPaed-4.2	Computergestützte Übung																						
B-GV-12	Data Science und Data Analytics <sup>3)</sup>				5									4			40	0	25	60	P	Projektarbeit (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
B-WPaed-6	Forschungsmethoden in der Pädagogik II						5							4			56	0	8	61	P	Referat (15 Min.) + Handout (3-5 S.)	60% / 40%
<b>Wahlpflichtbereich</b>																							
B-WPaed-SP	Schwerpunkt I <sup>5)</sup>				15												140	0	45	190	WP	variiert	
B-WPaed-SP	Schwerpunkt II <sup>6)</sup>					15											140	0	45	190	WP	variiert	
<b>Bachelorprüfung</b>																							
B-WPaed-BK	Bachelorkolloquium								3								14			61	P	Präsentation (20 Min.)	
B-WPaed-BA	Bachelorarbeit									12							0			300	P		
Summe		30	30	30	30	30	15	45	24	19	22	18	17	8	1	1492	2	525	3231				
<b>Schwerpunkte im Studiengang Wirtschaftspädagogik (min. 1 fachspezifischer Schwerpunkt, der zweite Schwerpunkt kann aus anderen Studiengängen gewählt werden)</b>																							
<b>B-WPaed-SP-1 Education Management (Für alle Standorte an denen der Studiengang angeboten wird.)</b>																							
B-WPaed-SP-1.1	Management von Bildungseinrichtungen				5								3				42	0	19	64	WP	Klausur (90 Min.)	
B-WPaed-SP-1.2	Gestaltung von Lehr- und Lernarrangements				5								3				42	0	17	66		Portfolio	
B-WPaed-SP-1.3	Wissensmanagement				5								4				56	0	8	61		Hausarbeit (12-15 S.)	
<b>B-WPaed-SP-2 Talent Management (Für alle Standorte an denen der Studiengang angeboten wird.)</b>																							
B-WPaed-SP-2.1	Personalentwicklung				5								4				56	0	12	57	WP	Klausur (90 Min.)	
B-WPaed-SP-2.2	International Human Resource Management				5								3				42	0	17	66		Portfolio	
B-WPaed-SP-2.3	Personalmarketing und Employer Branding				5								3				42	0	17	66		Präsentation (10-20 Min.)	

<sup>1)</sup> Reines Onlinemodul.

<sup>2)</sup> Mit standortübergreifender digitaler Kontaktzeit.

<sup>3)</sup> Dieses Modul erstreckt sich über 10 und nicht, wie üblich, über 14 Vorlesungswochen.

<sup>4)</sup> Dieses Modul erstreckt sich über 12 und nicht, wie üblich, über 14 Vorlesungswochen.

<sup>5)</sup> Diese Lehrveranstaltungen finden nur alle 2 Vorlesungswochen statt.

<sup>6)</sup> Die hier aufgeführte Verteilung des Workloads entspricht dem Durchschnitt der in diesem Studiengang zur Wahl stehenden Schwerpunkte. Die genaue Verteilung des Workloads je Schwerpunkt geht aus der untenstehenden Übersicht hervor.

<sup>7)</sup> Das Pflichtpraktikum beginnt ab der zweiten Semesterhälfte des sechsten Semesters und endet am Ende der ersten Semesterhälfte des siebten Semesters. Der Workload verteilt sich entsprechend, die Credit Points fließen jedoch erst im siebten Semester.