

<b>Fach</b>	<b>Media Management</b>
<b>Abschlussgrad</b>	Bachelor of Arts
<b>Hochschule</b>	Rheinische Fachhochschule Köln gGmbH
<b>Datum der Erstakkreditierung</b>	10.10.2005 (AQAS)
<b>Datum der Reakkreditierung</b>	17.08.2010
<b>Dauer der Reakkreditierung</b>	30.09.2017
<b>Start des Studienbetriebs</b>	Wintersemester 2007/08
<b>Kategorisierung</b> <small>(nur für Masterstudiengänge relevant)</small>	<input type="checkbox"/> konsekutiv <input type="checkbox"/> nicht-konsekutiv <input type="checkbox"/> weiterbildend
<b>Akkreditiert als Teil eines Mehrfächerstudiengangs?</b>	<input type="checkbox"/> ja <input checked="" type="checkbox"/> nein
<b>Fakultät/Fachbereich</b>	Fachbereich Medien
<b>Kontakt</b>	Prof. Dr. Martin Gertler Rheinische Fachhochschule Köln gGmbH Tel.: 0221 / 355 33 2970 E-Mail: <a href="mailto:gertler@rfh-koeln.de">gertler@rfh-koeln.de</a>
<b>Auflagen</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Die Auswahlkriterien für die Studiengänge Media Design sind verbindlich festzuschreiben und nach außen transparent zu machen, z.B. als Anlage zur Prüfungsordnung, in einer Auswahlatzung oder in einer Zulassungsordnung.</li> <li>2. Für „Media Design“ ist ein Konzept zur Sicherung eines einheitlichen wissenschaftlichen Niveaus vorzulegen, um das Qualifikationsziel „Befähigung zum wissenschaftlichen Arbeiten“ erreichen zu können. Entsprechende Maßnahmen sollten auch curricular verankert werden.</li> <li>3. Die Modulbeschreibungen müssen allen Studierenden frei zugänglich gemacht werden (z. B. über das Intranet der Hochschule)</li> <li>4. Es ist sicherzustellen, dass allen Studierenden gemäß den Vorgaben der KMK gemeinsam mit dem Zeugnis ein Diploma Supplement ausgehändigt wird.</li> <li>5. Die Hochschule muss nachweisen, dass sie eine regelmäßige, auf Lehrveranstaltungsebene angelegte Evaluation systematisch vorsieht und umsetzt.</li> </ol>
<b>Auflagen erfüllt?</b>	

### **Profil des Studiengangs**

Der Studiengang Media Management beinhaltet betriebswirtschaftliche Inhalte mit definierten Anwendungsfeldern. Er ist interdisziplinär ausgerichtet und berücksichtigt neben den allgemeinen wirtschaftswissenschaftlichen Modulen medienökonomische, medienrechtliche, kommunikations-wissenschaftliche und produktionstechnische Module. Die Leitidee des Studiengangs besteht in einer breiten Ausbildung, die auf die Arbeitsfelder der medialen Wertschöpfungskette ausgerichtet ist und die werbetreibende Industrie, die Kommunikationsagenturen und Medienunternehmen wie Verlage, Rundfunk und Internetunternehmen einbezieht.

Die Zugangsvoraussetzungen für die Studiengänge entsprechen den formalen Zugangsvoraussetzungen für das Studium an Fachhochschulen. Außerdem wird ein Vorpraktikum im Umfang von mindestens zwölf Wochen vorausgesetzt; davon müssen sechs Wochen vor Aufnahme des Studiums erbracht werden. Das Curriculum Media Management beinhaltet in den ersten beiden Semestern Grundlagenveranstaltungen aus den Wirtschaftswissenschaften, dem Rechnungswesen, der Medienökonomie und der Mediengestaltung. Dazu kommen Veranstaltungen des Moduls Studium Generale. Im zweiten Studienjahr finden verschiedene Praxisprojekte statt, die (in der Vollzeitvariante des Studiengangs) durch medienpraktische Kenntnisse in den Bereichen Web, Print, Audio und Video ergänzt werden. Dazu kommen die Module Recht und Wirtschaftsinformatik sowie ein Modul zu Mediennutzung und -wirkung. Im letzten Studienjahr erfolgt durch eine entsprechende Kombination von Wahlpflichtmodulen eine Studienschwerpunktwahl. Das Studium schließt mit der Bachelorthesis und einem Kolloquium im 6. Semester ab.

Die AbsolventInnen werden bei Rundfunksendern, Produktionsunternehmen, Verlagen aus der Zeitungs-, Zeitschriften- und Buchbranche, Internetunternehmen, Game-Industrie, Kommunikationsagenturen und werbetreibender Industrie bis zu Telekommunikationsunternehmen tätig.

### **Zusammenfassende Bewertung**

Der Studiengang entspricht dem nationalen Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse; die Ziele sind überzeugend formuliert und transparent dargestellt.

Das Curriculum ist ambitioniert und zielführend, die Lehrveranstaltungen bauen sinnvoll aufeinander auf.

Der Praxisbezug der Lehre wird durch intensive Kontakte mit Betrieben und Verbänden sowie die Durchführung von Projekt- und Abschlussarbeiten sichergestellt, welches einem anwendungsorientierten Bachelor-Studium entspricht.

Es ist vor allem zu erwähnen, dass die Anlage von sehr generalisierten Studiengängen den Studierenden die Möglichkeit offeriert, sich auf einem sehr dynamischen Arbeitsmarkt entsprechend zu orientieren und zu etablieren. Die Schwerpunktbildungen lassen den Studierenden die Möglichkeit, sich medienübergreifend zu positionieren. Die Befähigung, eine qualifizierte Beschäftigung aufzunehmen wird durch einen breiten Aufbau an Kenntnissen und Qualifikationen im Bereich von

**Mitglieder der  
Gutachtergruppe**

**Verfahrensnummer AQAS**

Medienwirtschaft und Mediendesign und durch praktische Vorbereitung auf Medienprojekte durch eigens dazu konzipierte Praxisprojektphasen als Module befördert. Die fokussierten Einsatzgebiete der Absolventen/innen der Studiengänge in betriebswirtschaftlichen Kernbereichen privater und öffentlicher Unternehmen sowie in allen Medienfeldern sind sehr realistisch, da diese Unternehmen einen hohen Bedarf nach gut qualifizierten Akademikern mit „Medienhintergrund“ aufweisen.

Die Beratung und Betreuung der Studierenden ist durch kleine Gruppengrößen als sehr gut zu bewerten.

**Prof. Dr. Mike Friedrichsen**, Hochschule der Medien, Stuttgart, Professor für Media Economics and Media Business

**Prof. Dr. Ulrich Nikolaus**, Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig (FH), Professor für multimediales Publizieren und Kommunikationsdesign

**Prof. Dr. Christoph Schmidt**, Deutsche Welle / DW-Akademie (Vertreter der Berufspraxis)

**Olga Grischtschenko**, Studentin der Hochschule für Gestaltung Schwäbisch Gmünd (Studentische Gutachterin)

50100