

**Prüfungs- und Studienordnung (Satzung)
des Fachbereichs Information und Kommunikation für den
Master-Studiengang Design, Film & Marketing
an der Hochschule Flensburg
Vom 31. März 2023**

Aufgrund des § 52 Absatz 1, Satz 1 des Hochschulgesetzes (HSG) in der Fassung der Bekanntmachung vom 5. Februar 2016 (GVOBl. Schl.-H. S. 39), zuletzt geändert durch Artikel 1 des Gesetzes vom 3. Februar 2022 (GVOBl. Schl.-H., S. 102), wird nach Beschlussfassung durch den Konvent des Fachbereichs 3 vom 12. Mai 2022, nach Stellungnahme des Senats der Hochschule Flensburg vom 15. Juni 2022 und nach Genehmigung des Präsidiums der Hochschule Flensburg vom 31. März 2023 folgende Satzung erlassen.

§ 1 Allgemeines

Diese Prüfungs- und Studienordnung bezieht sich auf die fachübergreifenden Bestimmungen der Prüfungsverfahrensordnung (PVO) der Hochschule Flensburg.

§ 2 Studienziel, Studieninhalte und Studienablauf

- (1) Im anwendungsorientierten Masterstudiengang Design, Film & Marketing werden die Studierenden schrittweise an die kreative Umsetzung von intermedialen Konzepten und an die Entwicklung von medienübergreifenden und filmisch innovativen Marketing-Kampagnen herangeführt. Dabei wird in der praktischen Umsetzung ein experimenteller Design-Ansatz verfolgt, der im Kontext von Wirtschaft und Kommunikation neue Wege eröffnet und neue, überraschende Verbindungen schafft.
- (2) Ziel des Masterstudiengangs ist es, die Studierenden
 - a. zu befähigen, mithilfe wissenschaftlicher und kreativer Methoden innovative Lösungen für komplexe Problemstellungen der Medienwirtschaft und im Marketing von Organisationen zu entwickeln, zu bewerten und einzusetzen,
 - b. an den aktuellen Forschungsstand in Teilgebieten von Design und Marketing heranzuführen und zu selbstständiger wissenschaftlicher Arbeit zu befähigen,
 - c. auf eine anspruchsvolle Berufstätigkeit oder eine Promotion vorzubereiten,
 - d. bei der Herausbildung von intellektueller und sozialer Kompetenz zu unterstützen und diese zu fördern.
- (3) Das Studium umfasst in den ersten beiden Studiensemestern insgesamt 8 Module aus den Bereichen Design, Film und Marketing. Im ersten Semester wählen die Studierenden zwischen zwei Wahlpflichtfächern aus den Bereichen Marketing und intermedialer Gestaltung, um ihre bisherige Expertise passend zu ergänzen. Das dritte Studiensemester ist für Wissenschaft und Forschung vorgesehen und beinhaltet das Modul Wissenschaftliches Arbeiten und die Master-Thesis. Studierende werden während dieses Semesters den Fortschritt ihrer Abschlussarbeit präsentieren und in der Thematik und Ausgestaltung zur Diskussion stellen.
- (4) Der Masterstudiengang ist ein konsekutiver Studiengang.

§ 3 Abschluss

- (1) Aufgrund der bestandenen Masterprüfung wird der folgende Hochschulgrad verliehen: Master of Arts (abgekürzt M.A.).
- (2) Der Masterabschluss ist ein weiterer berufsqualifizierender Abschluss und berechtigt grundsätzlich zur Promotion.

§ 4 Zugang

- (1) Über den Zugang zum Masterstudium entscheidet das Präsidium auf Empfehlung einer aus zwei Lehrenden des Studiengangs bestehenden Auswahlkommission. Die Auswahlkommission wird von der Gesamtheit der im Studiengang Lehrenden bestimmt und vom Konvent des Fachbereichs Information und Kommunikation bestätigt. Das Auswahlverfahren und die Auswahlkriterien werden in den Bewerbungsinformationen für den Studiengang veröffentlicht.
- (2) Zugangsvoraussetzungen zum Masterstudium sind:
 - a. ein erster berufsqualifizierender Hochschulabschluss in einem gestalterischen, medienbezogenen, wirtschaftlichen oder künstlerischen Studiengang im Umfang von mindestens 210 Leistungspunkten (Credit Points - CP) und
 - b. die Vorlage geeigneter Unterlagen, aus denen Motivation und Eignung der Bewerberin oder des Bewerbers für den Studiengang hervorgehen. Näheres hierzu wird in den Bewerbungsinformationen ausgeführt.
- (3) Studienbewerberinnen und Studienbewerber, die an einer Hochschule einen Studiengang im Umfang von weniger als 210 Leistungspunkten abgeschlossen haben, müssen fehlende Leistungspunkte nachholen. Die Auswahlkommission legt hierzu geeignete Module als Auflage fest.
- (4) Zusätzlich zu den Anforderungen aus Absatz 2 und 3 kann Studienbewerberinnen und Studienbewerber, die in einem nicht künstlerisch-gestalterisch orientierten Studiengang studiert haben, die Auflage erteilt werden, zusätzliche gestalterische Module aus dem Bachelor-Studiengangangebot der Hochschule nachzuholen, um ein gemeinsames Studienniveau zu erreichen. Die Entscheidung hierüber trifft die Auswahlkommission.
- (5) Erteilte Auflagen werden in einer Studienvereinbarung zwischen der Hochschule und der Studienbewerberin oder dem Studienbewerber vor der Einschreibung in den Masterstudiengang festgehalten. Die Auflagen sind im Verlauf des Master-Studiums bis spätestens zur Anmeldung zur Master-Thesis zu erfüllen. Die Erfüllung der Auflagen ist gemäß § 6 Absatz 2 eine Voraussetzung für die Zulassung zur Master-Thesis.

§ 5 Regelstudienzeit, Studienvolumen

- (1) Der Regelstudienzeit beträgt einschließlich der Master-Thesis 3 Semester.
- (2) Das Studienvolumen beträgt 90 Leistungspunkte (CP).
- (3) Der Workload pro Leistungspunkt beträgt 30 Arbeitsstunden.

§ 6 Module und Prüfungen

- (1) Die Unterrichtssprache ist Deutsch oder, im Einvernehmen zwischen dem oder der Lehrenden und den Teilnehmenden des jeweiligen Moduls, Englisch.
- (2) Die Prüfungssprache ist Deutsch. In Absprache mit den Prüferinnen und Prüfern kann Englisch gewählt werden.
- (3) Die Anerkennung und Übertragbarkeit der erlangten Noten ist in der Prüfungsverfahrensordnung geregelt. Die Zuordnung der Leistungspunkte (CP) zu den einzelnen Modulen ist den nachstehenden Tabellen zu entnehmen.
- (4) Die folgenden Tabellen zeigen den Modul- und Prüfungsplan. In den Tabellen werden die hier erläuterten Abkürzungen verwendet.

Art der Veranstaltung V Vorlesung Ü Übung W Workshop	Art der Prüfung PL Prüfungsleistung SL Studienleistung
Umfang der Veranstaltung SWS Semesterwochenstunden CP Leistungspunkte (Credit Points)	Form der Prüfung HA Hausarbeit Arb Schriftliche Ausarbeitung Votr Vortrag SP Sonstige Prüfung

1. Studiensemester						
Modul	Lehrveranstaltung	Lehrveranstaltung			Prüfung	
		Art	SWS	CP	Art	Form (Umfang)
Werbefilm – Konzeption	Pflichtmodul	W	4	8	PL	SP (HA oder Votr)
Informations-visualisierung	Pflichtmodul	V/Ü	4	8	PL	SP (HA oder Votr)
Brand Development & Management	Pflichtmodul	W	4	8	PL	SP (Arb oder HA oder Votr)
Wahlpflichtmodul ¹	Wahlpflichtmodul aus dem Modulkatalog ²	Laut Katalog	3	6	PL	Laut Katalog
Alle Module des 1. Studiensemesters			15	30		

Hinweise

¹⁾ In diesem Modul bestehen Wahlmöglichkeiten. Das Angebot an Wahlpflichtmodulen für den Master-Studiengang Design, Film & Marketing wird semesterweise aktualisiert und rechtzeitig vor Beginn des Semesters vom Dekanat bekannt gegeben.

²⁾ Die Art der Lehrveranstaltung und die Form der Prüfung richten sich nach dem jeweiligen Wahlpflichtmodul.

2. Studiensemester						
Modul	Lehrveranstaltung				Prüfung	
		Art	SWS	CP	Art	Form (Umfang)
Werbefilm – Produktion	Pflichtmodul	W	4	8	PL	SP (HA oder Votr)
Brand Design	Pflichtmodul	W	4	8	PL	SP (HA und Votr)
Integrierte Marketing-kommunikation	Pflichtmodul	W	4	8	PL	SP (Arb oder HA oder Votr)
Wahlpflichtmodul ¹	Wahlpflichtmodul aus dem Modulkatalog ²	Laut Katalog	3	6	PL	Laut Katalog
Alle Module des 2. Studiensemesters			15	30		

Hinweise

¹⁾ In diesem Modul bestehen Wahlmöglichkeiten. Das Angebot an Wahlpflichtmodulen für den Master-Studiengang Design, Film & Marketing wird semesterweise aktualisiert und rechtzeitig vor Beginn des Semesters vom Dekanat bekannt gegeben.

²⁾ Die Art der Lehrveranstaltung und die Form der Prüfung richten sich nach dem jeweiligen Wahlpflichtmodul.

3. Studiensemester						
Modul	Lehrveranstaltung				Prüfung	
		Art	SWS	CP	Art	Form (Umfang)
Wissenschaftliches Arbeiten	Pflichtmodul	W	4	4	SL	SP (Arb oder HA oder Votr)
Master-Thesis	Pflichtmodul			26	PL	Abschlussarbeit und Kolloquium
Alle Module des 3. Studiensemesters			4	30		

§ 7 Master-Thesis

- (1) Die Master-Thesis schließt das Studium ab. Sie besteht aus einer Abschlussarbeit und einem Kolloquium.
- (2) Voraussetzungen für die Zulassung zur Master-Thesis sind die Erfüllung von etwaigen Auflagen sowie mindestens weitere 44 erbrachte Leistungspunkte (CP).
- (3) Mit der Abschlussarbeit sollen die Studierenden zeigen, dass sie befähigt sind, eine Themenstellung selbstständig mit wissenschaftlichen Methoden und in künstlerischer, gestaltender Medienpraxis zu bearbeiten. Sie besteht in der Regel aus einem gestalterischen und einem wissenschaftlich-theoretischen Teil. Der wissenschaftlich-theoretische Teil soll dabei in einem sinnvollen Zusammenhang zu dem gestalterischen Teil stehen und eine Dokumentation der Arbeitsschritte und -ergebnisse einschließen.
- (4) Das Kolloquium dauert 60 Minuten je Kandidatin oder Kandidat.
- (5) Die Bearbeitungszeit der Abschlussarbeit beträgt in der Regel fünf Monate.
- (6) Das Thema der Abschlussarbeit kann nur innerhalb der ersten vier Wochen nach Ausgabe zurückgegeben werden.
- (7) Die Bearbeitungszeit der Abschlussarbeit kann maximal um vier Wochen verlängert werden. Ein Antrag auf Verlängerung ist spätestens 14 Tage vor dem Abgabetermin dem Prüfungsausschuss vorzulegen.

§ 8 Bildung der Gesamtnote

Die Gesamtnote errechnet sich aus den gewichteten Einzelnoten der Prüfungsleistungen und der Master-Thesis (die sich zu 70 % aus der Note der Abschlussarbeit und zu 30 % Prozent aus der Note für das Kolloquium errechnet). Die Gewichtung einer Note erfolgt auf Basis der Leistungspunkte (CP) des zugehörigen Moduls. Dabei werden die Leistungspunkte eines Moduls durch die Summe der Leistungspunkte aller in die Gesamtnote eingehenden Module dividiert.

§ 9 Inkrafttreten

- (1) Diese Prüfungs- und Studienordnung tritt mit Wirkung vom 31.03.2023 in Kraft.
- (2) Sie gilt erstmals für alle Studierenden, die zum Wintersemester 2023/24 das Studium im Masterstudiengang Design, Film & Marketing an der Hochschule Flensburg aufnehmen werden.
- (3) Ein Anspruch auf das Lehrangebot und die Prüfungen besteht nur im Rahmen der semesterweisen Einführung dieser Prüfungs- und Studienordnung.

Flensburg, 31.03.2023

Prof. Dr. Knut Hartmann
Fachbereich Information und Kommunikation
- Der Dekan -