

**Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang
Design- und Kommunikationsstrategie an der Fachhochschule Augsburg
vom 14. Februar 2007**

In der Fassung der Änderungssatzung vom 8. Oktober 2007

Aufgrund von Art. 13 Abs. 1 Satz 2, Art. 43 Abs. 6 Satz 2, Art. 61 Abs. 2 Satz 1 des Bayerischen Hochschulgesetzes (BayHSchG) vom 23. Mai.2006 BayRS 2210-1-1-WFK erlässt die Fachhochschule Augsburg folgende Satzung:

§ 1

Zweck der Studien- und Prüfungsordnung

Diese Satzung dient der Ausfüllung und Ergänzung der Rahmenprüfungsordnung für die Fachhochschulen (RaPO) vom 17. Oktober 2001, GVBl S. 686 und der allgemeinen Prüfungsordnung der Fachhochschule Augsburg vom 1. August 2007 in den jeweils gültigen Fassungen. Diese Studien- und Prüfungsordnung bildet auch die rechtliche Grundlage für mögliche Kooperationen mit in- und ausländischen Partnerhochschulen im Rahmen des Masterstudienganges Interaktive Mediensysteme.

§ 2

Studienziele

Der Master-Studiengang Design- und Kommunikationsstrategie befähigt Kommunikationsdesigner dazu, aus einer künstlerisch-kreativen Denk- und Arbeitspraxis heraus innovative und effektive Design- und Kommunikationsstrategien zu entwickeln, zu artikulieren und konsequent umzusetzen sowie sich als Design- und Kommunikationsstrategen in Wirtschaft und Kultur zu positionieren.

Der Masterstudiengang hat das Ziel, den Kommunikations-Designer sowohl in Führungspositionen als auch in der Selbständigkeit für die Anwendung innovativer, zukunftsorientierter und effizienter Vorgehensweisen in folgenden Bereichen unter interdisziplinärem Aspekt zu qualifizieren: »Wissen« als Voraussetzung für Professionalität in spezifischen und fachübergreifenden Bereichen; »Können« als Voraussetzung zielbewusster Umsetzungskompetenz; »Kreativität« als Voraussetzung innovativer Entwicklungsfähigkeit; »Sozialkompetenz, Persönlichkeit, Kooperationsfähigkeit« als Voraussetzung für Konzeption, Management, Beratung, und Realisierung.

Die Lehrkonstellation des Master-Studiengangs ist sowohl wissenschaftlich und künstlerisch als auch forschungs- und praxisorientiert ausgerichtet und profiliert insbesondere die Gestalterpersönlichkeit. Damit ist der Absolvent qualifiziert, ästhetische Wertvorstellungen in der Gesellschaft zu vermitteln, die Signifikanz von Gestaltung zu vertreten, mit entsprechender Führungsqualität Designkonzepte anzuleiten, zu begleiten und beim Auftraggeber verantwortungsbewusst durchzusetzen.

Das Studium gibt dem Absolventen die Fähigkeit, wissenschaftlich empirisch vorzugehen, Zusammenhänge zu erforschen, zu analysieren und in Resultate zu vereinen. Gegenüber vorausgesetzten Studiengängen wird der Absolvent mehr den Unterschied zwischen subjektiver- und zielgruppenorientierter Gestaltung erkennen und dann zu effektiveren Ergebnissen gelangen. Die Interdependenz ästhetisch innovativer und objektiv gesellschaftsrelevanter Gestaltung sowohl in philosophischer als auch in marktorientierter Betrachtung wird vom Masterstudierenden diskutiert, um mögliche Anwendungsbezüge zu schaffen. Des Weiteren besitzt der Absolvent künstlerische Kompetenz, um die Schnittstelle von Design und Kunst direkt und indirekt zu verbinden.

Durch die spezielle Studienstruktur ist der Masterabsolvent in der Lage, »Raum« zu schaffen für zukunftsorientierte- und experimentelle Unterfangen im ästhetisch informativen Umfeld. Das Studium fördert u. a. aufgrund der Workshops im besonderen Maße Kreativität und Mut.

Die Teamfähigkeit wird im Masterseminar gefördert, um die notwendige Kooperationsbereitschaft zu erhöhen. Durch die stets immanente Auseinandersetzung mit interdisziplinären Betrachtungsweisen qualifiziert das Masterstudium dazu, dass sich der Absolvent neben den bekannten Designbereichen auch in Berufsfeldern wie instruktives Kommunikationsdesign, Didaktik und Kulturmanagement bewegen kann.

Die im Studium vermittelten theoretischen Kenntnisse erlauben es dem Master of Arts sowohl in Führungspositionen kreative Prozesse zu initiieren und zu steuern, als auch seine Selbständigkeit ent-

sprechend erfolgreich zu gestalten.

§ 3

Regelstudienzeit, Aufbau des Studiums

1. Das Studium wird als Vollzeitstudium angeboten. Die Regelstudienzeit beträgt drei Studiensemester.
2. Das Studium gliedert sich in 3 Hauptbestandteile:
 - a. Masterprojekt mit Masterseminar (1.– und 2. Semester)
 - b. begleitende Lehrveranstaltungen, Workshops, Seminare: (1.– 2. und 3.Semester)
 - c. Masterarbeit im 3. Semester

Zu Studienbeginn wählt jeder Studierende zur Betreuung und Bewertung seiner Masterprojekte und seiner Masterarbeit je zwei Hochschullehrer, wobei einer hauptamtlich der Fakultät für Gestaltung der FH Augsburg angehören muss. Die Themen der Masterprojekte werden vom Studierenden gewählt und müssen von den Betreuern und der Prüfungskommission genehmigt werden. Im begleitenden Masterseminar wird der Stand der Projektarbeit der gesamten Studiengruppe regelmäßig vorgestellt und reflektiert und durch gemeinsame studienbegleitende Aktivitäten ergänzt.

3. Die Zuordnung der Fächer und Module zu den Studiensemestern, die Definition der fachlichen Inhalte der Module im Einzelnen und deren Gliederung, der Umfang der mit den Modulen und Fächern assoziierten Semesterwochenstunden bzw. Credit Points sowie die Vorgabe von Regeln für die Möglichkeit einer Auswahl unter den angebotenen Wahl- und Wahlpflichtfächern erfolgt in einem Studienplan (§ 6).
4. Studienleistungen, die an kooperierenden Hochschulen erbracht wurden, können bis zum Umfang von 30 CP angerechnet werden. Im Voraus festgelegte Anrechnungsmodalitäten sind verbindlich. Vor Aufnahme eines Auslandsstudiums ist die Genehmigung der zuständigen Prüfungskommission einzuholen.

§ 4

Qualifikation für das Studium, Zulassung, Nachqualifikation

(1) Qualifikationsvoraussetzungen für die Zulassung zum Masterstudiengang Design- und Kommunikationsstrategie sind:

1. ein an einer staatlich anerkannten Hochschule mit überdurchschnittlichem Erfolg abgeschlossenes Hochschulstudium mit mindestens 210 ECTS-Punkten in designorientierten, medienbezogenen oder künstlerischen Studiengängen; Hochschulabsolventen mit fachfremden Abschlüssen können bei einschlägiger Berufserfahrung im Bereich des Kommunikationsdesigns auf Beschluss der Prüfungskommission ebenfalls zugelassen werden
2. eine bestandene Eignungsfeststellung der Fakultät Gestaltung; diese wird in Form einer mündlichen/praktischen Prüfung durchgeführt, deren Ablauf, Termine, Dauer und Form die Prüfungskommission allgemein festlegt. Gegenstand der Prüfung ist die Feststellung besonderer konzeptueller, gestalterischer und künstlerischer Kompetenzen.

(2) Bewerber, die einen Abschluss gemäß Ziff. 1 mit weniger als 210 Leistungspunkten, aber mindestens 180 Leistungspunkten erworben haben, können zur Eignungsprüfung zugelassen werden. Nach bestandener Eignungsprüfung haben sie die Differenz zu den erforderlichen 210 Leistungspunkten innerhalb des ersten Jahres nach der Immatrikulation ihres Master-Studiums durch Nachqualifikation zu erwerben; die Immatrikulation erfolgt insoweit unter Vorbehalt.. Die Prüfungskommission legt fest, welche Lehrveranstaltungen der jeweilige Bewerber zur Nachqualifikation erfolgreich absolvieren muss. Die Masterprüfung ist erst bestanden, wenn die im Rahmen der Nachqualifikation zu erwerbenden Leistungspunkte nachgewiesen sind.

(3) Für Studierende mit Diplom in einem einschlägigen Studiengang mit einer Regelstudienzeit von mindestens acht Semestern können Studienleistungen bis zu 30 Credit Points anerkannt werden. Satz 1 gilt entsprechend für Wechsler aus Masterstudiengängen.

(4) Über die Gleichwertigkeit von Abschlüssen und über das Vorliegen der erforderlichen Nachweise entscheidet die Prüfungskommission (§ 7).

§ 5

Module, Fächer und Leistungsnachweise

1. Der Studiengang ist in Module untergliedert. Ein Modul fasst ein oder mehrere Pflicht- oder Wahlpflichtfächer eines abgrenzbaren Stoffgebietes fachlich zu einer in sich geschlossenen Einheit zusammen.
2. Die Module, Fächer, ihre Stundenzahl, die Art der Lehrveranstaltung, die Prüfungen und studienbegleitende Leistungsnachweise sind in der Anlage 1 zu dieser Studien- und Prüfungsordnung festgelegt.
3. Alle Fächer sind entweder Pflichtfächer, Wahlpflichtfächer oder Wahlfächer.
 - a. Pflichtfächer sind die Fächer eines Studiengangs, die für alle Studenten verbindlich sind.
 - b. Wahlpflichtfächer sind die Fächer, die einzeln oder in Gruppen alternativ angeboten werden. Jeder Student muss unter ihnen nach Maßgabe der Studien- und Prüfungsordnung eine bestimmte Auswahl treffen. Die gewählten Fächer werden wie Pflichtfächer behandelt.
 - c. Wahlfächer sind Fächer, die für die Erreichung des Studienziels nicht verbindlich vorgeschrieben sind. Sie können vom Studierenden aus dem Studienangebot der Masterstudiengänge der Hochschule zusätzlich bei Verfügbarkeit von Teilnahmeplätzen gewählt werden.

§ 6

Studienplan

Zur Sicherung des Lehrangebots und zur Information der Studierenden wird von der Fakultät für Gestaltung ein Studienplan erstellt, der die nach dieser Studien- und Prüfungsordnung notwendigen Regeln enthält und der nicht Teil der Prüfungsordnung ist. Aus dem Studienplan ergibt sich der Ablauf des Studiums im Einzelnen.

1. Der Studienplan wird vom Fakultätsrat Gestaltung beschlossen und ist hochschulöffentlich bekannt zu machen. Die Bekanntmachung neuer Regelungen muss spätestens zu Beginn der Vorlesungszeit des Semesters erfolgen, in dem die Regelungen erstmals anzuwenden sind. Der Studienplan enthält insbesondere Regelungen und Angaben über:
 - a. Die Aufteilung der Leistungspunkte und Semesterwochenstunden je Fach und Studiensemester,
 - b. die Wahlpflichtfächer mit Semesterwochenstundenzahl und Leistungspunkten,
 - c. die Lehrveranstaltungsart in den einzelnen Fächern, soweit sie nicht in der Anlage 1 festgelegt wurden,
 - d. Art und Dauer von Prüfungen einschließlich den zugehörigen Zulassungsvoraussetzungen und von endnotenbildenden studienbegleitenden Leistungsnachweisen,
 - e. die Studienziele und -inhalte der einzelnen Fächer,
 - f. nähere Bestimmungen zu den Leistungs- und Teilnahmenachweisen.

§ 7

Prüfungskommission

Die Prüfungskommission besteht aus fünf hauptamtlichen Professoren der Fakultät für Gestaltung. Der Vorsitzende und die weiteren Kommissionsmitglieder werden vom Fakultätsrat für die Dauer von zwei Jahren gewählt.

§ 8

Masterarbeit

1. Das Studium beinhaltet eine Abschlussarbeit (Masterarbeit).
2. Die Masterarbeit (Master Thesis) wird in der Regel im dritten Studiensemester angefertigt.
3. Das Thema der Masterarbeit soll so beschaffen sein, dass sie bei zusammenhängender abschließlicher Bearbeitung in der Regel in 4 Monaten abgeschlossen werden kann.

4. Jeder Student muss seine Masterarbeit persönlich hochschulöffentlich präsentieren und erläutern. Die Qualität der Präsentation fließt in die Bewertung mit ein.
5. Der theoretische Teil der Masterarbeit ist in zwei gebundenen Exemplaren und in digitaler Form abzugeben. Der Fakultätsrat legt die Einzelheiten fest.
6. Die Masterarbeit wird differenziert mit einer Nachkommastelle bewertet.
7. Die Masterarbeit kann mit Genehmigung der Prüfungskommission und mit Zustimmung der beteiligten Prüfer (Betreuer) in einer anderen Sprache als Deutsch verfasst werden.

§ 9

Bestehen der Masterprüfung

Die Masterprüfung ist bestanden, wenn in allen Pflichtmodulen der Anlage 1 ausreichende Endnoten im Umfang der dort ausgewiesenen Leistungspunkte erzielt wurden. § 4 Abs. 2 Satz 4 bleibt unberührt.

§ 10

Prüfungsgesamtnote

1. Über die bestandene Masterprüfung wird ein Zeugnis gemäß dem Muster in der Anlage zur Allgemeinen Prüfungsordnung der Fachhochschule Augsburg ausgestellt.
2. Die Prüfungsgesamtnote wird durch gewichtete Mittelung der Fachnoten bestimmt. Dabei werden die Fächer einschließlich der Masterarbeit gemäß den Leistungspunkten der Spalte 4, Anlage 1 gewichtet, soweit in Spalte 9 keine abweichende Regelung getroffen ist.

§ 11

Akademischer Grad, Abschlusszeugnis

1. Die Fachhochschule Augsburg verleiht bei erfolgreichem Abschluss des Studiengangs den akademischen Grad "Master of Arts", Kurzform: „M.A.“.
2. Über den erfolgreichen Abschluss des Studiums wird ein Abschlusszeugnis und über die Verleihung des akademischen Grades eine Urkunde gemäß der Muster in den Anlagen 2 und 3 ausgestellt.
3. Im Abschlusszeugnis werden für alle Fächer die erzielten Bewertungen und die Leistungspunkte aufgeführt.
4. Im Abschlusszeugnis wird der Titel der Masterarbeit ausgewiesen.

§ 12

Inkrafttreten, Übergangsbestimmungen

Diese Studien- und Prüfungsordnung tritt am 1. März 2007 in Kraft.

Ausgefertigt auf Grund des Beschlusses des Senats der Fachhochschulen Augsburg vom 6. Februar 2007 und der rechtsaufsichtlichen Genehmigung des Präsidenten der Fachhochschule Augsburg vom 14. Februar 2007.

Augsburg, den 14. Februar 2007

Prof. Dr. H.-E. Schurk
Präsident

Die Satzung wurde am 14. Februar 2007 in der Fachhochschule Augsburg niedergelegt. Die Niederlegung wurde am 14. Februar 2007 durch Anschlag in der Hochschule bekannt gegeben. Tag der Bekanntmachung ist daher der 14. Februar 2007.

Erläuterung der Abkürzungen:

MA Masterarbeit

MP Masterprojekt

GewE Gewicht der Endnote für die Prüfungsgesamtnote

S Lehrveranstaltungsform Seminar

SU Lehrveranstaltungsform seminaristischer Unterricht

Ü Lehrveranstaltungsform Übung

Pr Lehrveranstaltungsform Praktikum

K Lehrveranstaltungsform Kolloquium

STA Studienarbeit, wird während des Semesters bearbeitet

PSTA Prüfungsstudienarbeit, wird während des Prüfungszeitraums bearbeitet

KL Klausur

LN studienbegleitender Leistungsnachweis

PRÄS Präsentation

PA Projektarbeit

RF Referat

Anlage / Fächerübersicht

Übersicht über die Fächer und Leistungsnachweise des Masterstudiengangs
Design- und Kommunikationsstrategie an der Fachhochschule Augsburg

1	2	3	4	5	6 7 Prüfungen		8	9
Fach Nr.	Fach	SWS	Leistungs- punkte (ECTS- Punkte)	Art der Lehrveranstaltungen 1)	Art und Dauer in Minuten	Zulas- sungs- voraus- setzungen 1)	Endnoten- bildende studienbe- gleitende Leistungs- nachw.1)	Ergänzende Regelungen
Modul A / Kommunikationsstrategie:								
A1	Strategische Planung	4	5	SU/Ü/Pr/S	PSTA	-	STA	
A2	Mediensysteme	4	5	SU/Ü/Pr/S	PSTA	-	STA	
A3	Mensch, Gesellschaft, Kommunikation	4	5	SU/Ü/Pr/S	PSTA	-	STA	
A4	Unternehmen, Produkt, Kommunikation	4	5	SU/Ü/Pr/S	PSTA	-	STA	
Modul B / Masterseminar:								
B1	Masterseminar 1	4	4	SU/S/K	-	-	Präs	
B2	Masterseminar 2	4	4	SU/S/K	-	-	Präs	
Modul C / Masterprojekt:								
C1	Masterprojekt 1	-	10	MP	-	-	MP	
C2	Masterprojekt 2	-	10	MP	-	-	MP	
Modul D / Workshops:								
D1	Workshop 1	3	3	SU/Ü/Pr/S	-	-	LN	
D2	Workshop 2	3	3	SU/Ü/Pr/S	-	-	LN	
D3	Workshop 3	3	3	SU/Ü/Pr/S	-	-	LN	
D4	Workshop 4	3	3	SU/Ü/Pr/S	-	-	LN	
Modul E / Kultur und Sprache:								
E1	Kulturtheorie	2	3	SU/Ü/Pr/S	KL	-	LN	
E2	Sprachwissenschaft	2	3	SU/Ü/Pr/S	-	-	LN	

1	2	3	4	5	6 7 Prüfungen		8	9
Fach Nr.	Fach	SWS	Leistungs- punkte (ECTS- Punkte)	Art der Lehrveranstaltungen 1)	Art und Dauer in Minuten	Zulas- sungs- voraus- setzungen 1)	Endnoten- bildende studienbe- gleitende Leistungs- nachw.1)	Ergänzende Regelungen
Modul F / Darstellung:								
F1	Rhetorik	2	3	SU/Ü/Pr/S	-	-	Präs	
F2	Dokumentation	2	3	SU/Ü/Pr/S	-	-	LN	
Modul G / Wirtschaft:								
H	Unternehmensführung und -gründung	4	5	SU/Ü/Pr/S	KL	LN	-	
Modul H / Masterarbeit:								
G	Masterarbeit	-	13	MA	Präs	C1, C2	MA	GewE 26
	Summe	48	90					

1) Das Nähere wird im Studienplan festgelegt