

Fach

Sport, Medien und Kommunikationsforschung

Abschlussgrad

Master of Arts

Hochschule

Deutsche Sporthochschule Köln

Datum der Akkreditierung

20.8.2007

Dauer der Akkreditierung

30.9.2012

Start des Studienbetriebs

Wintersemester 2008/09

Kategorisierung

(nur für Masterstudiengänge relevant)

konsekutiv nicht-konsekutiv weiterbildend

**Akkreditiert als Teil eines
Mehrfächerstudiengangs?**

ja nein

Fakultät/Fachbereich

Fachbereiche 1-3

Kontakt

Prof. Dr. T. Schierl, Dr. Bruns
schierl@dshs-koeln.de, bruns@dshs-koeln.de

Auflagen

1. Die Hochschule muss eine Zuordnung von qualifizierten Lehrenden zu den Modulen vorlegen, und zwar für den gesamten Studienverlauf.
2. Die vorgelegten Modulkataloge und –beschreibungen müssen hinsichtlich Verzahnung und Angabe der Prüfungsformen ergänzt werden.

Auflagen erfüllt?

Die Auflagen wurden umgesetzt.

Profil des Studiengangs

Der Masterstudiengang „Sport, Medien und Kommunikationsforschung“ wird aufgrund eines gestiegenen wissenschaftlichen Interesse an Fragen der Sportkommunikation sowie an einer verstärkten Nachfrage nach kommunikationswissenschaftlicher Expertise auf dem sportbezogenen Arbeitsmarkt eingerichtet. Der Studiengang legt seinen Schwerpunkt auf den Bereich der empirischen Kommunikationsforschung. Er verbindet die Inhaltsbereiche der Kommunikationstheorie, Medienökonomie, Medienpsychologie und Mediensoziologie in einer Weise, die sowohl akademisch-wissenschaftlichen als auch außerwissenschaftlichen-wirtschaftsbezogenen Ansprüchen genügen soll. Ein Teil der Veranstaltungen wird in Englisch angeboten.

Zum Studiengang werden Absolventinnen und Absolventen der folgenden Studiengänge mit einer Abschlussnote von 2,0 oder besser, zugelassen: Bachelor-Studiengang „Sportmanagement und Kommunikation“ an der Deutschen Sporthochschule, Studiengänge der Fachrichtung Kommunikations-, Medien- und Publizistikwissenschaft, sportbezogene Bachelor-Studiengänge.

Der Studiengang besteht aus neun Modulen, einem sechswöchigen Forschungspraktikum sowie der abschließenden Master-Arbeit (30 Credits). Als Module müssen absolviert werden: Wissenschaftliches

**Zusammenfassende
Bewertung**

Arbeiten I und II, Kommunikationsforschung I und II, Medienpsychologie, Mediensoziologie, Medientheorien, Medien und Sport sowie Ökonomie mit Schwerpunkt Medienökonomie / Marketing.

Als Berufsfelder werden, neben Hochschulen und Forschungseinrichtungen, PR-Abteilungen von Sportorganisationen, Verlage und Rundfunkanstalten, Werbe- und Mediaagenturen, Sportartikelhersteller sowie Marktforschungsinstitutionen gesehen.

Der Studiengang hat eine klare kommunikationswissenschaftliche Ausrichtung mit quantitativ empirischer Prägung und medienökonomischen Begleitmodulen. Diese Inhalte werden besonders auf die Anwendung im Sportbereich bezogen. Das Profil ist eindeutig forschungsorientiert und viel versprechend. Betont wird die Kommunikationsanalyse ebenso wie Kommunikationsgestaltung und kommunikationsstrategisches Handeln, beides wird speziell auf Vorgänge im Sportbereich abgestimmt.

Der Studiengang verspricht einen guten Einstieg in die Berufsfelder des Sportjournalismus, Sportkommunikation/-marketing oder auch in die kommerzielle oder akademische Forschung.

Im Curriculum wird die Kommunikationswissenschaft in ihrer ganzen Breite abgedeckt und sportspezifisch aufbereitet. Die Lernziele und Lehrinhalte entsprechen aus fachlicher Sicht dem State of the Art der Disziplin und sind durchaus konkurrenzfähig zu anderen Masterangeboten im Fach. Die sportspezifische Anbindung sorgt hier für das Alleinstellungsmerkmal. Auf dieses Modul sollte daher bei der Umsetzung besonderes Augenmerk gelegt werden.

Die Verteilung der Credits, des Workloads und der Prüfungsanforderungen über die Module hinweg erscheint stimmig und gelungen, der Studiengang erscheint gut strukturiert und studierbar. Dennoch wird die Studierbarkeit wesentlich dadurch beeinflusst werden, welche Arten von Prüfungsformen letztendlich auf den Modulkatalogen verankert werden.

Die vorgelegten Modulkataloge und –beschreibungen benötigen eine redaktionelle Bearbeitung hinsichtlich Verzahnung und Angabe der Prüfungsformen. Die Berechnung des Workloads erscheint schlüssig.

**Mitglieder der
Gutachtergruppe**

Prof. Dr. Gregor Daschmann, Johannes-Gutenberg-Universität Mainz, Institut für Publizistik

Prof. Dr. Wolfgang Maennig, Universität Hamburg, Department Wirtschaftswissenschaften

Stefan Ludwig, Deloitte & Touche GmbH, Düsseldorf (Vertreter der Berufspraxis)

Frank Hemmerling, Universität Jena (studentischer Vertreter)

Verfahrensnummer AQAS

20083