

Gemäß § 10 Abs. 6 der Grundordnung der Mediadesign Hochschule für Design und Informatik in ihrer 10. Fassung vom 14.04.2021 erlässt der Akademische Senat die folgende Studien- und Prüfungsordnung für den Bachelor-Studiengang „Media Management“ (Bachelor 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	Prüfungs- und Studienplan	5
§ 6	Sprache	5
§ 7	Praxissemester	6
§ 8	Abschlussprüfung	6
§ 9	Abschlusszeugnis, Gesamtprädikat und Bachelor-Urkunde	6
§ 10	In-Kraft-Treten	7
	Anlage 1 zu § 5 Prüfungsplan des Studiengangs Media Management (B.A.).....	8
	Anlage 2 zu § 5 Studienplan des Studiengangs Media Management (B.A.).....	10
	Anlage 3 Zeugnis	12
	Anlage 4 Urkunde	14
	Anlage 5 Diploma Supplement (in Deutsch und Englisch).....	16
	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

- (1) Diese Ordnung gilt für alle Studierende, die in dem Vollzeit-Bachelor-Studiengang „Media Management“ (Bachelor 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 Bachelor-Grad wird als erster berufsqualifizierender akademischer Abschluss verliehen. Mit dem Studienabschluss wird festgestellt, dass der Absolvent die für den Übergang in die Berufspraxis notwendigen Kompetenzen erworben hat. Dazu zählen wissenschaftliche Grundlagen, Methodenkompetenz und fachunabhängige Schlüsselqualifikationen. Der Bachelor-Grad stellt eine Qualifikation dar, die mit Bachelor-Graden von ausländischen Hochschulen vergleichbar ist und damit zur internationalen Mobilität der Kandidaten beiträgt. Gleichfalls wird grundsätzlich die Eignung zur Aufnahme eines Master-Studiums festgestellt.
- (2) Auf Grund der bestandenen Bachelorprüfung (§ 8) wird der akademische Grad „Bachelor of Arts“ („B.A.“) verliehen.
- (3) Der Bachelor-Studiengang „Media Management (B.A.)“ richtet sich sowohl an Studierende, die ihre berufliche Zukunft in der Medien-, Kreativ- oder Digitalwirtschaft verorten, als auch an Studierende, die in ihrer beruflichen Zukunft die Innovationsstrategien von Unternehmen mitgestalten und ihre Kenntnisse in diesem Bereich fundiert und praxisnah entwickeln möchten. Um sie für die Anforderungen der Berufswelt fit zu machen, erlernen sie im Laufe des Studiengangs die Grundlagen der Führung eines Unternehmens aus der Kreativ- und Medienbranche kennen. Ziel des Studiengangs ist es, die Absolventen auf Führungspositionen vorzubereiten.

Die Absolventen verfügen über ein fundiertes betriebs-, volkswirtschaftliches und medienwissenschaftliches Basiswissen sowie über konzeptionelle, wissenschaftlich-methodische und praxisorientierte Kompetenzen. Damit sind sie befähigt, die in ihrer Arbeitswelt auftretenden Herausforderungen in den Bereichen Marketing, digitale Geschäftsstrategien, Social Media Management sowie Brand-, Produkt- und Projektmanagement zu verstehen und methodisch zu lösen.

Die Absolventen können sowohl wirtschaftliche und kreative Aufgabenstellungen identifizieren, abstrahieren, strukturieren und ganzheitlich lösen als auch Prozesse systematisch analysieren und bewerten und anwendungsorientierte Lösungen auf Basis von Datenanalysen erarbeiten und optimieren. Die Absolventen verstehen grundlegende Aufgaben aller für die Unternehmensführung relevanter betrieblicher Funktionsbereiche, insbesondere in den Bereichen Marketing, Medientechnologie und Social Media.

Sie sind in der Lage, Medienproduktionsprozesse zu lenken und zu überwachen. Dazu gehört die Konzeptionierung und Durchführung von Medienprodukten, sowie das operative und strategische Management. Sie sind in der Lage, wichtige Kennzahlen für die Steuerung von Kreativ- und Medienunternehmen

aufzubereiten und sich um Wettbewerbs- und Marktanalysen zu kümmern. Durch die im Studium erworbenen Kompetenzen sind sie zusätzlich dazu befähigt, sich mit betriebswirtschaftlichen und rechtlichen Grundsatzfragen auseinanderzusetzen, um so Probleme in der Praxis zu lösen. Daneben besitzen die Absolventen ein tiefgreifendes Verständnis für die Zusammenhänge und Entwicklungen der Kreativ- und Medienbranche und verfügen über Know-how, um Innovation und Digitalisierung von Medienunternehmen voranzutreiben.

Die Absolventinnen und Absolventen besitzen auf dem aktuellen Stand von Lehre und Forschung ihres Fachgebietes folgende Fachkenntnisse.

Sie haben (Kenntnisse)

- fundierte methodische und theoretische Basiskenntnisse über die individuelle, gesellschaftliche, politische und rechtliche Funktion von Wirtschaftsunternehmen; mit dem Fokus auf Unternehmen der Medien-, Kreativ- und Digitalwirtschaft.
- grundlegende Kenntnisse auf dem aktuellen Stand der Forschung in Form eines breiten und integrierten Basis- und Überblickwissens in Bezug auf die wissenschaftlichen Grundlagen des Faches.
- notwendige Kenntnisse über das Zusammenwirken methodischer und theoretischer sowie strategischer und planerischer Anforderungen in Kreativ- und Medienunternehmen auf der Basis von Managementprozessen.
- hinreichende Kenntnisse crossmedialer Anforderungsprofile in vernetzten Medien- und Kommunikationsstrukturen.
- fundierte Kenntnisse im Games Management resp. Innovationsmanagement (Wahlpflichtbereich).

Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, (Fertigkeiten)

- ihre Eingangsqualifikationen und Kompetenzen zu systematisieren, zu erweitern, zu reflektieren und zu schärfen.
- die eigene Positionierung durch Darstellung der Methodik und Argumentation von Managemententscheidungen zu analysieren und zu optimieren.
- die soziokulturellen, politischen und rechtlichen Vorgaben, Herausforderungen, Abhängigkeiten und Sachzwänge von Wirtschaftsunternehmen zu analysieren und zu bewerten.
- die grundlegenden Modelle und Methoden von Managementprozessen zu verstehen, zu analysieren und fachlich einordnen zu können.
- Projekte über unterschiedliche Medienkanäle crossmedial zu planen, zu berechnen und zu vermarkten.

Die Absolventinnen und Absolventen können (Kompetenzen)

- Problemlösungen und Argumente in ihrem Fachgebiet erarbeiten und selbstständig weiterführende Lernprozesse gestalten.
- ganzheitlich und methodisch effiziente Lösungen auch für interdisziplinäre Fragestellungen finden.
- sich über Inhalte und Problemstellungen mit Fachkolleginnen und -kollegen effektiv austauschen.
- Inhalte und Probleme des Fachgebiets argumentativ kommunizieren und präsentieren.
- crossmedial vernetzte Medien- und Kommunikationsstrukturen für strategische Prozesse im Unternehmen effektiv nutzen.

- wissenschaftliche Methoden in der Praxis anwenden und im beruflichen Alltag innovative Entwicklungen umsetzen.
- durch den Praxisbezug in ihrem Studium ihr Wissen und Verstehen auf ihre Tätigkeit bzw. ihren Beruf als Medien- bzw. Innovationsmanager/in unmittelbar in das berufliche Umfeld integrieren und anwenden.
- durch Übungen und Reflexionsfragen Problemfelder und Ausprägungen ihrer Persönlichkeit und Persönlichkeitsentwicklung, sowie deren Auswirkungen und Einflüsse, verstehen, reflektieren und optimieren.
- ethische Zielvorgaben als ökonomischen, ökologischen und sozialen Wertfaktor in Managementprozesse mit dem Ziel einer nachhaltigen Unternehmensentwicklung miteinbeziehen.
- genderspezifische Erkenntnisse geltend machen.
- basierend auf der Bachelor-Ausbildung selbstständig lernen und sich weiterbilden.

§ 3 Regelstudienzeit, Gliederung des Studiums und ECTS

- (1) Das Studium umfasst 7 Semester (Regelstudienzeit). Der Umfang der zur Erlangung des Bachelorgrades erforderlichen Leistungspunkte beträgt 210 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: 140 Leistungspunkte
 - Studienbegleitende Wahlpflichtmodule: 30 Leistungspunkte
 - Praxissemester: 30 Leistungspunkte
 - Abschlussprüfung: 10 Leistungspunkte
- (3) Der Studiengang gliedert sich in den studienbegleitenden Modul-Teil, das Praxissemester und die Abschlussprüfung:
 - a) Die Module des studienbegleitenden Modul-Teils sind jeweils einem der folgenden Fachgebiete zugeordnet:
 - 1 „Studium Generale“
 - 2 „Management“
 - 3 „Media“
 - 4 „Projekte“
 - 5 „Wahlpflicht“.
 - b) Das Praxissemester findet in der Regel im 6. Semester statt. Es ist möglich, das Praxissemester im 5. Semester abzuhalten. In diesem Fall werden die Module, die in der Regel im 5. Semester stattfinden, in das 6. Semester verschoben, um den Workload von 30 ECTS pro Semester zu gewährleisten. Die Festsetzung, ob das Praxissemester im 5. oder 6. Semester stattfindet, muss bis Ablauf des 3. Semesters durch den Studiengangsleiter erfolgen und wird den Studierenden bekanntgegeben.
 - c) Der Studiengang endet mit dem 7. Semester im Rahmen der Bachelorphase mit der Abschlussprüfung (§ 8).

§ 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) Für Studienbewerber auf Grundlage von § 11 Abs. 2 BerlHG werden für diesen Studiengang insbesondere folgende in der Bundesrepublik Deutschland abgeschlossene Berufsausbildungen als fachlich ähnlich angesehen (nicht abschließend):
 - Fachangestellte/r für Medien- und Informationsdienste
 - Fachinformatiker/in
 - Fachkraft für Veranstaltungstechnik
 - Fotomedienlaborant/in Mediengestalter/in Digital und Print
 - Kaufmann/Kauffrau für audiovisuelle Medien
 - Mediengestalter/in Bild und Ton
 - Verlagskaufmann/Kauffrau
 - Werbekaufmann/Kauffrau
- (3) Über die fachliche Ähnlichkeit anderer abgeschlossener Berufsausbildungen entscheidet der Prüfungsausschuss.

§ 5 Prüfungs- 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 § 8 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 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 Praxissemester

- (1) Das Praxissemester findet in der Regel im 6. Semester statt, kann jedoch nach § 3 Abs. 3 b) in das 5. Semester verschoben werden. Es ist im Rahmen des Praxissemesters ein Praxisbericht zu erstellen. Das Semester schließt mit einer Präsentation der Praktikumsresultate ab.

§ 8 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.

§ 9 Abschlusszeugnis, Gesamtprädikat und Bachelor-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 Beurteilung der Abschlussarbeit (Größe X2) und
 - der differenzierten Beurteilung des Kolloquiums (Größe X3),

nach der Formel $X = 0,75 X1 + 0,20 X2 + 0,05 X3$ gebildet.

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 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 Bachelor-Urkunde (Anlage 4) in deutscher Sprache 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.

§ 10 In-Kraft-Treten

- (1) Diese Ordnung tritt nach ihrer Veröffentlichung auf der Homepage der Hochschule in Kraft.
- (2) Sie ist gültig ab dem 01. April 2022.

Anlage 1 zu § 5

Prüfungsplan des Studiengangs Media Management (B.A.)

Fachgebiete und zugehörige Studienmodule		Lehrform	Prüfungsart	Notenge- wichtung	Leistungs- punkte
1 Studium Generale					35
1.1.	Scientific Work I	S, Ü	Sc	Diff.	5
1.2.	Presentation and Rhetoric	S, Ü	Mü	Undiff.	5
1.3.	Cultural Studies	V, S	Sc	Undiff.	5
1.4.	Media Psychology	V, S, Ü	Mü	Diff.	5
1.5.	CSR and Sustainability	V, S, Ü	Sc	Undiff.	5
1.6.	Scientific Work II	S, Ü	Sc	Undiff.	5
1.7.	Case Studies and Research	S, Ü	Sc	Diff.	5
2 Management					40
2.1.	General Business Studies	V, S, Ü	Sc	Diff.	5
2.2.	Financial Management	V, S, Ü	Sc	Diff.	5
2.3.	Project Management and Leadership	V, S	Sc	Diff.	5
2.4.	Marketing and Brand Management	V, S, Ü	Sc	Diff.	5
2.5.	Business Math and Statistics	V, S, Ü	Sc	Undiff.	5
2.6.	Market Research	V, S, Ü	Sc	Diff.	5
2.7.	Controlling	V, S, Ü	Sc	Diff.	5
2.8.	Vision and Strategy	S, Ü	Sc	Diff.	5
3 Media					30
3.1.	Creative and Media Industries	V, S	Sc	Diff.	5
3.2.	Digital Media Technologies	S, Ü	Pr	Diff.	5
3.3.	Social Media I	S, Ü	Sc	Diff.	5
3.4.	Social Media II	S, Ü	Sc	Diff.	5
3.5.	Media Ethics	S, Ü	Sc	Undiff.	5
3.6.	Media Law	S, Ü	Sc	Undiff.	5

4 Projekte					35
4.1.	Projekt I: Media Technologies	P	Pr	Diff.	5
4.2.	Projekt II: Digital Business Models	P	Pr	Diff.	10
4.3.	Projekt III: Trend and Future Research	P	Pr	Diff.	10
4.4.	Projekt IV: Digital Media Content	P	Pr	Diff.	10
5.A Wahlpflicht A – Innovation Management					30
5.A1.	Innovation and Change Management	S, Ü	Sc	Diff.	5
5.A2.	Data Science and AI	S, Ü	Sc	Diff.	5
5.A3.	Digital Transformation and Emerging Technologies	S, Ü	Sc	Diff.	5
5.A4.	Entrepreneurship	S, Ü	Sc	Diff.	5
5.A5.	Projekt: Innovation Management	P	Pr	Diff.	10
5.B Wahlpflicht B – Games Management					30
5.B1.	Storytelling	S, Ü	Sc	Diff.	5
5.B2.	Game Design	S, Ü	Sc	Diff.	5
5.B3.	Game Production	S, Ü	Sc	Diff.	5
5.B4.	Game Finance	S, Ü	Sc	Diff.	5
5.B5.	Projekt: Games Management	P	Pr	Diff.	10
6 Praxissemester und Präsentation					30
6.1	Praxissemester und Präsentation	P	Sc, Mü	Undiff.	30
7 Bachelor-Abschluss					10
7.1.	Abschlussarbeit und Kolloquium		Sc, K	Diff.	10

Legende:

Lehrform: V = Vorlesung, S = Seminar, Ü = Übung, P = Projektarbeit

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

Anlage 2 zu § 5

Studienplan des Studiengangs Media Management (B.A.)

Fachgebiete und zugehörige Studienmodule		Semester 1	Semester 2	Semester 3	Semester 4	Semester 5	Semester 6	Semester 7	Gesamt ECTS	Präsenz	Selbstlern- phase
1 Studium Generale											
1.1.	Scientific Work I	5							5	42	131
1.2.	Presentation and Rhetoric		5						5	54	119
1.3.	Cultural Studies			5					5	54	119
1.4.	Media Psychology				5				5	54	119
1.5.	CSR and Sustainability							5	5	54	119
1.6.	Scientific Work II							5	5	54	119
1.7.	Case Studies and Research							5	5	54	119
2 Management											
2.1.	General Business Studies	5							5	54	119
2.2.	Financial Management	5							5	54	119
2.3.	Project Management and Leadership		5						5	54	119
2.4.	Marketing and Brand Management		5						5	54	119
2.5.	Business Math and Statistics			5					5	54	119
2.6.	Market Research			5					5	54	119
2.7.	Controlling				5				5	54	119
2.8.	Vision and Strategy					5			5	54	119
3 Media											
3.1.	Creative and Media Industries	5							5	54	119
3.2.	Digital Media Technologies	5							5	54	119
3.3.	Social Media I				5				5	54	119
3.4.	Social Media II					5			5	54	119
3.5.	Media Ethics					5			5	54	119
3.6.	Media Law					5			5	54	119

Fachgebiete und zugehörige Studienmodule		Semester 1	Semester 2	Semester 3	Semester 4	Semester 5	Semester 6	Semester 7	Gesamt ECTS	Präsenz	Selbstlern- phase
4 Projekte											
4.1.	Projekt I: Media Technologies	5							5	60	113
4.2.	Projekt II: Digital Business Models		10						10	108	239
4.3.	Projekt III: Trend and Future Research			10					10	108	239
4.4.	Projekt IV: Digital Media Content				10				10	108	239
5.A Wahlpflicht A – Innovation Management											
5.A1.	Innovation and Change Management		5						5	54	119
5.A2.	Data Science and AI			5					5	54	119
5.A3.	Digital Transformation and Emerging Technologies				5				5	54	119
5.A4.	Entrepreneurship							5	5	54	119
5.A5.	Projekt: Innovation Management					10			10	108	239
5.B Wahlpflicht B – Games Management											
5.B1.	Storytelling		5						5	54	119
5.B2.	Game Design			5					5	54	119
5.B3.	Game Production				5				5	54	119
5.B4.	Game Finance							5	5	54	119
5.B5.	Projekt: Games Management					10			10	108	239
6 Praxissemester und Präsentation											
6.1	Praxissemester und Präsentation						30		30	24	756
7 Bachelor-Abschluss											
7.1.	Abschlussarbeit und Kolloquium							10	10		260

Anlage 3 Zeugnis

<Anrede>> <<Vorname Name>>

geboren am <<GeburtsDatum>>

in <<Ort>>

aufgrund der am <<Datum>> im Studiengang

Media Management (BACHELOR OF ARTS)

mit folgenden Leistungen erfolgreich abgeschlossen

Fachgebiete

Studium Generale	<<Note>>
Management	<<Note>>
Media and Innovation	<<Note>>
Projekte	<<Note>>
Wahlpflicht A	<<Note>>
Wahlpflicht B	<<Note>>
Praxissemester und Präsentation	<<Note>>
Bachelor-Abschluss	<<Note>>
Kolloquium	<<Note>>
Gesamtprädikat	<<Note>>

Thema der Abschlussarbeit:

Berlin, <<Datum>>

Der Vorsitzende der
Prüfungskommission



Hochschulleitung

ZIELE

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

Media Management

erfolgreich abgelegten Abschlussprüfung
den akademischen Grad

BACHELOR OF ARTS

Berlin, <<Datum>>

Hochschulleitung
Siegel

DRUCKUNGEN

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 beigelegt 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)
 Bachelor of Arts (B.A.)

2.2 Hauptstudienfach oder -fächer für die Qualifikation
 Media Management

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

3. ANGABEN ZU EBENE UND ZEITDAUER DER QUALIFIKATION

3.1 Ebene der Qualifikation
 erster berufsqualifizierender Hochschulabschluss
 (Bachelor-Grad)

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

3.5 Jahre (= 210 ECTS-Punkte in 7 Semestern); Vollzeitstudium mit einem Arbeitsaufwand von 1560 Stunden / Jahr und 26 Stunden pro ECTS-Punkt.

3.3 Zugangsvoraussetzung(en)

Allgemeine Hochschulzugangsberechtigung oder nach deutschem Recht anerkannte im Ausland erworbene Hochschulzugangsberechtigung.

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

4.1 Studienform
 Vollzeitstudium

4.2 Lernergebnisse des Studiengangs

Der Bachelor-Studiengang „Media Management (B.A.)“ richtet sich an Studierende, die ihre berufliche Zukunft in der Kreativ- und Medienbranche verorten und ihre Kenntnisse in diesem Bereich fundiert und praxisnah entwickeln möchten. Um sie für die Anforderungen der Berufswelt fit zu machen, erlernen sie im Laufe des Studiengangs die Grundlagen der Führung eines Unternehmens aus der Kreativ- und Medienbranche kennen. Ziel des Studiengangs ist es, die Absolventen auf Führungspositionen vorzubereiten.

Die Absolventen verfügen über ein fundiertes betriebs-, volkswirtschaftliches und medienwissenschaftliches Basiswissen sowie über konzeptionelle, wissenschaftlich-methodische und praxisorientierte Kompetenzen. Damit sind sie befähigt, die in ihrer Arbeitswelt auftretenden Herausforderungen in den Bereichen Marketing, Social Media Management, Innovationsmanagement sowie Brand-, Produkt- und Projektmanagement zu verstehen und methodisch zu lösen.

Die Absolventen können sowohl wirtschaftliche und kreative Aufgabenstellungen identifizieren, abstrahieren, strukturieren und ganzheitlich lösen als auch Prozesse systematisch analysieren und bewerten und anwendungsorientierte Lösungen auf Basis von Datenanalysen erarbeiten und optimieren. Die Absolventen verstehen grundlegende Aufgaben aller für die Unternehmensführung relevanter betrieblicher Funktionsbereiche, insbesondere in den Bereichen Marketing, Innovation, Medientechnologie und Social Media.

Sie sind in der Lage, Medienproduktionsprozesse zu lenken und zu überwachen. Dazu gehört die Konzeptionierung und Durchführung von Medienprodukten, sowie das operative und strategische Management. Sie sind in der Lage, wichtige Kennzahlen für die Steuerung von Kreativ- und Medienunternehmen aufzubereiten und sich um Wettbewerbs- und Marktanalysen zu kümmern. Durch die im Studium erworbenen Kompetenzen sind sie zusätzlich dazu befähigt, sich mit betriebswirtschaftlichen und rechtlichen Grundsatzfragen auseinanderzusetzen, um so Probleme in der Praxis zu lösen. Daneben besitzen die Absolventen ein tiefgreifendes Verständnis für die Zusammenhänge und Entwicklungen der Kreativ- und Medienbranche und verfügen über Know-how, um die Digitalisierung von Medienunternehmen voranzutreiben. Die Absolventinnen und Absolventen besitzen auf dem aktuellen Stand von Lehre und Forschung ihres Fachgebietes folgende Fachkenntnisse.

Sie haben (Kenntnisse)

- fundierte methodische und theoretische Basiskenntnisse über die individuelle, gesellschaftliche, politische und rechtliche Funktion von Wirtschaftsunternehmen.
- grundlegende Kenntnisse auf dem aktuellen Stand der Forschung in Form eines breiten und integrierten Basis- und Überblickwissens in Bezug auf die wissenschaftlichen Grundlagen des Faches.
- notwendige Kenntnisse über das Zusammenwirken methodischer und theoretischer sowie strategischer und planerischer Anforderungen in Kreativ- und Medienunternehmen auf der Basis von Managementprozessen.
- fundierte Kenntnisse, um digitale Innovationsanstrengungen von Unternehmen lenken und überwachen zu können. Dazu gehören die Konzeptionierung und Durchführung von Innovationen, Markteinführungen und das Controlling der Maßnahmen.
- hinreichende Kenntnisse crossmedialer Anforderungsprofile in vernetzten Medien- und Kommunikationsstrukturen.

Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, (Fertigkeiten)

- ihre Eingangsqualifikationen und Kompetenzen zu systematisieren, zu erweitern, zu reflektieren und zu schärfen.

- die eigene Positionierung durch Darstellung der Methodik und Argumentation von Managemententscheidungen zu analysieren und zu optimieren.
- die soziokulturellen, politischen und rechtlichen Vorgaben, Herausforderungen, Abhängigkeiten und Sachzwänge von Wirtschaftsunternehmen zu analysieren und zu bewerten.
- die grundlegenden Modelle und Methoden von Managementprozessen zu verstehen, zu analysieren und fachlich einordnen zu können.
- Projekte über unterschiedliche Medienkanäle crossmedial zu planen, zu berechnen und zu vermarkten.

Die Absolventinnen und Absolventen können (Kompetenzen)

- Problemlösungen und Argumente in ihrem Fachgebiet erarbeiten und selbstständig weiterführende Lernprozesse gestalten.
- ganzheitlich und methodisch effiziente Lösungen auch für interdisziplinäre Fragestellungen finden.
- sich über Inhalte und Problemstellungen mit Fachkolleginnen und -kollegen effektiv austauschen.
- Inhalte und Probleme des Fachgebiets argumentativ kommunizieren und präsentieren.
- crossmedial vernetzte Medien- und Kommunikationsstrukturen für strategische Prozesse im Unternehmen effektiv nutzen.
- wissenschaftliche Methoden in der Praxis anwenden und im beruflichen Alltag innovative Entwicklungen umsetzen.
- durch den Praxisbezug in ihrem Studium ihr Wissen und Verstehen auf ihre Tätigkeit bzw. ihren Beruf als Medien- bzw. Innovationmanager/in unmittelbar in das berufliche Umfeld integrieren und anwenden.
- durch Übungen und Reflexionsfragen Problemfelder und Ausprägungen ihrer Persönlichkeit und Persönlichkeitsentwicklung, sowie deren Auswirkungen und Einflüsse, verstehen, reflektieren und optimieren.
- ethische Zielvorgaben als ökonomischen, ökologischen und sozialen Wertfaktor in Managementprozesse mit dem Ziel einer nachhaltigen Unternehmensentwicklung miteinbeziehen.
- genderspezifische Erkenntnisse geltend machen.
- basierend auf der Bachelor-Ausbildung selbstständig lernen und sich weiterbilden.

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 Bachelor-Arbeit siehe Bachelorzeugnis.

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



4.4 Notensystem und Notenspiegel

Das nationale Notensystem entspricht Abschnitt 8.6.

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 Fachgebietenoten aller Fachprüfungen (75% Gewichtung), die Beurteilung der Bachelor-Abschlussarbeit (20% Gewichtung) und die des Kolloquiums (5%Gewichtung);
 vgl. Bachelorzeugnis.

5. ANGABEN ZUR BERECHTIGUNG DER QUALIFIKATION

5.1 Zugang zu weiterführenden Studien

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

5.2 Zugang zu reglementierten Berufen (sofern zutreffend)

Durch den Grad Bachelor 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/studium/bachelor-studium/mediadesign-ba>

Nationale Informationsquellen: siehe Punkt 8.8

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.

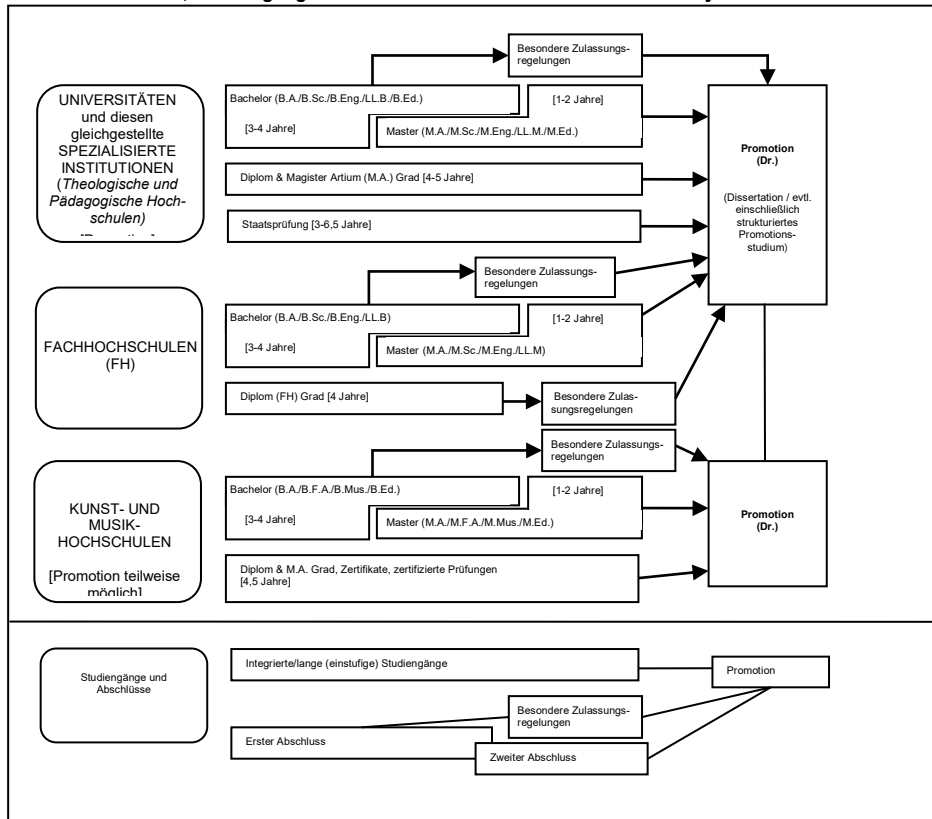
8.3 Anerkennung/Akkreditierung von Studiengängen und Abschlüssen

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 berufsbezogene 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-eyrdice-stelle-der-jaender.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>>,

1.4. Student identification number or code

<<Matrikelnummer>>

2. Information identifying the qualification

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

Bachelor of Arts (B.A.)

2.2. Main field(s) of study for the qualification

Media Management

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

Mediadesign Hochschule für Design und Informatik
 Fachbereich Design
 Lindenstr. 20-25
 10969 Berlin, Federal Republic of Germany
 Status
 Private Institution, state-recognized

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

Same

Status (Type / Control)

Same

2.5. Language(s) of instruction/examination

German

3. Information of the level and duration of the qualification

3.1. Level of the qualification

First degree, by research with thesis; 3,5 years one-tier programm

3.2. Official duration of programme in credits and/or years

3,5 years (= 210 Credit Points); full time programme with an increased workload of 1560 hours / year and 30 hours per Credit Point

3.3. Access Requirements

Higher Education Entrance Qualification (HEEQ), general; or foreign equivalent. The HEEQ after 12 to 13 years of schooling gives access to all higher education studies.

4. Information on the programme completed and the results obtained

4.1. Mode of Study

Full-time

4.2. Programme learning outcomes

The bachelor's degree "Media Management (B.A.)" is aimed at students who want to locate their professional future in the creative and media industry and who want to develop their knowledge in this area in a well-founded and practical manner. In order to make them fit for the demands of the professional world, they will learn the basics of running a company in the creative and media industry in the course of the course. The aim of the course is to prepare graduates for management positions.

The graduates have in-depth business, economic and media science basic knowledge as well as conceptual, scientific-methodological and practice-oriented skills. This enables them to understand and methodically solve the challenges that arise in their working world in the areas of marketing, social media management, innovation management as well as brand, product and project management.

Graduates can identify, abstract, structure and holistically solve economic and creative tasks as well as systematically analyze and evaluate processes and develop and optimize application-oriented solutions based on data analysis. Graduates understand the basic tasks of all operational functional areas relevant to corporate management, especially in the areas of marketing, innovation, media technology and social media.

They will be able to control and monitor media production processes. This includes the conception and implementation of media products, as well as operational and strategic management. They will be able to prepare important key figures for the control of creative and media companies and to take care of competition and market analyzes. The skills acquired during the course also enable them to deal with fundamental business and legal issues in order to solve problems in practice. In addition, the graduates have a profound understanding of the interrelationships and developments in the creative and media industries and have the know-how to advance the digitization of media companies.

The graduates have the following specialist knowledge based on the current state of teaching and research in their specialist field.

They have (knowledge)

- well-founded methodological and theoretical basic knowledge of the individual, social, political and legal function of commercial enterprises.
- Basic knowledge based on the current state of research in the form of a broad and integrated basic and overview knowledge in relation to the scientific foundations of the subject.
- Necessary knowledge about the interaction of methodological and theoretical as well as strategic and planning requirements in creative and media companies on the basis of management processes.
- In-depth knowledge in order to be able to direct and monitor digital innovation efforts of companies. This includes the conception and implementation of innovations, market launches and the controlling of the measures.
- Sufficient knowledge of cross-media requirement profiles in networked media and communication structures.

Graduates are able to (skills)

- systematize, expand, reflect on and sharpen their initial qualifications and competencies.
- analyze and optimize their own positioning by presenting the methodology and argumentation of management decisions.
- analyze and evaluate the socio-cultural, political and legal requirements, challenges, dependencies and practical constraints of business enterprises.
- understand, analyze and classify the basic models and methods of management processes.
- plan, calculate and market projects across different media channels.

The graduates can (competencies)

- develop problem solutions and arguments in their specialist area and independently design further learning processes.
- find holistic and methodically efficient solutions, also for interdisciplinary issues.
- effectively exchange information about content and problems with colleagues.
- communicate and present content and problems of the subject with argumentation.
- effectively use of cross-media networked media and communication structures for strategic processes in the company.
- apply scientific methods in practice and implement innovative developments in everyday work.
- integrate and apply their knowledge and understanding of their work or profession as a media or innovation manager directly in the professional environment through the practical relevance of their studies.
- through exercises and reflection questions, understanding, reflecting and optimizing problem areas and characteristics of their personality and personality development, as well as their effects and influences.
- include ethical targets as an economic, ecological and social value factor in management processes with the aim of sustainable corporate development.
- assert gender-specific knowledge.
- learn independently based on the bachelor's training and further educate yourself.

4.3. Programme details, individual credits gained and grades/marks obtained

See Transcript for list of courses and grades; and „Bachelorzeugnis“ (Final Examination Certificate) for subjects offered in final examinations (written and oral), and topic of thesis, including evaluations.

4.4. Grading system and, if available, grade distribution table

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“ (7%) - „Gut“ (11%) „Befriedigend“ (14%) - „Ausreichend“ (18%) - „Nicht ausreichend“ (50%)

4.5 Overall classification of the qualification (in original language)

<<Prädikat>>

Based on comprehensive Final Examination (written 21%, oral 9%, practical art 50%, thesis 20%); cf. Bachelorzeugnis (Final Examination Certificate)

5. Information on the function of the qualification
5.1. Access to Further Study

Qualifies to apply for admission to M.Sc. programs.

5.2. Access to a regulated profession (if applicable)

The Bachelor of Arts degree in this discipline entitles its 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>;
 on the program <http://www.mediadesign.de/>
 For national information sources cf. Sect. 8.8

7. Certification

This Diploma Supplement refers to the following original documents:

Document on the award of the academic degree (Bachelorurkunde)
 Certificate (Bachelorzeugnis)
 Transcript of Records

<<Date of Final Examination>>

<<Date of Final Examination>>

<<Date>>

Certification Date:

<<Date>>

Chairman, Examination Committee
 (Official Stamp/ Seal)



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 systemⁱ

8.1 Types of Institutions and Institutional Status

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

- *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 a distinct application-oriented focus and professional character of studies, which include 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, a scheme of first- and second-level degree programmes (Bachelor and Master) was introduced to be offered parallel to or instead of integrated "long" programmes. These programmes are designed to provide enlarged variety and flexibility to students in planning and pursuing educational objectives, they also enhance international compatibility of studies.

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).ⁱⁱⁱ 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.^{iv}

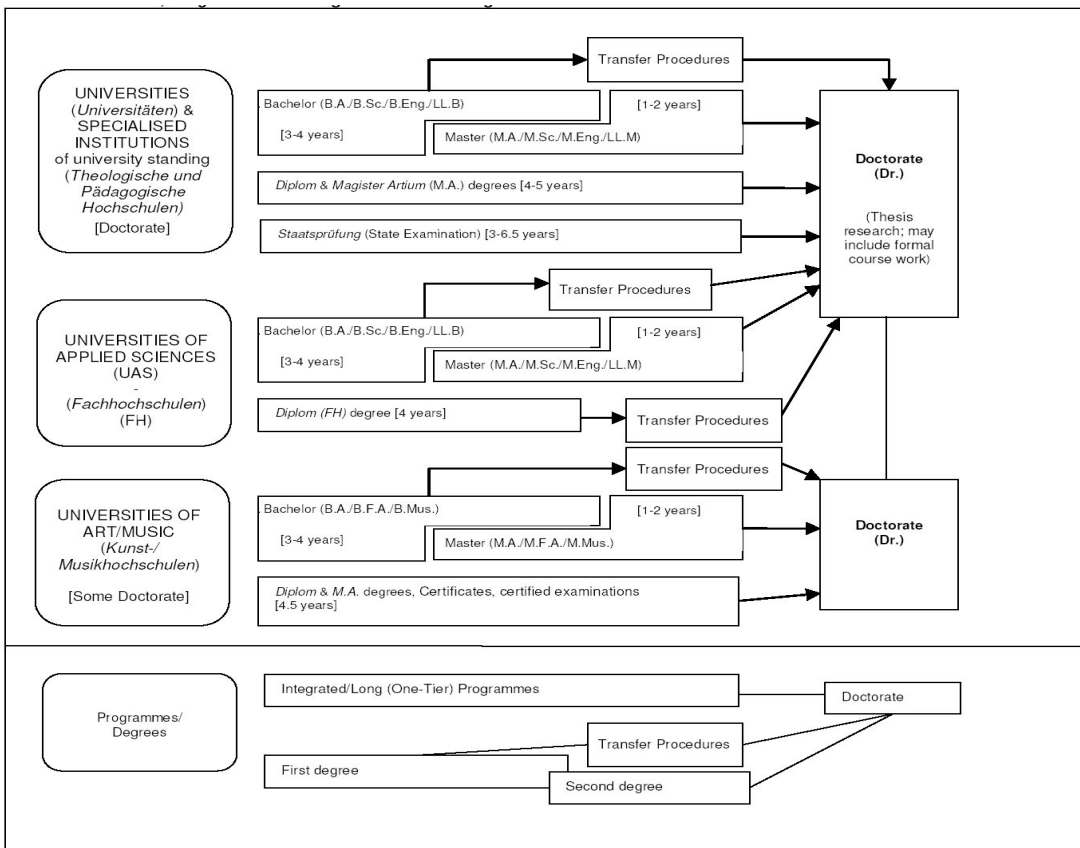
8.4 Organization and Structure of Studies

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.

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.

Table 1: Institutions, Programmes and Degrees in German Higher Education



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.^v

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.) or Bachelor of Music (B.Mus.).

8.4.2 Master

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

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.^{vi}

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.) or Master of Music (M.Mus.). Master study programmes, which are designed for continuing education or which do not build on the preceding Bachelor study programmes in terms of their content, may carry other designations (e.g. MBA).

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, pharmaceutical and teaching professions are completed by a *Staatsprüfung*.

The three qualifications (*Diplom*, *Magister Artium* and *Staatsprüfung*) are academically equivalent. 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. 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. 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.

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 institutions may already use the ECTS grading scheme, which operates with the levels A (best 10 %), B (next 25 %), C (next 30 %), D (next 25 %), and E (next 10 %).

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 to particular disciplines. Access to *Fachhochschulen* (UAS) is also possible with a *Fachhochschulreife*, which can usually be acquired after 12 years of schooling. Admission to Universities of Art/Music may be based on other or require additional evidence demonstrating individual aptitude.

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]; Lennéstrasse 6, D-53113 Bonn; Fax: +49[0]228/501- 229; 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 (www.kmk.org/doku/bildungswesen.htm); 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: sekr@hrk.de

- "Higher Education Compass" of the German Rectors' Conference features comprehensive information on institutions, programmes of study, etc. (www.higher-education-compass.de)

i The information covers only aspects directly relevant to purposes of the Diploma Supplement. All information as of 1 July 2005.

ii 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.

iii Common structural guidelines of the *Länder* as set out in Article 9 Clause 2 of the Framework Act for Higher Education (HRG) 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 21.4.2005).

iv "Law establishing a Foundation 'Foundation for the Accreditation of Study Programmes in Germany'", entered into force as from 26.2.2005, GV. NRW. 2005, nr. 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 16.12.2004).

v See note No. 4.

vi See note No. 4.

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 ¹	Relative Grade	ECTS
1.1. Scientific Work I	<<ExDate>>	<<Note>>	n.a. ²	5
1.2. Presentation and Rhetoric	<<ExDate>>		n.a. ²	5
1.3. Cultural Studies	<<ExDate>>		n.a. ²	5
1.4. Media Psychology	<<ExDate>>	<<Note>>	n.a. ²	5
1.5. Media Law	<<ExDate>>		n.a. ²	5
1.6. Scientific Work II	<<ExDate>>		n.a. ²	5
1.7. Case Studies and Research	<<ExDate>>	<<Note>>	n.a. ²	5
2.1. General Business Studies	<<ExDate>>	<<Note>>	n.a. ²	5
2.2. Financial Management	<<ExDate>>	<<Note>>	n.a. ²	5
2.3. Economics	<<ExDate>>	<<Note>>	n.a. ²	5
2.4. Marketing & Brand Management	<<ExDate>>	<<Note>>	n.a. ²	5
2.5. Business Math and Statistics	<<ExDate>>		n.a. ²	5
2.6. Market Research	<<ExDate>>	<<Note>>	n.a. ²	5
2.7. Controlling	<<ExDate>>	<<Note>>	n.a. ²	5
2.8. Design Thinking	<<ExDate>>	<<Note>>	n.a. ²	5
3.1. Creative and Media Industries	<<ExDate>>	<<Note>>	n.a. ²	5
3.2. Digital Media Technologies	<<ExDate>>	<<Note>>	n.a. ²	5
3.3. Innovation Management	<<ExDate>>	<<Note>>	n.a. ²	5
3.4. Low Coding and Data Science	<<ExDate>>	<<Note>>	n.a. ²	5
3.5. Social Media I	<<ExDate>>	<<Note>>	n.a. ²	5
3.6. Social Media II	<<ExDate>>	<<Note>>	n.a. ²	5
3.7. Digital Transformation	<<ExDate>>	<<Note>>	n.a. ²	5
3.8. Entrepreneurship	<<ExDate>>	<<Note>>	n.a. ²	5
4.1. Project I: Media Technologies	<<ExDate>>	<<Note>>	n.a. ²	5
4.2. Project II: Digital Business Models	<<ExDate>>	<<Note>>	n.a. ²	10
4.3. Project III: Trend and Future Research	<<ExDate>>	<<Note>>	n.a. ²	10
4.4. Project IV: Digital Media Content	<<ExDate>>	<<Note>>	n.a. ²	10
4.5. Project V: Innovation and Media	<<ExDate>>	<<Note>>	n.a. ²	10

¹ The absolute graduation scheme used, is greater than 96% - 1.0, 91% -1.3, 86% -1.7, 81% - 2.0, 76% -2.3, 71% -2.7, 66% -3.0, 61% -3.3, 56% - 3.7, 50% - 4.0, 45% - 4,3, less than 45% - 5.0

² For building relative grades is a statistical base of at least three classes necessary.

5.A1. Digital Storytelling	<<ExDate>>		n.a. ²	5
5.A2. AI and Data Science Strategies	<<ExDate>>		n.a. ²	5
5.B1. Media Ethics	<<ExDate>>		n.a. ²	5
5.B2. CSR & Sustainability	<<ExDate>>		n.a. ²	5
10.1. Praxissemester und Präsentation / Internship and Presentation	<<ExDate>>		n.a. ²	30
11.1. Abschlussarbeit / Final Thesis	<<ExDate>>	<<Note>>	n.a. ²	10
11.2. Kolloquium / Colloquium	<<ExDate>>	<<Note>>	n.a. ²	0

Certification Date: <<Date>>

Chairman, Examination Committee
 (Official Stamp/ Seal)



Max Mustermann
 Governing Board