

**Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang  
Design- und Kommunikationsstrategie an der Hochschule Augsburg  
vom 20. Mai 2014**

Aufgrund von Art. 13 Abs. 1 Satz 2, Art. 61 Abs. 2 Satz 1 des Bayerischen Hochschulgesetzes (BayHSchG) vom 23. Mai.2006 BayRS 2210-1-1-WFK i.V.m. § 1 Abs. 2 der Rahmenprüfungsordnung für die Fachhochschulen vom 17. Oktober 2001 (BayRS 2210-4-1-4-1-WFK) erlässt die Hochschule für angewandte Wissenschaften Augsburg (im Weiteren: Hochschule Augsburg) folgende Satzung:

**§ 1**

**Zweck der Studien- und Prüfungsordnung**

<sup>1</sup>Diese Studien- und Prüfungsordnung regelt den Ablauf des Studiums für den Masterstudiengang Design- und Kommunikationsstrategie. <sup>2</sup>Sie dient der Ausfüllung und Ergänzung der Rahmenprüfungsordnung für die Fachhochschulen vom 17. Oktober 2001 (BayRS 2210-4-1-4-1-WFK) und der Allgemeinen Prüfungsordnung der Fachhochschule Augsburg vom 1. August 2007 in den jeweils gültigen Fassungen. <sup>3</sup>Diese Studien- und Prüfungsordnung bildet auch die rechtliche Grundlage für mögliche Kooperationen mit in und ausländischen Partnerhochschulen im Rahmen des Masterstudienganges Design- und Kommunikationsstrategie.

**§ 2**

**Studienziel**

<sup>1</sup>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.

<sup>2</sup>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.

<sup>3</sup>Die Lehrkonstellation des Master-Studiengangs ist sowohl wissenschaftlich und künstlerisch als auch forschungs- und praxisorientiert ausgerichtet und profiliert insbesondere die Gestalterpersönlichkeit.

<sup>4</sup>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.

<sup>5</sup>Das Studium gibt dem Absolventen die Fähigkeit, wissenschaftlich empirisch vorzugehen, Zusammenhänge zu erforschen, zu analysieren und in Resultate zu vereinen. <sup>6</sup>Gegenüber vorausgesetzten Studiengängen wird der Absolvent mehr den Unterschied zwischen subjektiver- und zielgruppenorientierter Gestaltung erkennen und dann zu effektiveren Ergebnissen gelangen. <sup>7</sup>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. <sup>8</sup>Des Weiteren besitzt der Absolvent künstlerische Kompetenz, um die Schnittstelle von Design und Kunst direkt und indirekt zu verbinden.

<sup>9</sup>Durch die spezielle Studienstruktur ist der Masterabsolvent in der Lage, »Raum« zu schaffen für zukunftsorientierte- und experimentelle Unterfangen im ästhetisch informativen Umfeld. <sup>10</sup>Das Studium fördert u. a. aufgrund der Workshops im besonderen Maße Kreativität und Mut.

<sup>11</sup>Die Teamfähigkeit wird im Masterseminar gefördert, um die notwendige Kooperationsbereitschaft zu erhöhen. <sup>12</sup>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.

<sup>13</sup>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 entsprechend 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:

1. Masterprojekt mit Masterseminar im ersten und zweiten Semester,
2. begleitende Lehrveranstaltungen, Workshops und Seminare im ersten, zweiten und dritten Semester,
3. sowie die Masterarbeit im dritten Semester.

(3) <sup>1</sup>Die Studierenden wählen zur Betreuung und Bewertung ihrer Masterprojekte und ihrer Masterarbeit je zwei Hochschullehrer, wobei einer hauptamtlich der Fakultät für Gestaltung der Hochschule Augsburg angehören muss. <sup>2</sup>Die Themen der Masterprojekte werden vom Studierenden gewählt und müssen von den jeweiligen Betreuern genehmigt werden. <sup>3</sup>Im begleitenden Masterseminar wird der Stand der Projektarbeit der gesamten Studiengruppe regelmäßig vorgestellt und durch gemeinsame studienbegleitende Aktivitäten ergänzt.

(4) Die Zuordnung der Module bzw. Teilmodule zu den Studiensemestern, die Definition der fachlichen Inhalte der Module im Einzelnen und deren Gliederung, der Umfang der mit den Modulen und Teilmodulen assoziierten Semesterwochenstunden bzw. ECTS Kredit Punkten sowie die Vorgabe von Regeln für die Möglichkeit einer Auswahl unter den angebotenen Wahl- und Wahlpflichtmodule erfolgt in einem Studienplan (§ 6).

### **§ 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 Kredit 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 konzeptioneller, gestalterischer und künstlerischer Kompetenzen.

(2) <sup>1</sup>Bewerber, die einen Abschluss gemäß Ziff. 1 mit weniger als 210 ECTS Kredit Punkten, aber mindestens 180 ECTS Kredit Punkten erworben haben, können zur Eignungsprüfung zugelassen werden. <sup>2</sup>Nach bestandener Eignungsprüfung haben sie die Differenz zu den erforderlichen 210 ECTS Kredit Punkten innerhalb des ersten Jahres nach der Immatrikulation ihres Master-Studiums durch Nachqualifikation zu erwerben; die Immatrikulation erfolgt insoweit unter Vorbehalt. <sup>3</sup>Die Prüfungskommission legt fest, welche Lehrveranstaltungen der jeweilige Bewerber zur Nachqualifikation erfolgreich absolvieren muss. <sup>4</sup>Die Masterprüfung ist erst bestanden, wenn die im Rahmen der Nachqualifikation zu erwerbenden Leistungspunkte nachgewiesen sind.

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

### **§ 5 Module, Teilmodule und Leistungsnachweise**

(1) <sup>1</sup>Der Studiengang ist in Module untergliedert. <sup>2</sup>Ein Modul fasst ein oder mehrere Pflicht- oder Wahlpflichtmodule eines abgrenzbaren Stoffgebietes fachlich zu einer in sich geschlossenen Einheit zusammen.

(2) Die Module, Teilmodule, ihre Stundenzahl, die Art der Lehrveranstaltung, die Prüfungen und studienbegleitende Leistungsnachweise sind in der Anlage 1 zu dieser Studien- und Prüfungsordnung festgelegt.

(3) Alle Module sind entweder Pflichtmodule, Wahlpflichtmodule oder Wahlmodule.

1. Pflichtmodule sind die Module eines Studiengangs, die für alle Studenten verbindlich sind.

2. Wahlpflichtmodule sind die Module, 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 Module werden wie Pflichtmodule behandelt.
3. Wahlmodule sind Module, 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 Teilnahmepätzen 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:
  1. Die Aufteilung der Leistungspunkte und Semesterwochenstunden je Modul und Studiensemester,
  2. die Wahlpflichtmodule mit Semesterwochenstundenzahl und ECTS Kredit Punkten,
  3. die Lehrveranstaltungsart in den einzelnen Modulen, soweit sie nicht in der Anlage 1 festgelegt wurden,
  4. Art und Dauer von Prüfungen einschließlich den zugehörigen Zulassungsvoraussetzungen und von endnotenbildenden studienbegleitenden Leistungsnachweisen,
  5. die Studienziele und -inhalte der einzelnen Module,
  6. nähere Bestimmungen zu den Leistungs- und Teilnahmenachweisen.

## **§ 7 Prüfungskommission**

(1) <sup>1</sup>Für den Masterstudiengang Design- und Kommunikationsstrategie wird vom Fakultätsrat eine Prüfungskommission mit ihrer Vorsitzenden oder ihrem Vorsitzenden bestellt. <sup>2</sup>Die Prüfungskommission besteht aus fünf hauptamtlichen Lehrpersonen des Studiengangs.

(2) <sup>1</sup>Die Prüfungskommission entscheidet mit Stimmenmehrheit. <sup>2</sup>Bei Stimmengleichheit entscheidet die Stimme des vorsitzenden Mitglieds. <sup>3</sup>Die Prüfungskommission ist beschlussfähig, wenn die Mehrheit der Mitglieder anwesend ist.

(3) Der Prüfungskommission obliegen auch die Aufgaben der Vorbereitung und Durchführung der Eignungsprüfung, mit der die künstlerische Begabung und die Eignung für den Masterstudiengang Design- und Kommunikationsstrategie nachgewiesen wird.

## **§ 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) <sup>1</sup>Jeder Student muss seine Masterarbeit persönlich hochschulöffentlich präsentieren und erläutern. <sup>2</sup>Die Qualität der Präsentation fließt in die Bewertung mit ein.

(5) <sup>1</sup>Der theoretische Teil der Masterarbeit ist in analoger und digitaler Form abzugeben. <sup>2</sup>Die Prüfungskommission 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 ECTS Kredit Punkte 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) <sup>1</sup>Die Prüfungsgesamtnote wird durch gewichtete Mittelung der Fachnoten bestimmt. <sup>2</sup>Dabei werden die Module bzw. Teilmodule einschließlich der Masterarbeit gemäß den ECTS Kredit Punkten der Spalte 4, Anlage 1 gewichtet, soweit in Spalte 9 keine abweichende Regelung getroffen ist.

## **§ 11**

### **Akademischer Grad, Abschlusszeugnis**

(1) Die Hochschule 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 ausgestellt.

(3) Im Abschlusszeugnis werden für alle Module bzw. Teilmodule, die erzielten Bewertungen und die ECTS Kredit Punkte aufgeführt.

(4) Im Abschlusszeugnis wird der Titel der Masterarbeit ausgewiesen.

## **§ 12**

### **Inkrafttreten, Übergangsbestimmungen**

(1) Die Studien- und Prüfungsordnung tritt am 01. Oktober 2014 in Kraft.

(2) Sie gilt für Studierende, die ihr Studium in diesem Studiengang ab dem Wintersemester 2014/2015 aufnehmen.

(3) <sup>1</sup>Studierende, welche ihr Studium vor dem Wintersemester 2014/2015 aufgenommen haben, können auf Antrag in die ab dem 01. Oktober 2014 geltende Studien- und Prüfungsordnung wechseln. <sup>2</sup>Die Prüfungskommission kann im Benehmen mit dem Prüfungsausschuss besondere Regelungen für die Leistungsnachweise und Prüfungen treffen, soweit dies zur Vermeidung von Härten im Zusammenhang mit der Neuordnung der Ausbildung notwendig ist.

(4) Im Übrigen tritt die Studien- und Prüfungsordnungen für den Masterstudiengang Design und Kommunikationsstrategie an der Hochschule Augsburg vom 14. Februar 2007 außer Kraft, wenn und soweit sie keine Anwendung mehr finden.

Ausgefertigt auf Grund des Beschlusses des Senats der Hochschule Augsburg vom 20. Mai 2014 und der Genehmigung des Präsidenten der Hochschule Augsburg vom 18. Juni 2014.

Augsburg, 18. Juni 2014

Prof. Dr. H.-E. Schurk  
Präsident

Die Satzung wurde am 18. Juni 2014 in der Hochschule Augsburg niedergelegt. Die Niederlegung wurde am 18. Juni 2014 durch Anschlag in der Hochschule bekannt gegeben. Tag der Bekanntmachung ist daher der 18. Juni 2014.

#### Erläuterung der Abkürzungen:

GewE	Gewicht der Endnote für die Prüfungsgesamtnote
K	Lehrveranstaltungsform „Kolloquium“
Ln	Leistungsnachweis
MT	Masterthesis
Pr	Lehrveranstaltungsform „Praktikum“
Präs	Präsentation
S	Lehrveranstaltungsform „Seminar“
StA	Studienarbeit: wird semesterbegleitend sowohl während des Unterrichts, als auch selbständig zu Hause angefertigt
Su	Lehrveranstaltungsform „seminaristischer Unterricht“
Ü	Lehrveranstaltungsform „Übung“
V	Lehrveranstaltungsform „Vorlesung“

# Anlage 1: Übersicht über die Module, Teilmodule, Prüfungen und Leistungsnachweise des Masterstudiengangs *Design- und Kommunikationsstrategie* an der Hochschule Augsburg

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Modul-Nr.	Modul/Teilmodul	SWS	ECTS Kredit Punkte	Art der Lehrveranstaltung 1)	Prüfungen 1)		Endnoten-bildende-studienbe-gleitende Leistungs-nachweise	Ergänzende Regelungen
					Art und Dauer	Zulassungs-vorausset-zungen		
<b>Modul A Kommunikationsstrategie</b>								
A1	Strategische Planung	4	5	Su, S, Ü, Pr			StA	
A2	Mediensysteme	4	5	Su, S, Ü, Pr			StA	
A3	Mensch, Gesellschaft, Kommunikation	4	5	Su, S, Ü, Pr			StA	
A4	Unternehmen, Produkt, Kommunikation	4	5	Su, S, Ü, Pr			StA	
<b>Modul B Masterseminar</b>								
B1	Masterseminar 1	4	4	Su, S, K	Präs			
B2	Masterseminar 2	4	4	Su, S, K	Präs			
<b>Modul C Masterprojekt</b>								
C1	Masterprojekt 1		9				StA	
C2	Masterprojekt 2		9				StA	
<b>Modul D Workshops</b>								
D1	Workshop 1	3	3	Su, S, Ü, Pr	Ln			
D2	Workshop 2	3	3	Su, S, Ü, Pr	Ln			
D3	Workshop 3	3	3	Su, S, Ü, Pr	Ln			
D4	Workshop 4	3	3	Su, S, Ü, Pr	Ln			
<b>Modul E Kultur und Sprache</b>								
E1	Kulturtheorie	2	3	Su, S, Ü, Pr	Ln			
E2	Sprachwissenschaft	2	3	Su, S, Ü, Pr	Ln			
<b>Modul F Darstellung</b>								
F1	Rhetorik	2	3	Su, S, Ü, Pr	Präs			
F2	Dokumentation	2	3	Su, S, Ü, Pr	Ln			
<b>Modul G Wirtschaft</b>								
G	Unternehmensführung und -gründung	4	5	V, Su, S, Ü, Pr	Ln			
<b>Modul H Masterarbeit</b>								
H	Masterarbeit		15		MT+ Präs	Modul C1 oder C2		Gemeinsame Modulendnote, GewE 26

1) Das Weitere regelt der Studienplan.