

<b>Fach</b>	<b>Medien- und Kommunikationsmanagement in Unternehmen mit der Vertiefungsrichtung „Kommunikationsgestaltung“</b>
<b>Abschlussgrad</b>	Master of Arts
<b>Hochschule</b>	SRH Hochschule Calw gGmbH
<b>Datum der Akkreditierung</b>	19.11.2007
<b>Dauer der Akkreditierung</b>	30.09.2013
<b>Start des Studienbetriebs</b>	Wintersemester 2005/2006
<b>Kategorisierung</b> (nur für Masterstudiengänge relevant)	<input checked="" 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- und Kommunikation
<b>Kontakt</b>	Prof. Dr. Christof Fasel Tel.: 0 70 51 / 92 03 61 Email: cf@christoph-fasel.de
<b>Auflagen</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Die Module sind in struktureller und inhaltlicher Hinsicht zu überarbeiten.</li> <li>2. Die Hochschule muss sicherstellen, dass aktuelle Fachliteratur beschafft wird. Insbesondere die Standardwerke sollten in für die Studierenden ausreichender Zahl vorhanden sein. Weiterhin ist sicherzustellen, dass die Abonnements nicht ausschließlich Publikumszeitschriften, sondern auch Fachtitel beinhalten.</li> <li>3. Die spezifischen Teile der Vertiefungsrichtung müssen ausgebaut und im Modulhandbuch deutlicher gemacht werden.</li> </ol>
<b>Auflagen erfüllt?</b>	Ja.
<b>Profil des Studiengangs</b>	<p>Innerhalb des Studiengangs wird die Vertiefungsrichtung „Kommunikationsgestaltung“ angeboten. Der Masterstudiengang ergänzt auf diese Weise die ebenfalls an der Hochschule angebotene grundständige Bachelorausbildung in Richtung eines beruflichen Profils. Die Kompetenzen der Studierenden sollen in den Bereichen selbständige Organisation und Entscheidungsfindung im Unternehmen ausgebildet werden. Dadurch sollen sie sich für die rasche Übernahme von Führungspositionen qualifizieren. Studierende der Vertiefungsrichtung Verbraucher- und Wirtschaftsjournalismus sollen die Fähigkeit entwickeln, komplexe Verbraucher- und Wirtschaftsthemen verständlich zu vermitteln und sich dadurch besonderes für eine selbstständige Tätigkeit, aber auch für Führungsaufgaben in Redaktionen und den Medien qualifizieren.</p> <p>Das Studienangebot vertieft die betriebswirtschaftlichen Kenntnisse mit dem Schwerpunkt Content Management, dazu kommt das Thema Kommunikationsgestaltung. Der Studiengang gliedert sich in drei</p>

Studienabschnitte. Dabei sollen insbesondere Kenntnisse in den Kernbereichen allgemeine und angewandte BWL und VWL, Content Management, Kommunikationsgestaltung, betriebliches Rechnungswesen und Grundlagen der Wirtschaftsinformatik sowie gute Englischkenntnisse vermittelt werden. Der Studiengang verbindet komprimierte Wissensvermittlung mit einer interaktiven Erarbeitung der erlernten Inhalte in Form einer studienabschnittübergreifenden Unternehmensführung in einer Langzeitsimulation, die sich als verbindendes Element durch die gesamte Master-Phase zieht. Zur praxisnahen Vermittlung der Inhalte werden hierbei der Aufbau, die Entwicklung und die sachgerechte Liquidation eines Übungsunternehmens simuliert. In der Vertiefungsrichtung Kommunikationsgestaltung stehen insbesondere Fragen der Finanzkommunikation, Unternehmensnachfolge, ErbSt, Internationales Recht, Steuerrecht und spezielle Fragen der PR auf dem Lehrplan.

Das Masterstudium ist im „Calwer-Master-Modell“ organisiert, bei dem die drei beschriebenen Studienabschnitte innerhalb von 14 Monaten absolviert werden. Nach Abzug der verkürzten Ferien ergibt sich für jeden Studienabschnitt eine Zeitdauer von maximal 15 Wochen. Durch die Modularisierung des Studiengangs ist es ebenso möglich, den Master in zwei Jahren abzuschließen.

Zugangsvoraussetzung für ist ein überdurchschnittlich abgeschlossenes Hochschulstudium (Bachelor oder Diplom) an einer Hochschule mit wirtschaftswissenschaftlicher Grundausbildung. Zusätzlich durchlaufen die Bewerber/innen auch hier einen Auswahlprozess – der Dekan entscheidet anhand von Abschlussnote, Lebenslauf, Berufsausbildung und Praktika und bei externen Bewerbern/innen zusätzlich auf Grundlage eines Bewerbungs- und Beratungsgesprächs.

#### **Zusammenfassende Bewertung**

Stärken des Studienangebots sind die deutliche Anwendungsorientierung und die Ausrichtung auf Berufsbilder, in denen vor allem Kommunikationskompetenzen gefordert sind. Dies wird auf dem Arbeitsmarkt nachgefragt.

Curriculare Stärken sind die Langzeitsimulation einer Unternehmensentwicklung und das projektorientierte Arbeiten, in dem Schnittstellenkompetenzen erworben werden können. Eine Schwäche ist es aber, dass aus dem Curriculum nicht klar genug hervorgeht, inwieweit wirklich eine Spezialisierung erfolgt. Die spezifischen Teile für die einzelnen Vertiefungsrichtungen müssen ausgebaut werden und im Modulhandbuch deutlicher gemacht werden.

Die Lehrveranstaltungen werden überwiegend praxisorientiert in kleinen Gruppen abgehalten, die Lehrenden legen Wert auf Interaktion mit den Studierenden. Die Gruppenstruktur bleibt in der Regel für die Dauer des Studiums erhalten, so dass die Projekte in festen Gruppen absolviert werden können. Das Calwer Intensivmodell wurde von den im Rahmen der Begehung befragten Studierenden positiv bewertet, die Arbeitsbelastung erscheint nicht als zu hoch. Das Modell erscheint insgesamt studierbar. Die Hochschule sollte darauf achten, dass das Studium im Regelfall innerhalb der Regelstudienzeit beendet werden kann.

#### **Mitglieder der Gutachtergruppe**

Prof. Dr. Gerhard Vowe, Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf  
Prof. Dr.-Ing. Robert J. Wierzbicki, Hochschule Mittweida,  
Tanja Figge, M.A., GILDEMEISTER AG, Bielefeld  
Panos Zarkadakis, Studentischer Gutachter

