

Gemäß § 10 Abs. 6 der Grundordnung der Mediadesign Hochschule für Design und Informatik in der 10. Fassung vom 14.04.2021 erlässt der Akademische Senat in seiner Sitzung am 14.12.2021 die folgende Studien- und Prüfungsordnung für den konsekutiven Master-Studiengang Design Management (Master of Arts):

Diese Ordnung tritt nach ihrer Veröffentlichung auf der Homepage der Hochschule in Kraft.

Datum der Veröffentlichung: 18. Februar 2022

Inhaltsverzeichnis

§ 1	Geltungsbereich.....	2
§ 2	Akademischer Grad und Studienziel.....	2
§ 3	Regelstudienzeit, Gliederung des Studiums und ECTS.....	4
§ 4	Zugangs- und Zulassungsvoraussetzungen	5
§ 5	Prüfungsmodule und Studienplan.....	5
§ 6	Sprache	6
§ 7	Abschlussprüfung	6
§ 8	Abschlusszeugnis, Gesamtprädikat und Master-Urkunde	6
§ 9	In-Kraft-Treten	7
Anlage 1 zu § 5	Prüfungsmodule im Studiengang Design Management (M.A.)	8
Anlage 2 zu § 5	Studienplan des Studiums Design Management (M.A.).....	9
Anlage 3	Zeugnis	10
Anlage 4	Urkunde	12
Anlage 5	Diploma Supplement (in Deutsch und Englisch).....	14
Anlage 6	Transcript of Records.....	25

Vorbemerkung zum Sprachgebrauch

Nach Artikel 3 Abs. 2 des Grundgesetzes sind Frauen und Männer gleichberechtigt. Alle maskulinen Personen- und Funktionsbezeichnungen in dieser Satzung beziehen sich in gleicher Weise auf Frauen und Männer.

§ 1 Geltungsbereich

Diese Ordnung gilt nach In-Kraft-Treten für alle Studierende, die in dem Vollzeit-Master-Studiengang „Design Management“ (Master of Arts) an der Mediadesign Hochschule für Design und Informatik (MD.H) eingeschrieben sind oder sich auf diesen Studiengang bewerben. Ergänzt wird sie durch die allgemeinen Ordnungen der Hochschule in ihrer jeweils gültigen Fassung, insbesondere der Grundordnung der MD.H (GO), der Zulassungsordnung der MD.H (ZO) sowie der allgemeinen Studien- und Prüfungsordnung für Bachelor- und Master-Studiengänge der MD.H (ASPO).

§ 2 Akademischer Grad und Studienziel

- (1) Der Master-Grad wird als weiterer akademischer Abschluss verliehen. Mit dem Studienabschluss wird festgestellt, dass der Absolvent über die erforderlichen Kenntnisse und Fähigkeiten des Studienfachs verfügt, die Zusammenhänge des Faches versteht und in der Lage ist, wissenschaftliche Methoden und Erkenntnisse richtig anzuwenden, einzuordnen und auch kritisch zu bewerten. Der Master-Grad stellt eine Qualifikation dar, die mit Master-Graden von ausländischen Hochschulen vergleichbar ist und damit zur internationalen Mobilität der Kandidaten beiträgt
- (2) Auf Grund der bestandenen Masterprüfung wird der akademische Grad „Master of Arts“ („M.A.“) verliehen.
- (3) Der Master-Studiengang „Design Management (M.A.)“ richtet sich an Studierende, welche Führungsaufgaben im Bereich Design und Innovation in nationalen wie internationalen Agenturen und Unternehmen wahrnehmen werden und welche Design als strategisches Schlüsselement für Kundenzentriertheit und Wertschöpfung betrachten.

Im Rahmen des Masterstudiums erwerben und vertiefen die Studierenden ihre Kenntnisse in Managementdisziplinen sowie human-centered Designansätzen und erweitern ihre konzeptionellen, wissenschaftlich-methodischen und praxisorientierten Kompetenzen.

Ziel des Studiengangs ist es, die Absolventen auf Managementpositionen vorzubereiten, um auf strategischer und operativer Ebene kompetitive Design- und Innovationsvorhaben zu initiieren und managen.

Die Studierenden sind durch ihre ganzheitliche, nutzerzentrierte und agile Sicht- und Denkweise sowohl in der Lage, auf der Strategieebene kompetitive Design- und Innovationsvorhaben zu planen, als auch auf der Ebene der Implementierung solche innovativen Services und Produkte zu entwickeln und umzusetzen, die Marken für die Zukunft stärkt. Der Studiengang soll eine Persönlichkeit ausbilden, die in Unternehmen nutzerzentriert, agil, interdisziplinär und ganzheitlich denkt und agiert und nachhaltig operiert.

Die Absolventen besitzen nach dem aktuellen Stand von Lehre und Forschung in ihrem Fachgebiet folgende Fachkenntnisse und Kompetenzen:

Sie haben (Fachkenntnisse)

- Kenntnisse über den Einsatz von innovativen und nutzerzentrierten Methoden und Prozessen in Design und Innovationsmanagement.
- ein grundlegendes Verständnis für strategische und operative betriebswirtschaftliche Zusammenhänge in der Entwicklung von digitalen und UX zentrierten Geschäftsmodellen.

- grundlegende Kenntnisse in der Führung von Mitarbeitern und Teams in Kreativ- und Veränderungsprozessen.
- umfangreiche Kenntnisse im Management von Design-, Kreativ- und Innovationsprojekten.
- Kenntnisse in human centered Brand- und Marketing Management, um innovative Produkte und Services am Markt zu implementieren und zu kommunizieren.
- Kenntnisse zu innovativen Trendforschungsmethoden.

Sie sind in der Lage (Fertigkeiten),

- Design-, Kreativ- und Innovationsprozesse im Unternehmen zu initiieren, zu steuern und zu monitoren.
- auf strategischer und operativer Ebene Innovationsvorhaben mit ihrer Fähigkeit zu ganzheitlichem Denken zu planen und umzusetzen.
- innovative Geschäftsmodelle in kompetitive Produkte und Services umzusetzen und diese am Markt zu implementieren.
- Projekte ganzheitlich unter Einsatz von klassischen und agilen Methoden des Projektmanagements zu führen.
- Teamprozesse zu verstehen, zu analysieren und für Design-, Innovations- und Kreativvorhaben gezielt einzusetzen.
- die kulturellen, gesellschaftlichen, ökologischen und ökonomischen Rahmenbedingungen zu verstehen, in den unternehmenskulturellen Kontext zu stellen und in Ökosysteme zu transformieren.
- Kunst, Design und Kultur und deren Einflüsse auf die Unternehmenspraxis zu bewerten und zielführend einzusetzen.
- Problemlösungen in ihrem Fachgebiet zu erarbeiten und selbstständig weiterführende Lernprozesse zu gestalten.
- fachbezogene Positionen und Argumente zu formulieren, Lösungsansätze zu entwickeln und diese argumentativ zu vertreten, sowie den kritischen Diskurs im aktuellen Forschungsumfeld zu betreiben.
- relevante Fachliteratur in wirtschaftlichen und kreativen Bereichen zu identifizieren, zu interpretieren und für die eigene wissenschaftliche Arbeit zu nutzen.

Sie können (Kompetenzen):

- eine ganzheitliche, interdisziplinäre sowie nutzerzentrierte Sicht- und Denkweise in das Unternehmen transportieren.
- Design als Kernelement für Kundenzentriertheit sowie Wertschöpfung betrachten und anwenden.
- die unterschiedlichen Facetten von Design, Innovation und Kreativität erkennen und bewerten.
- Design - und Innovationsvorhaben sowie -prozesse lenken und steuern. Dazu zählt auch das Entwickeln eigener Produkt- und Serviceinnovationen.
- Kreativmethoden in den entsprechenden Unternehmensprozessen gezielt und effektiv einsetzen.
- Markenidentitäten entwickeln, positionieren und crossmedial entlang der Customer Journey kommunizieren.
- Trends erforschen sowie analysieren und Schlussfolgerungen für operative und strategische Managemententscheidungen ziehen.

- interkulturelle Bezüge und Entwicklungen in Design- und Kreativprozesse einsteuern und für das Unternehmen nutzbar machen.
- wissenschaftliche Methoden in der Praxis anwenden und im beruflichen Alltag innovative Entwicklungen umsetzen.
- durch ausreichenden Praxisbezug (Praxisprojekte) ihr Wissen und Verstehen auf ihre Tätigkeit oder ihren Beruf Designmanager unmittelbar in das berufliche Umfeld integrieren und anwenden.
- Projekte effektiv organisieren und durchführen und damit in eine entsprechende Führungsverantwortung hineinwachsen.
- rational begründete Entscheidungen treffen und sich kritisch mit Gegenargumenten auseinandersetzen.
- ganzheitlich und methodisch effiziente Lösungen auch für interdisziplinäre Fragestellungen finden.
- zivilgesellschaftliches Engagement durch Positionierung innerhalb des gesellschaftlich relevanten Forschungsfeldes, beispielsweise durch Engagement in sozialen Netzen, Kooperationen in nachhaltigen Projektmaßnahmen und Veröffentlichungen in entsprechenden Medien und Institutionen wahrnehmen.

§ 3 Regelstudienzeit, Gliederung des Studiums und ECTS

- (1) Das Studium umfasst 3 Semester (Regelstudienzeit). Der Umfang der zur Erlangung des Mastergrades erforderlichen Leistungspunkte beträgt 90 ECTS. Ein Semester umfasst einen Workload von 30 ECTS-Leistungspunkten.
- (2) Die notwendigen Leistungspunkte werden folgendermaßen erworben:
 - Studienbegleitende Module zur Erlangung verschiedener Kompetenzen, die jeweils einem Fachgebiet zugeordnet sind: 65 Leistungspunkte
 - Abschlussprüfung: 25 Leistungspunkte
- (3) Der Studiengang gliedert sich in den studienbegleitenden Modul-Teil und die Abschlussprüfung:
 - a) Die Module des studienbegleitenden Modul-Teils sind jeweils einem der folgenden Fachgebiete zugeordnet:
 - 1 „Innovation & Design“
 - 2 „Human-centered Brands & Marketing“
 - b) Der Studiengang endet mit dem 3. Semester im Rahmen der Masterphase mit der Abschlussprüfung (§ 7).

§ 4 Zugangs- und Zulassungsvoraussetzungen

- (1) Die Zugangs- und Zulassungsvoraussetzungen richten sich nach den Anforderungen des Berliner Hochschulgesetzes in der jeweils gültigen Fassung und sind zudem in der Zulassungsordnung der MD.H (ZO) geregelt.
- (2) Zugangsvoraussetzung ist der berufsqualifizierende Abschluss eines Hochschulstudiums in betriebswirtschaftlichen, geisteswissenschaftlichen oder kreativen Studiengängen.
- (3) Bewerber, die Absolventen eines anderen Studiengangs als auf den in §2 genannten Gebieten sind, können auf Antrag zum Studium zugelassen werden, wenn sie nachweisen, dass sie über Vorkenntnisse, wie sie beim Absolvieren des Bachelor-Studiengangs „Mediadesign (B.A.)“ an der MD.H erworben werden, sowie über einen mindestens gleichwertigen Abschluss verfügen. Über den Antrag, die Durchführung sowie die Prüfung der Vorkenntnisse beschließt der Prüfungsausschuss.
- (4) Studenten, die unter Einbeziehung ihres ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschlusses gemäß der jeweils gültigen Fassung des Berliner Hochschulgesetzes (BerlHG) mit dem Masterabschluss keine 300 ECTS Leistungspunkte erreichen werden, können nach Einzelfallprüfung zum Studium zugelassen werden, wenn sie entsprechende fachlich-inhaltliche Qualifikationen, wie sie beim Absolvieren des Bachelor-Studiengangs „Media Design (B.A.)“ an der MD.H erworben werden, nachweisen. Der Qualifikationsnachweis kann erbracht werden durch:
 1. Anrechnung von Studien- und Prüfungsleistungen, die an einer staatlichen oder staatlich anerkannten Hochschule erbracht worden sind oder
 2. Anrechnung von außerhalb des Hochschulwesens erworbener Kenntnisse und Fähigkeiten.
- (5) Der Prüfungsausschuss ist zuständig für die Überprüfung der Qualifikationsnachweise im Einzelfall. Er beschließt über die Nachweise der Qualifikationen nach Abs. 4 Nr. 1 und Nr. 2.
- (6) Bewerber, die keine 210 ECTS-Punkte bei Beginn des Master-Studiengangs „Design Management (M.A.)“ aufweisen können, aber durch Einzelfallprüfung nach Abs. 4 dennoch zum Studium zugelassen werden, sind schriftlich darüber zu belehren, dass sie nach Abschluss der Master-Abschlussprüfung insgesamt weniger als 300 ECTS-Punkte erworben haben werden.
- (7) Bewerber des Studiengangs „Design Management (M.A.)“ müssen zudem einen „Letter of Motivation“ in englischer Sprache verfassen, in welchem die Gründe für die Entscheidung, den Master-Studiengang „Design Management“ an der MD.H zu studieren, dargelegt werden, um zu dem Studiengang zugelassen zu werden.

§ 5 Prüfungsmodule und Studienplan

- (1) Das Studium besteht aus den in dem Prüfungsplan (Anlage 1) aufgeführten, von den Kandidaten zu belegenden und abzuschließenden Studienmodulen. Der Verlauf des Studiums wird gemäß Studienplan (Anlage 2) durchgeführt.
- (2) Die Studienmodule sind zu Fachgebieten zusammengefasst.
- (3) Bis auf die Abschlussprüfung nach § 7 werden alle Prüfungen studienbegleitend durchgeführt.

- (4) Zur näheren Erläuterung der Lernziele und Lerninhalte in den einzelnen Studienmodulen dienen Modulhandbücher, in denen die fachlichen Mindestanforderungen festgelegt werden.

§ 6 Sprache

- (1) Die Lehrveranstaltungen werden in der Regel in deutscher Sprache abgehalten. Einzelne, mehrere oder Teile von Lehrveranstaltungen können nach Festsetzung durch den Studiengangsleiter in englischer Sprache durchgeführt werden.
- (2) Prüfungen werden in der Regel in deutscher Sprache abgelegt. Setzt ein Studiengangsleiter Englisch als Sprache der Lehrveranstaltung nach Abs. 1 fest, so wird in der Regel auch die zugehörige Modulprüfung in englischer Sprache abgelegt.
- (3) Möchte der Studiengangsleiter von den Regelfällen nach Abs. 1 und Abs. 2 S. 1 abweichen, so hat er die Abweichung der Sprache sowohl für die Lehrveranstaltung als auch für die Prüfung bis spätestens 4 Wochen vor Beginn der jeweiligen Lehrveranstaltung festzusetzen. Die Festsetzung wird den Studierenden durch das Prüfungsamt bekannt gegeben.

§ 7 Abschlussprüfung

- (1) Durch die Abschlussprüfung soll festgestellt werden, ob der Kandidat die Zusammenhänge seines Faches überblickt und die Fähigkeit besitzt, wissenschaftliche und/oder künstlerische Methoden und Erkenntnisse im Beruf selbstständig anzuwenden.
- (2) Die Abschlussprüfung besteht aus einer schriftlichen Abschlussarbeit sowie einem abschließenden Kolloquium.
- (3) Die Durchführung der Abschlussprüfung obliegt dem zuständigen Prüfungsausschuss sowie der zuständigen Prüfungskommission. Im Übrigen gelten die Bestimmungen der allgemeinen Studien- und Prüfungsordnung der MD.H (ASPO).

§ 8 Abschlusszeugnis, Gesamtprädikat und Master-Urkunde

- (1) Das Abschlusszeugnis (Anlage 3) weist die jeweiligen Fachgebietsnoten als Dezimalzahl sowie das Gesamtprädikat als Dezimalzahl und Note aus.
- (2) Die Berechnung der Fachgebietsnote regelt die allgemeine Studien- und Prüfungsordnung der MD.H (ASPO).
- (3) Zur Berechnung des Gesamtprädikats wird ein gewichtetes Mittel (Größe X) aus
- dem ungewichteten arithmetischen Mittelwert der Fachgebietsnoten (Größe X1); bei der Berechnung werden die ersten beiden Stellen der Fachgebietsnoten nach dem Komma ohne Rundung berücksichtigt,
 - der differenzierten Bewertung der Abschlussarbeit (Größe X2) und
 - der differenzierten Bewertung des Kolloquiums (Größe X3),

nach der Formel $X = 0,7 X_1 + 0,25 X_2 + 0,05 X_3$ ermittelt.

Das Gesamtprädikat ergibt sich aus der Größe X, wobei X als ungerundete Dezimalzahl mit einer Nachkommastelle dargestellt wird. Die Skalierung der entsprechenden Note des Gesamtprädikats ergibt sich aus der allgemeinen Studien- und Prüfungsordnung der MD.H (ASPO).

- (4) Das Prädikat „mit Auszeichnung“ wird anstelle des Gesamtprädikats „sehr gut“ vergeben, wenn die Größen X2 und ggfs. X3 den Wert 1,0 haben und die ungerundete Größe X kleiner oder gleich 1,3 ist.
- (5) Zusammen mit dem Zeugnis wird dem Kandidaten eine Master-Urkunde in deutscher Sprache (Anlage 4) sowie ein Diploma Supplement in deutscher und englischer Sprache (Anlage 5) ausgehändigt. Auf Anfrage des Kandidaten wird ein Transcript of Records in englischer Sprache (Anlage 6) erstellt.

§ 9 In-Kraft-Treten

- (1) Diese Ordnung tritt nach ihrer Veröffentlichung auf der Homepage der Mediadesign Hochschule in Kraft.
- (2) Sie ist gültig ab dem 2. April 2022 und ersetzt ab diesem Zeitpunkt die Studien- und Prüfungsordnung für den Studiengang Design Management (M.A.) in ihrer 2. Fassung vom 23. Januar 2019.

Anlage 1 zu § 5

Prüfungsmodule im Studiengang Design Management (M.A.)

Fachgebietsteile und zugehörige Studienmodule		Lehrform	Prüfungsart	Notengewicht	Leistungspunkte
1 Innovation & Design					45
1.1.	Leadership	V, S	Sc	Diff.	10
1.2.	Experience Design Thinking	V, S, P	Pr	Undiff.	5
1.3.	Zukunfts- und Trendforschung	V, S	Sc	Undiff.	5
1.4.	Digitale Produktentwicklung	V, S, P	Pr	Diff.	10
1.5.	Strategische Innovation	V, S	Sc	Diff.	10
1.6.	Wissenschaftliches Arbeiten	V, S	Sc	Undiff.	5
2 Human-centered Brands & Marketing					20
2.1.	Brand Identity	V, S, P	Sc	Diff.	10
2.2.	Kultur	V, S	Mü	Undiff.	5
2.3.	Marketing und Märkte	V, S	Mü	Diff.	5
3 Master-Abschluss					25
3.1.	Master-Thesis und Kolloquium		Sc, K	Diff.	25

Legende:

Lehrform: S = Seminar, V = Vorlesung, P = Projekt

Prüfungsart: Sc = Schriftlich, Mü = Mündlich, Pr = Praktisch, K = Kolloquium

Anlage 2 zu § 5

Studienplan des Studiums Design Management (M.A.)

Fachgebietsteil und zugehörige Studienmodule		1. Semester	2. Semester	3. Semester	Präsenz in UE	Selbstlernphase in UE
1 Innovation & Design						
1.1.	Leadership	10			96	251
1.2.	Experience Design Thinking	5			60	113
1.3.	Zukunfts- und Trendforschung		5		60	113
1.4.	Digitale Produktentwicklung		10		96	251
1.5.	Strategische Innovation		10		96	251
1.6.	Wissenschaftliches Arbeiten			5	60	113
2 Human-centered Brands & Marketing						
2.1.	Brand Identity	10			96	251
2.2.	Kultur	5			60	113
2.3.	Marketing & Märkte		5		60	113
3 Master-Abschluss						
3.1.	Master-Thesis und Kolloquium			25		887

Anlage 3 Zeugnis

<Anrede>> <<Vorname Name>>
geboren am <<GeburtsDatum>>
in <<Ort>>
aufgrund der am <<Datum>> im Studiengang

DESIGN MANAGEMENT (MASTER OF ARTS)

mit folgenden Leistungen
erfolgreich abgeschlossen:

Fachgebiet

Innovation & Design <<Note>>

Human-centered Brands & Marketing <<Note>>

Master-Abschluss <<Note>>

Thema Master-These

Kolloquium <<Note>>

Gesamtprädikat <<Note>>

Berlin, <<Datum>>

Der Vorsitzende der
Prüfungskommission



Hochschulleitung

Anlage 4 Urkunde

Die **MEDIADESIGN HOCHSCHULE**
für Design und Informatik

verleiht

<Anrede>> <<Vorname Name>>
geboren am <<GeburtsDatum>>
in <<Ort>>
aufgrund der am <<Datum>> im Studiengang

DESIGN MANAGEMENT

erfolgreich abgelegten Abschlussprüfung
den akademischen Grad

MASTER OF ARTS

Berlin, <<Datum>>

Hochschulleitung
Siegel

ER
D
N
D
R
U

Anlage 5 Diploma Supplement (in Deutsch und Englisch)

Diploma Supplement

Diese Diploma Supplement-Vorlage wurde von der Europäischen Kommission, dem Europarat und UNESCO /CEPES entwickelt. Das Diploma Supplement soll hinreichende Daten zur Verfügung stellen, die die internationale Transparenz und angemessene akademische und berufliche Anerkennung von Qualifikationen (Urkunden, Zeugnisse, Abschlüsse, Zertifikate, etc.) verbessern. Das Diploma Supplement beschreibt Eigenschaften, Stufe, Zusammenhang, Inhalte sowie Art des Abschlusses des Studiums, das von der in der Originalurkunde bezeichneten Person erfolgreich abgeschlossen wurde. Die Originalurkunde muss diesem Diploma Supplement beigefügt werden. Das Diploma Supplement sollte frei sein von jeglichen Werturteilen, Äquivalenzaussagen oder Empfehlungen zur Anerkennung. Es sollte Angaben in allen acht Abschnitten enthalten. Wenn keine Angaben gemacht werden, sollte dies durch eine Begründung erläutert werden.

1. ANGABEN ZUM INHABER/ZUR INHABERIN DER QUALIFIKATION

1.1 Familienname / 1.2 Vorname

<<Nachname>>, <<Vorname>>

1.3 Geburtsdatum, Geburtsort, Geburtsland

<<Geburtsdatum>>, <<Ort>>, <<Land>>

1.4 Matrikelnummer oder Code des/der Studierenden

<<Matrikelnummer>>

2. ANGABEN ZUR QUALIFIKATION

2.1 Bezeichnung der Qualifikation und (wenn vorhanden) verliehener Grad (in der Originalsprache)

Master of Arts (M.A.)

2.2 Hauptstudienfach oder -fächer für die Qualifikation

Design Management (M.A.)

2.3 Name und Status (Typ/Trägerschaft) der Einrichtung, die die Qualifikation verliehen hat

Mediadesign Hochschule für Design und Informatik

Mediadesign Hochschule für Design und Informatik
 University of Applied Sciences
 Franklinstraße 28-29
 10587 Berlin, Deutschland

Status (Typ / Trägerschaft)

Private Hochschule, staatlich anerkannt

2.4 Name und Status der Einrichtung (falls nicht identisch mit 2.3), die den Studiengang durchgeführt hat

Ebenso

Status (Typ / Trägerschaft)

Ebenso

2.5 Im Unterricht / in der Prüfung verwendete Sprache(n)

Deutsch/Englisch

3. ANGABEN ZU EBENE UND ZEITDAUER DER QUALIFIKATION

3.1 Ebene der Qualifikation

Weiterer berufsqualifizierender Hochschulabschluss (Mastergrad)

3.2 Offizielle Dauer des Studiums (Regelstudienzeit) in Leistungspunkten und/oder Jahren

1.5 Jahre (= 90 ECTS-Punkte in 3 Semestern); Vollzeitstudium mit einem Arbeitsaufwand von 1560 Stunden / Jahr und 26 Stunden pro ECTS-Punkt.

3.3 Zugangsvoraussetzung(en)

Bachelor Grad (drei bis vier Jahre) in demselben oder einem einschlägigen Studiengang; bei nicht einschlägigen Studiengängen einen entsprechenden Abschluss mit mindestens derselben Qualifikation.

4. ANGABEN ZUM INHALT DES STUDIUMS UND ZU DEN ERZIELTEN ERGEBNISSEN

4.1 Studienform

Vollzeitstudium

4.2 Lernergebnisse des Studiengangs

Der Master-Studiengang „Design Management (M.A.)“ richtet sich an Studierende, welche Führungsaufgaben im Bereich Design und Innovation in nationalen wie internationalen Agenturen und Unternehmen wahrnehmen werden und welche Design als strategisches Schlüsselement für Kundenzentriertheit und Wertschöpfung betrachten.

Im Rahmen des Masterstudiums erwerben und vertiefen die Studierenden ihre Kenntnisse in Managementdisziplinen sowie human-centered Designansätzen und erweitern ihre konzeptionellen, wissenschaftlich-methodischen und praxisorientierten Kompetenzen.

Ziel des Studiengangs ist es, die Absolventen auf Managementpositionen vorzubereiten, um auf strategischer und operativer Ebene kompetitive Design- und Innovationsvorhaben zu initiieren und managen.

Die Studierenden sind durch ihre ganzheitliche, nutzerzentrierte und agile Sicht- und Denkweise sowohl in der Lage, auf der Strategieebene kompetitive Design- und Innovationsvorhaben zu planen, als auch auf der Ebene der Implementierung solche innovativen Services und Produkte zu entwickeln und umzusetzen, die Marken für die Zukunft stärkt. Der Studiengang soll eine Persönlichkeit ausbilden, die in Unternehmen nutzerzentriert, agil, interdisziplinär und ganzheitlich denkt und agiert und nachhaltig operiert

Die Absolventen besitzen nach dem aktuellen Stand von Lehre und Forschung in ihrem Fachgebiet folgende Fachkenntnisse und Kompetenzen:

Sie haben (Fachkenntnisse)

- Kenntnisse über den Einsatz von innovativen und nutzerzentrierten Methoden und Prozessen in Design und Innovationsmanagement.
- ein grundlegendes Verständnis für strategische und operative betriebswirtschaftliche Zusammenhänge in der Entwicklung von digitalen und UX zentrierten Geschäftsmodellen.
- grundlegende Kenntnisse in der Führung von Mitarbeitern und Teams in Kreativ- und Veränderungsprozessen.
- umfangreiche Kenntnisse im Management von Design-, Kreativ- und Innovationsprojekten.
- Kenntnisse in human centered Brand- und Marketing Management, um innovative Produkte und Services am Markt zu implementieren und zu kommunizieren.
- Kenntnisse zu innovativen Trendforschungsmethoden.

Sie sind in der Lage (Fertigkeiten),

- Design-, Kreativ- und Innovationsprozesse im Unternehmen zu initiieren, zu steuern und zu monitoren.
- auf strategischer und operativer Ebene Innovationsvorhaben mit ihrer Fähigkeit zu ganzheitlichem Denken zu planen und umzusetzen.
- innovative Geschäftsmodelle in kompetitive Produkte und Services umzusetzen und diese am Markt zu implementieren.
- Projekte ganzheitlich unter Einsatz von klassischen und agilen Methoden des Projektmanagements zu führen.
- Teamprozesse zu verstehen, zu analysieren und für Design-, Innovations- und Kreativvorhaben gezielt einzusetzen.
- die kulturellen, gesellschaftlichen, ökologischen und ökonomischen Rahmenbedingungen zu verstehen, in den unternehmenskulturellen Kontext zu stellen und in Ökosysteme zu transformieren.

- Kunst, Design und Kultur und deren Einflüsse auf die Unternehmenspraxis zu bewerten und zielführend einzusetzen.
- Problemlösungen in ihrem Fachgebiet zu erarbeiten und selbstständig weiterführende Lernprozesse zu gestalten.
- fachbezogene Positionen und Argumente zu formulieren, Lösungsansätze zu entwickeln und diese argumentativ zu vertreten, sowie den kritischen Diskurs im aktuellen Forschungsumfeld zu betreiben.
- relevante Fachliteratur in wirtschaftlichen und kreativen Bereichen zu identifizieren, zu interpretieren und für die eigene wissenschaftliche Arbeit zu nutzen.

Sie können (Kompetenzen):

- eine ganzheitliche, interdisziplinäre sowie nutzerzentrierte Sicht- und Denkweise in das Unternehmen transportieren.
- Design als Kernelement für Kundenzentriertheit sowie Wertschöpfung betrachten und anwenden.
- die unterschiedlichen Facetten von Design, Innovation und Kreativität erkennen und bewerten.
- Design - und Innovationsvorhaben sowie -prozesse lenken und steuern. Dazu zählt auch das Entwickeln eigener Produkt- und Serviceinnovationen.
- Kreativmethoden in den entsprechenden Unternehmensprozessen gezielt und effektiv einsetzen.
- Markenidentitäten entwickeln, positionieren und crossmedial entlang der Customer Journey kommunizieren.
- Trends erforschen sowie analysieren und Schlussfolgerungen für operative und strategische Managemententscheidungen ziehen.
- interkulturelle Bezüge und Entwicklungen in Design- und Kreativprozesse einsteuern und für das Unternehmen nutzbar machen
- wissenschaftliche Methoden in der Praxis anwenden und im beruflichen Alltag innovative Entwicklungen umsetzen.
- durch ausreichenden Praxisbezug (Praxisprojekte) ihr Wissen und Verstehen auf ihre Tätigkeit oder ihren Beruf Designmanager unmittelbar in das berufliche Umfeld integrieren und anwenden.
- Projekte effektiv organisieren und durchführen und damit in eine entsprechende Führungsverantwortung hineinwachsen.
- rational begründete Entscheidungen treffen und sich kritisch mit Gegenargumenten auseinandersetzen.
- ganzheitlich und methodisch effiziente Lösungen auch für interdisziplinäre Fragestellungen finden.
- zivilgesellschaftliches Engagement durch Positionierung innerhalb des gesellschaftlich relevanten Forschungsfeldes, beispielsweise durch Engagement in sozialen Netzen, Kooperationen in nachhaltigen Projektmaßnahmen und Veröffentlichungen in entsprechenden Medien und Institutionen wahrnehmen.

4.3 Einzelheiten zum Studiengang, individuell erworbene Leistungspunkte und erzielte Noten

Für die Einzelheiten des Aufbaus des Studiengangs, insbesondere eine Übersicht der Module und Noten siehe Transcript of Records;

Bezüglich der Themengebiete der Abschlussprüfung (schriftliche Abschlussarbeit und Kolloquium) sowie der Bewertung der Master-Arbeit siehe Masterzeugnis.

4.4 Notensystem und Notenspiegel

Das nationale Notensystem entspricht Abschnitt 8.6.

Grades used in institution*	Number of passing grades awarded to the reference group	% of each grade with respect to total passing grades awarded	Cumulative percentage of passing grades awarded
„Sehr gut“ (1)			
„Gut“ (2)			
„Befriedigend“ (3)			
„Ausreichend“ (4)			
„Nicht Ausreichend“ (5)			
In total		100 %	

Mangels einer Kohorte von mindestens drei Abschlussjahrgängen in diesem Studiengang, die zur Bildung der relativen Note notwendig ist, wird lediglich die absolute Note ausgewiesen.

Die Verteilung der absoluten Note in diesem Jahrgang ist:
 „Sehr gut“ (X%) - „Gut“ (X%) „Befriedigend“ (X %) - „Ausreichend“ (X%) - „Nicht ausreichend“ (X%)

4.5 Gesamtnote

<<Prädikat>>

Das Gesamtprädikat umfasst die Beurteilung der Fachbietsnoten aller Fachprüfungen (70% Gewichtung), die Beurteilung der Master-Abschlussarbeit (25% Gewichtung) und die des Kolloquiums (5%Gewichtung);
 vgl. Masterzeugnis.

5. ANGABEN ZUR BERECHTIGUNG DER QUALIFIKATION

5.1 Zugang zu weiterführenden Studien

Der Grad Master of Arts qualifiziert den Inhaber sich für ein Promotions-Studium zu bewerben.

5.2 Zugang zu reglementierten Berufen (sofern zutreffend)

Durch den Grad Master of Arts qualifiziert sich der Inhaber zur professionellen Arbeit in dem Tätigkeitsfeld, für den der Grad ausgezeichnet ist.

6. WEITERE ANGABEN

6.1 Weitere Angaben

(nicht verfügbar)

6.2 Weitere Informationsquellen

Informationen zu dieser Institution:

<https://www.mediadesign.de/>

Nationale Informationsquellen: siehe Punkt 8.8

7. ZERTIFIZIERUNG

Dieses Diploma Supplement nimmt Bezug auf folgende Original-Dokumente:

Urkunde über die Verleihung des Grades vom [Datum]
Prüfungszeugnis (Bachelorzeugnis) vom [Datum]
Transcript of Records vom [Datum]

Datum der Zertifizierung: Berlin, [Datum]

Vorsitzender des Prüfungsausschusses



8. INFORMATIONEN ZUM HOCHSCHULSYSTEM IN DEUTSCHLAND¹

Die Informationen über das nationale Hochschulsystem auf den folgenden Seiten geben Auskunft über den Grad der Qualifikation und den Typ der Institution, die sie vergeben hat.

8.1 Die unterschiedlichen Hochschulen und ihr institutioneller Status
Die Hochschulausbildung wird in Deutschland von drei Arten von Hochschulen angeboten.²

- *Universitäten*, einschließlich verschiedener spezialisierter Institutionen, bieten das gesamte Spektrum akademischer Disziplinen an. Traditionell liegt der Schwerpunkt an deutschen Universitäten besonders auf der Grundlagenforschung, so dass das fortgeschrittene Studium vor allem theoretisch ausgerichtet und forschungsorientiert ist.

- *Fachhochschulen* konzentrieren ihre Studienangebote auf ingenieurwissenschaftliche technische Fächer und wirtschaftswissenschaftliche Fächer, Sozialarbeit und Design. Der Auftrag von angewandter Forschung und Entwicklung impliziert einen praxisorientierten Ansatz und eine ebensolche Ausrichtung des Studiums, was häufig integrierte und begleitete Praktika in Industrie, Unternehmen oder anderen einschlägigen Einrichtungen einschließt.

- *Kunst- und Musikhochschulen* bieten Studiengänge für künstlerische Tätigkeiten an, in Bildender Kunst, Schauspiel und Musik, in den Bereichen Regie, Produktion und Drehbuch für Theater, Film und andere Medien sowie in den Bereichen Design, Architektur, Medien und Kommunikation.

Hochschulen sind entweder staatliche oder staatlich anerkannte Institutionen. Sowohl in ihrem Handeln einschließlich der Planung von Studiengängen als auch in der Festsetzung und Zuerkennung von Studienabschlüssen unterliegen sie der Hochschulgesetzgebung.

8.2 Studiengänge und -abschlüsse

In allen drei Hochschultypen wurden die Studiengänge traditionell als integrierte „lange“ (einstufige) Studiengänge angeboten, die entweder zum Diplom oder zum Magister Artium führten oder mit einer Staatsprüfung abschlossen.

Im Rahmen des Bologna-Prozesses wird das einstufige Studiensystem sukzessive durch ein zweistufiges ersetzt. Seit 1998 wurden in fast allen Studiengängen gestufte Abschlüsse (Bachelor und Master) eingeführt. Dies soll den Studierenden mehr Wahlmöglichkeiten und Flexibilität beim Planen und Verfolgen ihrer Lernziele bieten sowie Studiengänge international kompatibler machen.

Die Abschlüsse des deutschen Hochschulsystems einschließlich ihrer Zuordnung zu den Qualifikationsstufen sowie die damit einhergehenden Qualifikationsziele und Kompetenzen der Absolventen sind im Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse³, im Deutschen Qualifikationsrahmen für lebenslanges Lernen (DQR)⁴ sowie im Europäischen Qualifikationsrahmen für lebenslanges Lernen (EQR)⁵ beschrieben.

Einzelheiten s. Abschnitte 8.4.1, 8.4.2 bzw. 8.4.3. Tab. 1 gibt eine zusammenfassende Übersicht.

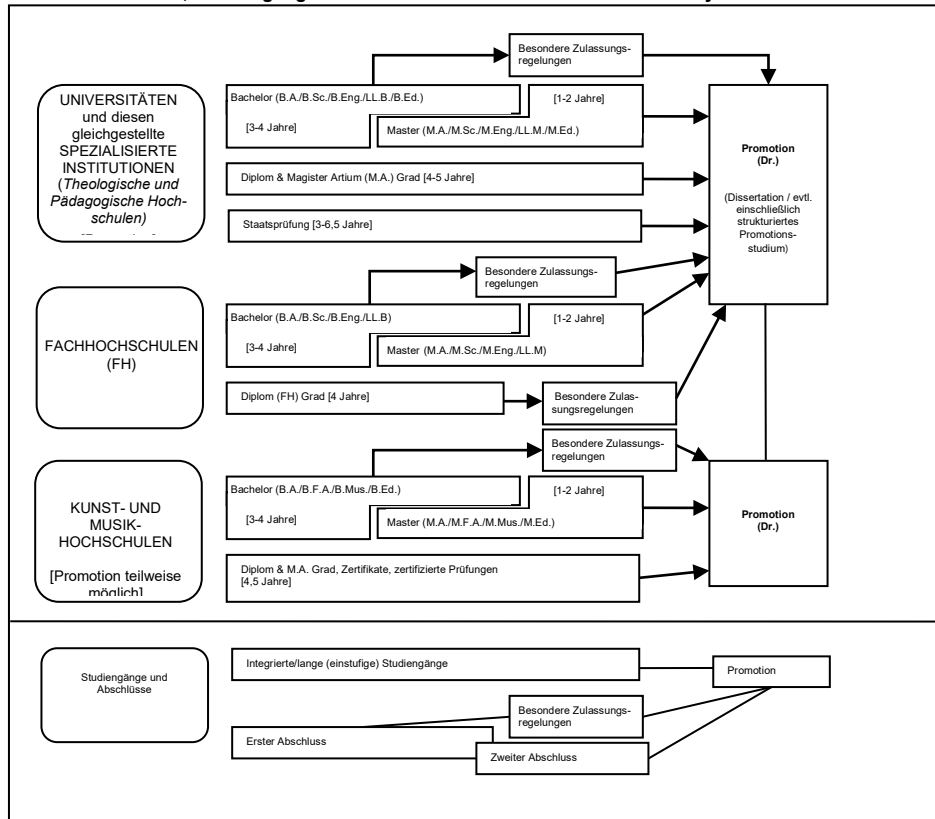
8.3 Anerkennung/Akkreditierung von Studiengängen und Abschlüssen

Um die Qualität und die Vergleichbarkeit von Qualifikationen sicherzustellen, müssen sich sowohl die Organisation und Struktur von Studiengängen als auch die grundsätzlichen Anforderungen an Studienabschlüsse an den Prinzipien und Regelungen der Ständigen Konferenz der Kultusminister der Länder (KMK) orientieren.⁶ Seit 1999 existiert ein bundesweites Akkreditierungssystem für Studiengänge unter der Aufsicht des Akkreditierungsrates, nach dem alle neu eingeführten Studiengänge akkreditiert werden. Akkreditierte Studiengänge sind berechtigt, das Qualitätssiegel des Akkreditierungsrates zu führen.⁷

8.4 Organisation und Struktur der Studiengänge

Die folgenden Studiengänge können von allen drei Hochschultypen angeboten werden. Bachelor- und Masterstudiengänge können nacheinander, an unterschiedlichen Hochschulen, an unterschiedlichen Hochschultypen und mit Phasen der Erwerbstätigkeit zwischen der ersten und der zweiten Qualifikationsstufe studiert werden. Bei der Planung werden Module und das Europäische System zur Übertragung und Akkumulierung von Studienleistungen (ECTS) verwendet, wobei einem Semester 30 Kreditpunkte entsprechen.

Tab. 1: Institutionen, Studiengänge und Abschlüsse im Deutschen Hochschulsystem



Die folgenden Studiengänge können von allen drei Hochschultypen angeboten werden. Bachelor- und Masterstudiengänge können nacheinander, an unterschiedlichen Hochschulen, an unterschiedlichen Hochschultypen und mit Phasen der Erwerbstätigkeit zwischen der ersten und der zweiten Qualifikationsstufe studiert werden. Bei der Planung werden Module und das Europäische System zur Übertragung und Akkumulierung von Studienleistungen (ECTS) verwendet, wobei einem Semester 30 Kreditpunkte entsprechen.

8.4.1 Bachelor

In Bachelorstudiengängen werden wissenschaftliche Grundlagen, Methodenkompetenz und berufsfeldbezogene Qualifikationen vermittelt. Der Bachelorabschluss wird nach 3 bis 4 Jahren vergeben. Zum Bachelorstudiengang gehört eine schriftliche Abschlussarbeit. Studiengänge, die mit dem Bachelor abgeschlossen werden, müssen gemäß dem Gesetz zur Errichtung einer Stiftung zur Akkreditierung von Studiengängen in Deutschland akkreditiert werden.⁸ Studiengänge der ersten Qualifikationsstufe (Bachelor) schließen mit den Graden Bachelor of Arts (B.A.), Bachelor of Science (B.Sc.), Bachelor of Engineering (B.Eng.), Bachelor of Laws (LL.B.), Bachelor of Fine Arts (B.F.A.), Bachelor of Music (B.Mus.) oder Bachelor of Education (B.Ed.) ab. Der Bachelorgrad entspricht der Qualifikationsstufe 6 des DQR/EQR.

8.4.2 Master

Der Master ist der zweite Studienabschluss nach weiteren 1 bis 2 Jahren. Masterstudiengänge können nach den Profiltypen „anwendungsorientiert“ und „forschungsorientiert“ differenziert werden. Die Hochschulen legen das Profil fest. Zum Masterstudiengang gehört eine schriftliche Abschlussarbeit. Studiengänge, die mit dem Master abgeschlossen werden, müssen gemäß dem Gesetz zur Errichtung einer Stiftung zur Akkreditierung von Studiengängen in Deutschland akkreditiert werden.⁹ Studiengänge der zweiten Qualifikationsstufe (Master) schließen mit den Graden Master of Arts (M.A.), Master of Science (M.Sc.), Master of Engineering (M.Eng.), Master of Laws (LL.M.), Master of Fine Arts (M.F.A.), Master of Music (M.Mus.) oder Master of Education (M.Ed.) ab. Weiterbildende Masterstudiengänge können andere Bezeichnungen erhalten (z. B. MBA). Der Mastergrad entspricht der Qualifikationsstufe 7 des DQR/EQR.

8.4.3 Integrierte „lange“ einstufige Studiengänge: Diplom, Magister Artium, Staatsprüfung

Ein integrierter Studiengang ist entweder mono-disziplinär (Diplomabschlüsse und die meisten Staatsprüfungen) oder besteht aus einer Kombination von entweder zwei Hauptfächern oder einem Haupt- und zwei Nebenfächern (Magister Artium). Das Vorstudium (1,5 bis 2 Jahre) dient der breiten Orientierung und dem Grundlagenwerb in jeweiligen Fach. Eine Zwischenprüfung (bzw. Vordiplom) ist Voraussetzung für die Zulassung zum Hauptstudium, d.h. zum fortgeschrittenen Studium und der Spezialisierung. Voraussetzung für den Abschluss sind die Vorlage einer schriftlichen Abschlussarbeit (Dauer bis zu 6 Monaten) und umfangreiche schriftliche und mündliche Abschlussprüfungen. Ähnliche Regelungen gelten für die Staatsprüfung. Die erworbene Qualifikation entspricht dem Master.

- Die Regelstudienzeit an *Universitäten* beträgt bei integrierten Studiengängen 4 bis 5 Jahre (Diplom, Magister Artium) oder 3 bis 6,5 Jahre (Staatsprüfung). Mit dem Diplom werden ingenieur-, natur- und wirtschaftswissenschaftliche Studiengänge abgeschlossen. In den Geisteswissenschaften ist der entsprechende Abschluss in der Regel der Magister Artium (M.A.). In den Sozialwissenschaften variiert die Praxis je nach Tradition der jeweiligen Hochschule. Juristische, medizinische und pharmazeutische Studiengänge schließen mit der Staatsprüfung ab. Dies gilt in einigen Ländern auch für Lehramtsstudiengänge. Die drei Qualifikationen (Diplom, Magister Artium und Staatsprüfung) sind akademisch gleichwertig und auf der Qualifikationsstufe 7 des DQR/EQR angesiedelt. Sie bilden die formale Voraussetzung zur Promotion. Weitere Zulassungsvoraussetzungen können von der Hochschule festgelegt werden, s. Abschnitt 8.5.

- Die Regelstudienzeit an *Fachhochschulen* (FH) beträgt bei integrierten Studiengängen 4 Jahre und schließt mit dem Diplom (FH) ab. Dieses ist auf der Qualifikationsstufe 6 des DQR/EQR angesiedelt. Fachhochschulen haben kein Promotionsrecht; qualifizierte Absolventen können sich für die Zulassung zur Promotion an promotionsberechtigten Hochschulen bewerben, s. Abschnitt 8.5.

- Das Studium an *Kunst- und Musikhochschulen* ist in seiner Organisation und Struktur abhängig vom jeweiligen Fachgebiet und der individuellen Zielsetzung. Neben dem Diplom- bzw. Magisterabschluss gibt es bei integrierten Studiengängen Zertifikate und zertifizierte Abschlussprüfungen für spezielle Bereiche und berufliche Zwecke.

8.5 Promotion

Universitäten sowie gleichgestellte Hochschulen und einige Kunst- und Musikhochschulen sind promotionsberechtigt. Formale Voraussetzung für die Zulassung zur Promotion ist ein qualifizierter Masterabschluss (Fachhochschulen und Universitäten), ein Magisterabschluss, ein Diplom, eine Staatsprüfung oder ein äquivalenter ausländischer Abschluss. Entsprechende Abschlüsse von Kunst- und Musikhochschulen können in Ausnahmefällen (wissenschaftliche Studiengänge, z.B. Musiktheorie, Musikwissenschaften, Kunst- und Musikpädagogik, Medienwissenschaften) formal den Zugang zur Promotion eröffnen. Besonders qualifizierte Inhaber eines Bachelorgrades oder eines Diploms (FH) können ohne einen weiteren Studienabschluss im Wege eines Eignungsfeststellungsverfahrens zur Promotion zugelassen werden. Die Universitäten bzw. promotionsberechtigten Hochschulen regeln sowohl die Zulassung zur Promotion als auch die Art der Eignungsprüfung. Voraussetzung für die Zulassung ist außerdem, dass das Promotionsprojekt von einem Hochschullehrer als Betreuer angenommen wird. Die Promotion entspricht der Qualifikationsstufe 8 des DQR/EQR.

8.6 Benotungsskala

Die deutsche Benotungsskala umfasst üblicherweise 5 Grade (mit zahlenmäßigen Entsprechungen; es können auch Zwischennoten vergeben werden): „Sehr gut“ (1), „Gut“ (2), „Befriedigend“ (3), „Ausreichend“ (4), „Nicht ausreichend“ (5). Zum Bestehen ist mindestens die Note „Ausreichend“ (4) notwendig. Die Bezeichnung für die Noten kann in Einzelfällen und für den Doktorgrad abweichen. Außerdem findet eine Einstufungstabelle nach dem Modell des ECTS-Leitfadens Verwendung, aus der die relative Verteilung der Noten in Bezug auf eine Referenzgruppe hervorgeht.

8.7 Hochschulzugang

Die Allgemeine Hochschulreife (Abitur) nach 12 bis 13 Schuljahren ermöglicht den Zugang zu allen Studiengängen. Die Fachgebundene Hochschulreife ermöglicht den Zugang zu allen Studiengängen an Fachhochschulen, an Universitäten und gleichgestellten Hochschulen, aber nur zu bestimmten Fächern. Das Studium an Fachhochschulen ist auch mit der Fachhochschulreife möglich, die in der Regel nach 12 Schuljahren erworben wird. Der Zugang zu Studiengängen an Kunst- und Musikhochschulen und entsprechenden Studiengängen an anderen Hochschulen sowie der Zugang zu einem Sportstudiengang kann auf der Grundlage von anderen bzw. zusätzlichen Voraussetzungen zum Nachweis einer besonderen Eignung erfolgen. Beruflich qualifizierte Bewerber ohne schulische Hochschulzugangsberechtigung erhalten eine allgemeine Hochschulzugangsberechtigung und damit Zugang zu allen Studiengängen, wenn sie Inhaber von Abschlüssen bestimmter, staatlich geregelter beruflicher Aufstiegsfortbildungen sind (zum Beispiel Meister/in im Handwerk, Industriemeister/in, Fachwirt/in (IHK), Betriebswirt/in (IHK) und (HWK), staatliche geprüfte/r Techniker/in, staatliche geprüfte/r Betriebswirt/in, staatlich geprüfte/r Gestalter/in, staatlich geprüfte/r Erzieher/in. Eine fachgebundene Hochschulzugangsberechtigung erhalten beruflich qualifizierte Bewerber mit einem Abschluss einer staatlich geregelten, mindestens zweijährigen Berufsausbildung und i.d.R. mindestens dreijähriger Berufspraxis, die ein Eignungsfeststellungsverfahren an einer Hochschule oder staatlichen Stelle erfolgreich durchlaufen haben; das Eignungsfeststellungsverfahren kann durch ein nachweislich erfolgreich absolviertes Probestudium von mindestens einem Jahr ersetzt werden.¹⁰ Die Hochschulen können in bestimmten Fällen zusätzliche spezifische Zulassungsverfahren durchführen.

8.8 Informationsquellen in der Bundesrepublik

- Kultusministerkonferenz (KMK) (Ständige Konferenz der Kultusminister der Länder in der Bundesrepublik Deutschland); Graurheindorfer Str. 157, D-53117 Bonn; Tel.: +49(0)228/501-0; Fax: +49(0)228/501-777
- Zentralstelle für ausländisches Bildungswesen (ZaB) als deutsche NARIC; www.kmk.org; E-Mail: zab@kmk.org
- „Dokumentations- und Bildungsinformationsdienst“ als deutscher Partner im EURYDICE-Netz, für Informationen zum Bildungswesen in Deutschland (<http://www.kmk.org/dokumentation/deutsche-eurydice-stelle-der-laender.html>)
- Hochschulrektorenkonferenz (HRK); Ahrstr. 39, D-53175 Bonn; Fax: +49(0)228/887-110; Tel.: +49(0)228/887-0; www.hrk.de; E-Mail: post@hrk.de
- „Hochschulkompass“ der Hochschulrektorenkonferenz, enthält umfassende Informationen zu Hochschulen, Studiengängen etc. (www.hochschulkompass.de)

1 Die Information berücksichtigt nur die Aspekte, die direkt das Diploma Supplement betreffen. Informationsstand Januar 2015.

2 Berufsakademien sind keine Hochschulen, es gibt sie nur in einigen Bundesländern. Sie bieten Studiengänge in enger Zusammenarbeit mit privaten Unternehmen an. Studierende erhalten einen offiziellen Abschluss und machen eine Ausbildung im Betrieb. Manche Berufsakademien bieten Bachelorstudiengänge an, deren Abschlüsse einem Bachelorgrad einer Hochschule gleichgestellt werden können, wenn sie von einer deutschen Akkreditierungsagentur akkreditiert sind.

3 Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse (Be-schluss der Kultusministerkonferenz vom 21.04.2005).

4 Deutscher Qualifikationsrahmen für lebenslanges Lernen (DQR), Gemeinsamer Beschluss der Ständigen Konferenz der Kultusminister der Länder in der Bundesrepublik Deutschland, des Bundesministeriums für Bildung und Forschung, der Wirtschaftsministerkonferenz und des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 15.11.2012). Ausführliche Informationen unter www.dqr.de.

5 Empfehlung des Europäischen Parlaments und des Europäischen Rates zur Einrichtung des Europäischen Qualifikationsrahmens für lebenslanges Lernen vom 23.04.2008 (2008/C 111/01 – Europäischer Qualifikationsrahmen für lebenslanges Lernen – EQR).

6 Ländergemeinsame Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 10.10.2003 i.d.F. vom 04.02.2010).

7 „Gesetz zur Errichtung einer Stiftung „Stiftung zur Akkreditierung von Studiengängen in Deutschland“, in Kraft getreten am 26.02.05, GV. NRW. 2005, Nr. 5, S. 45, in Verbindung mit der Vereinbarung der Länder zur Stiftung „Stiftung: Akkreditierung von Studiengängen in Deutschland“ (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 16.12.2004).

8 Siehe Fußnote Nr. 7.

9 Siehe Fußnote Nr. 7.

10 Hochschulzugang für beruflich qualifizierte Bewerber ohne schulische Hochschulzugangsberechtigung (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 06.03.2009).

Diploma Supplement

This Diploma Supplement model was developed by the European Commission, Council of Europe and UNESCO/CEPES. The purpose of the supplement is to provide sufficient independent data to improve the international 'transparency' and fair academic and professional recognition of qualifications (diplomas, degrees, certificates etc.). It is designed to provide a description of the nature, level, context, content and status of the studies that were pursued and successfully completed by the individual named on the original qualification to which this supplement is appended. It should be free from any value judgements, equivalence statements or suggestions about recognition. Information in all eight sections should be provided. Where information is not provided, an explanation should give the reason why.

1. INFORMATION IDENTIFYING THE HOLDER OF THE QUALIFICATION

1.1 Family Name / 1.2 First Name

<<Nachname>>, <<Vorname>>

1.3 Date of Birth

<<Geburtsdatum (dd/mm/yyyy)>>

1.4 Student ID Number or Code

<<Matrikelnummer>>

2. INFORMATION IDENTIFYING THE QUALIFICATION

2.1 Name of Qualification and (if applicable) title conferred (in original language)

Master of Arts (M.A.)

2.2 Main Field(s) of Study for the qualification

Design Management

2.3 Name and status of awarding institution (in original language)

Mediadesign Hochschule für Design und Informatik
Fachbereich Media Design

Mediadesign Hochschule für Design und Informatik
University of Applied Sciences
Department of Media Design
10587 Berlin, Federal Republic of Germany
Franklinstr. 28-29

Status (Typ / Control)

Private Institution, state-recognized

2.4 Name and status of institution (if different from 2.3) administering studies (in original language)

Same

2.5 Language(s) of instruction/examination

German

3. INFORMATION ON THE LEVEL AND DURATION OF THE QUALIFICATION

3.1 Level of the qualification

Second degree (two years), by research with thesis; more practice-oriented

3.2 Official duration of programme in credits and/or years

1.5 years (= 90 Credit Points in 3 semesters); full time program with an increased workload of 1800 hours / year and 30 hours per Credit Point.

3.3 Access Requirements

Bachelor Degree (three to four years) in the same or related field; or foreign equivalent, especially the B.A. Media Design at the same institution.

4. INFORMATION ON THE PROGRAMME COMPLETED AND THE RESULTS OBTAINED

4.1 Mode of Study

Full-time study

4.2 Programme learning outcomes

The Master's program "Design Management (M.A.)" is aimed at students who will assume management tasks in the field of design and innovation in national and international agencies and companies and who regard design as a strategic key element for customer-centeredness and value creation.

During the master's program, students acquire and deepen their knowledge of management disciplines as well as human-centered design approaches and expand their conceptual, scientific-methodical and practice-oriented competencies.

The goal of the program is to prepare graduates for management positions in order to initiate and manage competitive design and innovation projects on a strategic and operational level.

Through their holistic, user-centered and agile way of seeing and thinking, students are able to plan competitive design and innovation projects on the strategic level as well as to develop and implement such innovative services and products on the implementation level that strengthens brands for the future. The degree program is designed to train a personality that thinks and acts in a user-centered, agile, interdisciplinary and holistic way in companies and operates sustainably

According to the current state of teaching and research in their field, graduates possess the following expertise and competencies:

They have (expertise)

- knowledge of the use of innovative and user-centric methods and processes in design and innovation management.
- a basic understanding of strategic and operational business contexts in the development of digital and UX centered business models.
- fundamental knowledge in leading employees and teams in creative and change processes.
- extensive knowledge in managing design, creative and innovation projects.
- knowledge in human centered brand and marketing management to implement and communicate innovative products and services in the market.
- knowledge of innovative trend research methods

They are able to (skills),

- initiate, control and monitor design, creative and innovation processes in the company.
- plan and implement innovation projects on a strategic and operational level with their ability to think holistically.
- transform innovative business models into competitive products and services and implement them on the market.
- lead projects holistically using classic and agile project management methods.
- understand and analyze team processes and apply them to design, innovation and creative projects in a targeted manner.

- understand the cultural, social, ecological and economic framework conditions, place them in the corporate cultural context and transform them into ecosystems.
- evaluate art, design and culture and their influences on corporate practice and to use them in a target-oriented manner.
- work out solutions to problems in their field and to independently design further learning processes.
- formulate subject-related positions and arguments, develop approaches to solutions and defend these argumentatively, as well as engage in critical discourse in the current research environment.
- identify and interpret relevant specialist literature in economic and creative fields and to use it for their own scientific work.

They can (competencies):

- transport a holistic, interdisciplinary as well as user-centered view and way of thinking into the company.
- consider and apply design as a core element for customer centricity and value creation.
- recognize and evaluate the different facets of design, innovation and creativity.
- steer and control design and innovation projects and processes. This includes the development of own product and service innovations.
- apply creative methods in the relevant business processes in a targeted and effective manner.
- develop and position brand identities and communicate them cross-medially along the customer journey.
- research and analyze trends and draw conclusions for operational and strategic management decisions.
- integrate intercultural references and developments into design and creative processes and make them useful for the company.
- apply scientific methods in practice and implement innovative developments in everyday professional life.
- integrate and apply their knowledge and understanding directly to their job or profession of design manager in the professional environment through sufficient practical relevance (practical projects).
- organize and execute projects effectively and thus grow into a corresponding leadership responsibility.
- make rationally based decisions and deal critically with counter-arguments.
- find holistic and methodically efficient solutions also for interdisciplinary issues.
- perceive civic engagement by positioning themselves within the socially relevant research field, for example by engaging in social networks, cooperating in sustainable project measures and publishing in relevant media and institutions.

4.3 Program Details, individual credits gained and grades/marks obtained

See Transcript for list of courses and grades; and „Masterzeugnis“ (Final Examination Certificate) for subjects of

ferred in final examinations (written and oral), and topic of thesis, including evaluations.

4.4 Grading Scheme and, if available, grade distribution table

Grades used in institution*	Number of passing grades awarded to the reference group	% of each grade with respect to total passing grades awarded	Cumulative percentage of passing grades awarded
„Sehr gut“ (1)			
„Gut“ (2)			
„Befriedigend“ (3)			
„Ausreichend“ (4)			
„Nicht Ausreichend“ (5)			
In total		100 %	

*according to the national grading scheme (cf. Sec 8.6)

General grading scheme cf. Sec 8,6 – In absence of a statistical base (it is the first graduate class) grades are absolute in the award year: „Sehr gut“ (X%) - „Gut“ (X%) „Befriedigend“ (X %) - „Ausreichend“ (X%) - „Nicht ausreichend“ (X%)

4.5 Overall classification of the qualification (in original language)

<<Prädikat>>

Based on comprehensive Final Examination (written 70%, oral 5%, thesis 25%); cf. Masterzeugnis (Final Examination Certificate)

5. INFORMATION ON THE FUNCTION OF THE QUALIFICATION

5.1 Access to further study

The Master of Arts degree qualifies to apply for admission to doctoral programs (thesis research) and postgraduate studies.

5.2 Access to a regulated profession (if applicable)

The Master of Arts degree in this discipline entitles the holder to do professional work in the field(s) for which the degree was awarded.

6. ADDITIONAL INFORMATION

6.1 Additional Information

n.a.

6.2 Further information sources

On the institution: <http://www.mediadesign.de/index.php>;

On the program:

<http://www.mediadesign.de/index.php?id=204>

For national information sources cf. Sec. 8.8

7. CERTIFICATION

This Diploma Supplement refers to the following original documents:

Urkunde über die Verleihung des Grades vom [Datum]

Prüfungszeugnis vom [Datum]

Transcript of Records vom [Datum]

Certification Date: Berlin, [Datum]



Chairwoman/Chairman Examination Committee

8. NATIONAL HIGHER EDUCATION SYSTEM

The information on the national higher education system on the following pages provides a context for the qualification and the type of higher education that awarded it.

8. INFORMATION ON THE GERMAN HIGHER EDUCATION SYSTEM¹

8.1. Types of Institutions and Institutional Status

Higher education (HE) studies in Germany are offered at three types of Higher Education Institutions (HEI).²

- *Universitäten* (Universities) including various specialized institutions, offer the whole range of academic disciplines. In the German tradition, universities focus in particular on basic research so that advanced stages of study have mainly theoretical orientation and research-oriented components.

- *Fachhochschulen* (Universities of Applied Sciences) concentrate their study programmes in engineering and other technical disciplines, business-related studies, social work, and design areas. The common mission of applied research and development implies an application-oriented focus of studies, which includes integrated and supervised work assignments in industry, enterprises or other relevant institutions.

- *Kunst- und Musikhochschulen* (Universities of Art/Music) offer studies for artistic careers in fine arts, performing arts and music; in such fields as directing, production, writing in theatre, film, and other media; and in a variety of design areas, architecture, media and communication.

Higher Education Institutions are either state or state-recognized institutions. In their operations, including the organization of studies and the designation and award of degrees, they are both subject to higher education legislation.

8.2 Types of Programmes and Degrees Awarded

Studies in all three types of institutions have traditionally been offered in integrated "long" (one-tier) programmes leading to *Diplom-* or *Magister Artium* degrees or completed by a *Staatsprüfung* (State Examination).

Within the framework of the Bologna-Process one-tier study programmes are successively being replaced by a two-tier study system. Since 1998, two-tier degrees (Bachelor and Master) have been introduced in almost all study programmes. This change is designed to provide enlarged variety and flexibility to students in planning and pursuing educational objectives, they also enhance international compatibility of studies.

The German Qualifications Framework for Higher Education Degrees³, the German Qualifications Framework for Lifelong Learning⁴ and the European Qualifications Framework for Lifelong Learning⁵ describe the degrees of the German Higher Education System. They contain the classification of the qualification levels as well as the resulting qualifications and competencies of the graduates.

For details cf. Sec. 8.4.1, 8.4.2, and 8.4.3 respectively. Table 1 provides a synoptic summary.

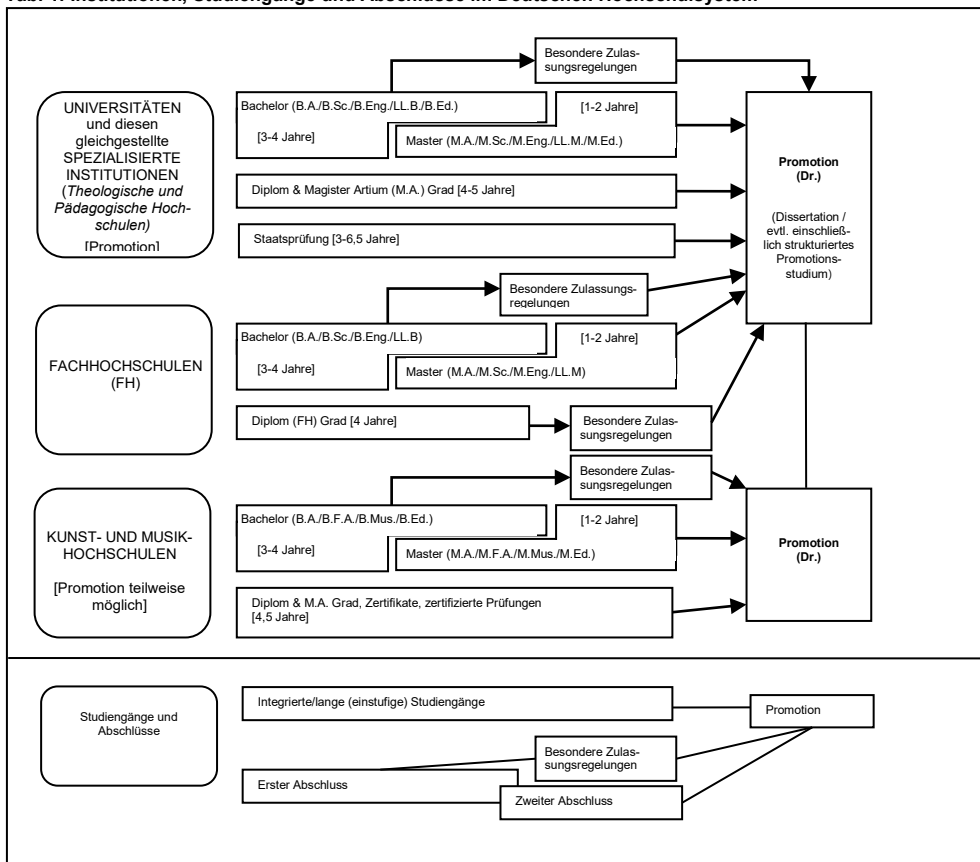
8.3 Approval/Accreditation of Programmes and Degrees

To ensure quality and comparability of qualifications, the organization of studies and general degree requirements have to conform to principles and regulations established by the Standing Conference of the Ministers of Education and Cultural Affairs of the *Länder* in the Federal Republic of Germany (KMK).⁶ In 1999, a system of accreditation for programmes of study has become operational under the control of an Accreditation Council at national level. All new programmes have to be accredited under this scheme; after a successful accreditation they receive the quality-label of the Accreditation Council.⁷

8.4 Organization and Structure of Studies

The following programmes apply to all three types of institutions. Bachelor's and Master's study courses may be studied consecutively, at various higher education institutions, at different types of higher education institutions and with phases of professional work between the first and the second qualification. The organization of the study programmes makes use of modular components and of the European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS) with 30 credits corresponding to one semester.

Tab. 1: Institutionen, Studiengänge und Abschlüsse im Deutschen Hochschulsystem



8.4.1 Bachelor

Bachelor degree study programmes lay the academic foundations, provide methodological skills and lead to qualifications related to the professional field. The Bachelor degree is awarded after 3 to 4 years.

The Bachelor degree programme includes a thesis requirement. Study courses leading to the Bachelor degree must be accredited according to the Law establishing a Foundation for the Accreditation of Study Programmes in Germany.⁸

First degree programmes (Bachelor) lead to Bachelor of Arts (B.A.), Bachelor of Science (B.Sc.), Bachelor of Engineering (B.Eng.), Bachelor of Laws (LL.B.), Bachelor of Fine Arts (B.F.A.), Bachelor of Music (B.Mus.) or Bachelor of Education (B.Ed.).

The Bachelor degree corresponds to level 6 of the German Qualifications Framework/ European Qualifications Framework.

8.4.2 Master

Master is the second degree after another 1 to 2 years. Master study programmes may be differentiated by the profile types "practice-oriented" and "research-oriented". Higher Education Institutions define the profile.

The Master degree study programme includes a thesis requirement. Study programmes leading to the Master degree must be accredited according to the Law establishing a Foundation for the Accreditation of Study Programmes in Germany.⁹

Second degree programmes (Master) lead to Master of Arts (M.A.), Master of Science (M.Sc.), Master of Engineering (M.Eng.), Master of Laws (L.L.M.), Master of Fine Arts (M.F.A.), Master of Music (M.Mus.) or Master of Education (M.Ed.). Master study programmes which are designed for continuing education may carry other designations (e.g. MBA).

The Master degree corresponds to level 7 of the German Qualifications Framework/ European Qualifications Framework.

8.4.3 Integrated "Long" Programmes (One-Tier): Diplom degrees, Magister Artium, Staatsprüfung

An integrated study programme is either mono-disciplinary (*Diplom* degrees, most programmes completed by a *Staatsprüfung*) or comprises a combination of either two major or one major and two minor fields (*Magister Artium*). The first stage (1.5 to 2 years) focuses on broad orientations and foundations of the field(s) of study. An Intermediate Examination (*Diplom-Vorprüfung* for *Diplom* degrees; *Zwischenprüfung* or credit requirements for the *Magister Artium*) is prerequisite to enter the second stage of advanced studies and specializations. Degree requirements include submission of a thesis (up to 6 months duration) and comprehensive final written and oral examinations. Similar regulations apply to studies leading to a *Staatsprüfung*. The level of qualification is equivalent to the Master level.

- Integrated studies at *Universitäten (U)* last 4 to 5 years (*Diplom* degree, *Magister Artium*) or 3 to 6.5 years (*Staatsprüfung*). The *Diplom* degree is awarded in engineering disciplines, the natural sciences as well as economics and business. In the humanities, the corresponding degree is usually the *Magister Artium (M.A.)*. In the social sciences, the practice varies as a matter of institutional traditions. Studies preparing for the legal, medical and pharmaceutical professions are completed by a *Staatsprüfung*. This applies also to studies preparing for teaching professions of some *Länder*.

The three qualifications (*Diplom*, *Magister Artium* and *Staatsprüfung*) are academically equivalent and correspond to level 7 of the German Qualifications Framework/ European Qualifications Framework.

. They qualify to apply for admission to doctoral studies. Further prerequisites for admission may be defined by the Higher Education Institution, cf. Sec. 8.5.

- Integrated studies at *Fachhochschulen (FH)*/Universities of Applied Sciences (UAS) last 4 years and lead to a *Diplom (FH)* degree which corresponds to level 6 of the German Qualifications Framework/ European Qualifications Framework.

. While the *FH/UAS* are non-doctorate granting institutions, qualified graduates may apply for admission to doctoral studies at doctorate-granting institutions, cf. Sec. 8.5.

- Studies at *Kunst- and Musikhochschulen* (Universities of Art/Music etc.) are more diverse in their organization, depending on the field and individual objectives. In addition to *Diplom/Magister* degrees, the integrated study programme awards include Certificates and certified examinations for specialized areas and professional purposes.

8.5 Doctorate

Universities as well as specialized institutions of university standing and some Universities of Art/Music are doctorate-granting institutions. Formal prerequisite for admission to doctoral work is a qualified Master (UAS and U), a *Magister* degree, a *Diplom*, a *Staatsprüfung*, or a foreign equivalent. Comparable degrees from universities of art and music can in exceptional cases (study programmes such as music theory, musicology, pedagogy of arts and music, media studies) also formally qualify for doctoral work. Particularly qualified holders of a Bachelor or a *Diplom (FH)* degree may also be admitted to doctoral studies without acquisition

of a further degree by means of a procedure to determine their aptitude. The universities respectively the doctorate-granting institutions regulate entry to a doctorate as well as the structure of the procedure to determine aptitude. Admission further requires the acceptance of the Dissertation research project by a professor as a supervisor.

The doctoral degree corresponds to level 8 of the German Qualifications Framework/ European Qualifications Framework.

8.6 Grading Scheme

The grading scheme in Germany usually comprises five levels (with numerical equivalents; intermediate grades may be given): "*Sehr Gut*" (1) = Very Good; "*Gut*" (2) = Good; "*Befriedigend*" (3) = Satisfactory; "*Ausreichend*" (4) = Sufficient; "*Nicht ausreichend*" (5) = Non-Sufficient/Fail. The minimum passing grade is "*Ausreichend*" (4). Verbal designations of grades may vary in some cases and for doctoral degrees.

In addition, grade distribution tables as described in the ECTS Users' Guide are used to indicate the relative distribution of grades within a reference group.

8.7 Access to higher Education

The General Higher Education Entrance Qualification (*Allgemeine Hochschulreife, Abitur*) after 12 to 13 years of schooling allows for admission to all higher educational studies. Specialized variants (*Fachgebundene Hochschulreife*) allow for admission at *Fachhochschulen (UAS)*, universities and equivalent higher education institutions, but only in particular disciplines. Access to study programmes at *Fachhochschulen (UAS)* is also possible with a *Fachhochschulreife*, which can usually be acquired after 12 years of schooling. Admission to study programmes at Universities of Art/Music and comparable study programmes at other higher education institutions as well as admission to a study programme in sports may be based on other or additional evidence demonstrating individual aptitude.

Applicants with a vocational qualification but without a school-based higher education entrance qualification are entitled to a general higher education entrance qualification and thus to access to all study programmes, provided they have obtained advanced further training certificates in particular state-regulated vocational fields (e.g. *Meister/Meisterin im Handwerk, Industriemeister/in, Fachwirt/in (IHK und HWK), staatlich geprüfte/r Betriebswirt/in, staatliche geprüfte/r Gestalter/in, staatlich geprüfte/r Erzieher/in*). Vocationally qualified applicants can obtain a *Fachgebundene Hochschulreife* after completing a state-regulated vocational education of at least two years' duration plus professional practice of normally at least three years' duration, after having successfully passed an aptitude test at a higher education institution or other state institution; the aptitude test may be replaced by successfully completed trial studies of at least one year's duration.¹⁰ Higher Education Institutions may in certain cases apply additional admission procedures.

8.8 National Sources of Information

- Kultusministerkonferenz (KMK) [Standing Conference of the Ministers of Education and Cultural Affairs of the *Länder* in the Federal Republic of Germany]; Graurheindorfer Str. 157, D-53117 Bonn; Fax: +49[0]228/501-777; Phone: +49[0]228/501-0
- Central Office for Foreign Education (ZaB) as German NARIC; www.kmk.org; E-Mail: zab@kmk.org
- "Documentation and Educational Information Service" as German EURYDICE-Unit, providing the national dossier on the education system (<http://www.kmk.org/dokumentation/zusammenarbeit-auf-europaeischer-ebene-im-eurydice-informationsnetz.html>); E-Mail: eurydice@kmk.org
- *Hochschulrektorenkonferenz (HRK)* [German Rectors' Conference]; Ahrstrasse 39, D-53175 Bonn; Fax: +49[0]228/887-110; Phone: +49[0]228/887-0; www.hrk.de; E-Mail: post@hrk.de
- "Higher Education Compass" of the German Rectors' Conference features comprehensive information on institutions, programmes of study, etc. (www.higher-education-compass.de)

¹ The information covers only aspects directly relevant to purposes of the Diploma Supplement. All information as of January 2015.

² *Berufsakademien* are not considered as Higher Education Institutions, they only exist in some of the *Länder*. They offer educational programmes in close cooperation with private companies. Students receive a formal degree and carry out an apprenticeship at the company. Some *Berufsakademien* offer Bachelor courses which are recognized as an academic degree if they are accredited by a German accreditation agency.

³ German Qualifications Framework for Higher Education Degrees. (Resolution of the Standing Conference of the Ministers of Education and Cultural Affairs of the *Länder* in the Federal Republic of Germany of 21 April 2005).

⁴ German Qualifications Framework for Lifelong Learning (DQR). Joint resolution of the Standing Conference of the Ministers of Edu-

-
- cation and Cultural Affairs of the *Länder* in the Federal Republic of Germany, the German Federal Ministry of Education and Research, the German Conference of Economics Ministers and the German Federal Ministry of Economics and Technology (Resolution of the Standing Conference of the Ministers of Education and Cultural Affairs of the *Länder* in the Federal Republic of Germany of 15 November 2012). More information at www.dqr.de
- 5 Recommendation of the European Parliament and the European Council on the establishment of a European Qualifications Framework for Lifelong Learning of 23 April 2008 (2008/C 111/01 – European Qualifications Framework for Lifelong Learning – EQF).
- 6 Common structural guidelines of the *Länder* for the accreditation of Bachelor's and Master's study courses (Resolution of the Standing Conference of the Ministers of Education and Cultural Affairs of the *Länder* in the Federal Republic of Germany of 10.10.2003, as amended on 04.02.2010).
- 7 "Law establishing a Foundation 'Foundation for the Accreditation of Study Programmes in Germany'", entered into force as from 26 February 2005, GV. NRW. 2005, No. 5, p. 45 in connection with the Declaration of the *Länder* to the Foundation "Foundation: Foundation for the Accreditation of Study Programmes in Germany" (Resolution of the Standing Conference of the Ministers of Education and Cultural Affairs of the *Länder* in the Federal Republic of Germany of 16 December 2004).
- 8 See note No. 7.
- 9 See note No. 7.
- 10 Access to higher education for applicants with a vocational qualification, but without a school-based higher education entrance qualification (Resolution of the Standing Conference of the Ministers of Education and Cultural Affairs of the *Länder* in the Federal Republic of Germany of 6 March 2009).

Anlage 6 Transcript of Records

1. Holder of the Qualification

Family Name, First Name <<Nachname>>, <<Vorname>>

Date, Place, Country of Birth <<DateofBirth>>, <<BirthPlace>>, <<BirthCountry>>

Student ID Number Code <<Matrikelnummer>>

2. Qualification

Course	Certification Date	Absolute Grade	Relative Grade	ECTS
1.1 Leadership / Leadership	<<ExDate>>	<<Note>>	n.a. ¹	10
1.2. Experience Design Thinking / Experience Design Thinking	<<ExDate>>			5
1.3. Zukunfts- und Trendforschung / Future and Trend Research	<<ExDate>>		n.a. ¹	5
1.4. Digitale Produktentwicklung / Digital Product Development	<<ExDate>>	<<Note>>	n.a. ¹	10
1.5. Strategische Innovation / Strategic Innovation	<<ExDate>>	<<Note>>	n.a. ¹	10
1.6. Wissenschaftliches Arbeiten / Scientific Work	<<ExDate>>		n.a. ¹	5
2.1. Brand Identity / Brand Identity	<<ExDate>>	<<Note>>	n.a. ¹	10
2.2. Kultur / Culture	<<ExDate>>			5
2.3. Marketing & Märkte / Marketing & Markets	<<ExDate>>	<<Note>>	n.a. ¹	5
3.1. Master-Thesis und Kolloquium / Master-Thesis and Colloquium	<<ExDate>>	<<Note>>	n.a. ¹	25

Certification Date: <<Date>>

 Chairman, Examination Committee
 (Official Stamp/ Seal)


Governing Board

¹ For building relative grades is a statistical base of at least three classes necessarily. The student was member of the first class of the program.