Johannes Gutenberg-Universität Mainz (JGU)
Zentrum für Qualitätssicherung und -entwicklung (ZQ)

Stellungnahme des Zentrums für Qualitätssicherung und -entwicklung (ZQ)

Reakkreditierung der Studiengänge M.A. Unternehmenskommunikation, M.A. Kommunikations- und Medienforschung sowie M.A. Medienmanagement – FB 02: Sozialwissenschaften, Medien und Sport

27.11.2014

I. Vorbemerkungen

Die Weiterführung (Reakkreditierung) von Studiengängen an der JGU ist an eine Überprüfung der Qualität des Studiengangs auf den Ebenen der Ziele, Strukturen, Prozesse und Ergebnisse gebunden. Sie entspricht dabei den Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung, den Ländergemeinsamen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen und den Landesspezifischen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Studiengängen für Rheinland-Pfalz in der jeweils gültigen Fassung. Im Fall von Lehramtsstudiengängen finden zudem die Landesverordnung über die Anerkennung von Hochschulprüfungen lehramtsbezogener Bachelor- und Masterstudiengänge als Erste Staatsprüfung für Lehrämter sowie die Curricularen Standards.[1]

Der Fokus der Betrachtung liegt auf

- den Veränderungen, die seit der Erst- bzw. letzten Reakkreditierung am Studienprogramm vorgenommen wurden;
- den Ergebnissen der studienbegleitenden Qualitätssicherungsverfahren in den Bereichen:
  - Bewertung der Studiensituation mit besonderem Fokus auf der Studieneingangsphase,
  - Beurteilung von dezentralen Informations- und Unterstützungsangeboten,
  - Qualitätsbewertungen von Lehrveranstaltungen,
  - Erfahrungen mit Prüfungen,
  - Workload von Studierenden im Rahmen einzelner Module sowie Gesamtbelastung durch das Studium,
  - Berufseinmündung,
  - Bewertung der im Studium erlangten fachlichen und überfachlichen Kompetenzen;
- der Frage, in welchen Kontexten im Fach (Gremien etc.) die Ergebnisse der Qualitätssicherung bisher diskutiert und ggf. bereits in konkrete Maßnahmen umgesetzt wurden;
- den im Rahmen der Erstakkreditierung ausgesprochenen Empfehlungen und deren Umsetzung.

II. Auswertung

Im Folgenden wird auf Basis der Ergebnisse der studiengangbegleitenden Qualitätssicherung ausgeführt, in welchen Bereichen die Studiengänge die Qualitätskriterien erfüllen bzw. in welchen ggf. Klärungsbedarf besteht.

[1] Berücksichtigt werden ferner die *Maßgaben zur Auslegung der ländergemeinsamen Strukturvorgaben* und der *Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse* in der jeweils gültigen Fassung.

Der Antrag auf Reakkreditierung (vom 08.09.2014) beinhaltet die folgenden Dokumente, die dem ZQ sämtlich vorliegen: geplante Modulhandbücher sowie Prüfungsordnungen, Studienverlaufspläne mit Beginn im Wintersemester.

Die hier vorgelegte ZQ-Stellungnahme rekurriert zudem auf die folgenden Informationen, Berichte, Daten und Fachgutachten:

- Evaluationsgespräche (September und Oktober 2014) mit
  - Studierenden des Masters Medienmanagement (n=2);
  - Studierenden des Masters Kommunikationswissenschaften (n=3);
  - Studienbüro (n=1);
  - wissenschaftlichen Mitarbeitern[2] (n=5);
  - Professoren (n=5);
- Lehrveranstaltungsbewertungen für das Sommersemester 2013 für den Master Unternehmenskommunikation (Auswertung für Seminare, n=18) sowie für den Master Kommunikationswissenschaft (Auswertung für Seminare, n=18);
- Interne hochschulstatistische Kennzahlen für den B.A. Publizistik, den M.A. Kommunikationswissenschaft, den M.A. Medienmanagement und den M.A. Unternehmenskommunikation (Juli 2014);
- Jährliches Lehrangebot des Fachbereichs 02 nach Lehreinheiten für das Studienjahr 2014/2015, Zusammenstellung der Abteilung PuC (Planung und Controlling);
- Institutseigene Stellungnahme des Fachschaftsrats Publizistik zur Reform der Masterstudiengänge (April 2014);
- Zwei Fachgutachten[3] und ein berufspraktisches Gutachten, bei deren Bewertung insbesondere die Konsequenzen der geplanten Änderungen im Vordergrund standen (Oktober und November 2014);
- ZQ-Stellungnahmen zur Erstakkreditierung (April 2007).

Bisher liegen noch keine Daten aus den vom ZQ durchgeführten Absolventen-Befragungen für die drei Studienschwerpunkte (auch aufgrund der bis dato geringen Anzahl an potentiellen Teilnehmern) vor[4].

Erstakkreditierung

Der Antrag auf Reakkreditierung trägt den im Zuge der Erstakkreditierung genannten Empfehlungen Rechnung bzw. ergibt sich bezüglich bestimmter Fragen – außer sie werden im weiteren Textverlauf explizit erwähnt – kein weiterer Handlungsbedarf[5].

---

[2] Zur Lesbarkeit des Textes wird auf eine geschlechtsspezifische Differenzierung verzichtet.

[3] Einschließlich einer zeitlich nachgelagerten Rückfrage an die Gutachter zur Einschätzung des Titels „Kommunikation" (per Mailverkehr).

[4] Dieses mit Unterstützung des MBWWK Rheinland-Pfalz-weit implementierte Instrument befragt Absolventen regelmäßig zwei Jahre nach Studienabschluss zu ihrem beruflichen Werdegang, der Bindung an die ehemalige Hochschule, Studienbedingungen und Kompetenzentwicklung im Studium.

[5] Erstakkreditierung **M.A. Medienmanagement**: a) Gewährleistung einer hinreichend großen Teilnehmerzahl für die einzelnen Spezialisierungen, b) Präzisierung der Berufsfeldorientierung, c) Anbindung des Faches an die Gesamtstrategien und vorhandenen Schwerpunkte der Hochschule, d) Praxisorientierung der Lehrveranstaltungen, e) Anerkennung von Auslandsaufenthalten, f) Einrichtung einer angemessenen Studienberatung; **M.A. Unternehmenskommunikation**: a) Prüfung der Bezeichnung/des Profils des Studiengangs hinsichtlich fachgutachterlicher Empfehlung (Erweiterung des Labels auf Unternehmenskommunikation oder Beschränkung des Angebots auf „Unternehmenskommunikation"), b) Kompatibilität Auslandssemester, c) Praktikumsplätze und zu diesem Zweck unterhaltene Kooperationen, d) Wahlfreiheit zwischen den Veranstaltungen, e) Praxisorientierung von Lehrveranstaltungen, f) Anbindung des Faches an Gesamtstrategien und Schwerpunkte der Hochschule, g) Einrichtung einer angemessenen Studienberatung**; M.A. Kommunikations- und Medienforschung**: a) Durchlässigkeit für hochschulexterne Absolventen, b) Kompatibilität Auslandssemester, c) Anbindung des Faches an Gesamtstrategien und Schwerpunkte der Hochschule sowie an Programme des wissenschaftlichen Nachwuchses, d) Hochschulexterne Vernetzungen und Kooperationen (Vorhandensein Praktikumsplätze), e) Prüfung der Arbeitsbelastung mit Blick auf Berufspraktika, f) Prüfung der Möglichkeiten einer stärkeren Profilbildung (Kenntlichmachung der Forschungsorientierung, explizite Ausrichtung auf die Bereiche ‚Angewandte Forschung' sowie ‚universitäre Forschung', g) Einrichtung einer angemessenen Studienberatung.

Beteiligte Gremien an der Reakkreditierung

Zur Reform der Masterstudiengänge wurde vom Leitungsgremium eine Kommission eingesetzt. Diese koordinierte den Abstimmungsprozess, an welchem die jeweiligen Studiengangbeauftragten, alle Lehrenden des Instituts sowie die Vertreter der Studierenden in Form des Fachschaftsrats beteiligt waren. Der Entwurf für die neuen Studienschwerpunkte wurde schließlich mit der Zustimmung der Studierenden sowohl im Leitungsgremium des Instituts (06.05.2014) als auch im Fachbereichsrat (28.05.2014) verabschiedet.

Gesamteinschätzung

Insgesamt erscheinen aus Sicht der hochschulinternen Qualitätssicherung nur in einigen wenigen Aspekten Konkretisierungen bzw. Modifikationen erforderlich. Um Redundanzen zu vermeiden, werden nachfolgend in erster Linie nur solche Aspekte ausführlicher dargestellt, hinsichtlich derer sich Nachreichungen bzw. Auflagen für die erfolgreiche Reakkreditierung des Studiengangs ergeben.

Zielebene: Ziele und Ausrichtung des Studiengangs (Studiengangprofil, Qualifikationsziele, Einbindung des Studiums in Fachbereich, Hochschule und Region, Interkulturelle Kompetenzen und internationale Ausrichtung des Studiengangs)

Die drei Studienschwerpunkte umfassen jeweils 120 Leistungspunkte sowie 37 SWS im Schwerpunkt Kommunikations- und Medienforschung, 41 SWS im Schwerpunkt Medienmanagement und 43 SWS im Schwerpunkt Unternehmenskommunikation. Die Regelstudienzeit beträgt vier Semester. Das Studium kann an der Universität Mainz jeweils im Wintersemester aufgenommen werden. Nach Angabe des Faches ist ein Studienstart im Sommersemester aus Gründen der beschränkten Lehrkapazität auch zukünftig nicht angedacht.

Im Zuge der Studiengangreform sollen die drei Masterstudiengänge künftig unter dem Dach eines integrierten Studiengangs mit drei verschiedenen Schwerpunkten weitergeführt werden. Im ersten Semester ist von allen Studierenden ein gemeinsamer Lehrkanon zu absolvieren. Die Einschreibung erfolgt jeweils getrennt in die drei Schwerpunkte. Der integrierte Studiengang soll den Titel M.A. Kommunikation tragen. Aus dem Blickwinkel der Qualitätssicherung ergaben sich nach Abstimmung mit der Abteilung Studium und Lehre (Tanja Meyer) zunächst Bedenken mit Blick auf zwei Aspekte. Einerseits ging es um die ggf. zu universal gehaltene Bezeichnung des Studiengangs, welcher in derselben Art vermutlich auch von anderen Fächern wie bspw. der Psychologie oder der Pädagogik beansprucht werden könnte. Nach Rücksprache mit den Fachexperten wird jedoch deutlich, dass der Titel in seiner allgemeinen Konnotation den Gutachtern als angemessen im Hinblick auf die übergreifende Verbindung der drei unterschiedlichen Schwerpunkte erscheint. Dies gilt gerade auch vor dem Hintergrund, dass es sich bei den beiden Schwerpunkten Medienmanagement und Unternehmenskommunikation nicht um klassische Kommunikationswissenschaften handelt. Zudem sei im internationalen Raum der „Master of Communication" ein gebräuchlicher Titel. Andererseits ging es um Bedenken hinsichtlich der Sichtbarkeit des Studiengangs aufgrund der administrativen Folgen der Zusammenführung. Diverse Datenbanken (HRK Hochschulkompass, Online-Bewerbungs-Portal der JGU, Studienangebotsübersicht der JGU) werden den Studiengang lediglich unter seinem Titel „Kommunikation" führen und nicht unter den drei Schwerpunkten. In der Öffentlichkeit wäre der Studiengang somit nicht mehr mit seinen Schwerpunkten sichtbar, welchen als bewährte „Marken" eine gewisse Akzeptanz zukommt. Die Bedenken werden von den am Evaluationsgespräch beteiligten Professoren nicht geteilt.

Für die Zusammenführung werden in erster Linie strukturelle Gründe angeführt. Die Studiengänge Unternehmenskommunikation und Medienmanagement werden derzeit hauptverantwortlich von nur

einem Professor getragen. Bei Vakanzen führe dies nach Aussage des Faches zu Schwierigkeiten in der organisatorischen Umsetzung des Studiengangs sowie in der Betreuung der Studierenden. Ferner sind eine Vielzahl externer Kooperationen und Lehraufträge (hier insbesondere im Master Unternehmenskommunikation) erforderlich, um den notwendigen Lehrkanon anzubieten. Neben der Beseitigung dieser strukturellen Schwierigkeiten böte das integrierte Studiengangkonzept auch inhaltliche Vorteile. Die für alle drei Studienrichtungen relevanten interdisziplinären Inhalte werden synchronisiert und in einem kommunikationswissenschaftlichen Grundcurriculum in der Studieneingangsphase vermittelt. Als wünschenswerte Konsequenz wird eine engere soziale Vernetzung der Studierenden aller drei Studienrichtungen erwartet.

Die mit der Studiengangreform verbundenen inhaltlichen Konsequenzen sind nach Meinung der am Verfahren beteiligten Fachexperten im Sinne einer fachlichen Profilbildung als positiv anzusehen. Die geplante Struktur entspreche den gängigen curricularen Entwicklungen im Fach. Insgesamt als Gewinn anzusehen ist der durch die neuen Zugangsvoraussetzungen nun vertiefende Charakter in den Masterschwerpunkten Medienmanagement und Unternehmenskommunikation sowie die interdisziplinäre Vernetzung aller drei Studiengänge. Die Umbenennung des Schwerpunktes Kommunikationswissenschaften in Kommunikations- und Medienforschung wird von Seiten eines Fachgutachters sowie aus dem Blickwinkel der Berufspraxis ebenfalls sehr gelobt, so tritt nach Meinung des Fachgutachters die besondere Forschungsorientierung der Vertiefungsrichtung künftig im Titel des Schwerpunktes deutlicher hervor. Ferner wird aus Sicht der Berufspraxis durch den Zusatz „Medienforschung" eine stärker „berufspraktische Ausdeutung möglich".

Die seitens des Akkreditierungsrates geforderten überfachlichen Qualifikationsziele[6] werden aus der Perspektive der Fachgutachtenden im Curriculum, sowie aus Sicht der Qualitätssicherung auch in den Unterlagen adäquat und anschaulich abgebildet.

Interkulturelle Kompetenzen und internationale Ausrichtung des Studiengangs

Die internationale Ausrichtung des Studiengangs wird durch die geplante Integration einer englischsprachigen Lehrveranstaltung (Seminar „Latest Developments in Communications", 2 SWS, 5 LP) innerhalb der gemeinsamen Studieneingangsphase gestärkt. Nach Aussage des Faches im Antrag ist erklärtes Ziel dieser Veranstaltung, „die Studierenden zum sicheren Kommunizieren, Präsentieren und Schreiben in englischer Sprache zu befähigen".

Überdies gibt es Bemühungen des gesamten Fachbereichs 02, die Attraktivität für ausländische Studierende zu erhöhen. Im Rahmen des LOB-Projektes wurde aus diesem Grund eine englischsprachige Informationsplattform erstellt, welche umfassende Informationen zum Studium am Fachbereich 02 bereitstellt. Wie sich überdies im Rahmen des Evaluationsgesprächs mit dem Studienbüro herausstellte, hat sich die Kooperation des LOB-Projektes mit der Abteilung Internationales – in deren Rahmen für alle sozialwissenschaftlichen Incomings englischsprachige Lehrveranstaltungen angeboten werden – als gewinnbringend für die Bemühungen des FB 02 um eine stärkere internationale Sichtbarkeit erwiesen. Die Notwendigkeit hierfür liegt in der Schwierigkeit der Aufrechterhaltung der Erasmuskooperationen (insbesondere mit dem englischsprachigen Ausland) begründet. Nach wie vor ist die Nachfrage von englischsprachigen Studierenden nach Studienplätzen in Deutschland eher gering, da diese als zweite und dritte Fremdsprachen vorrangig Spanisch und Französisch erlernen. Alternativ werden daher seitens des Faches Kooperationen mit Universitäten in Osteuropa angestrebt, welche ein englischsprachiges Lehrangebot anbieten.

[6] a) wissenschaftliche und künstlerische Befähigung, b) Befähigung einer qualifizierten Beschäftigung, c) Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement, d) Persönlichkeitsentwicklung.

1. An dieser Stelle wird eine knappe Ergänzung jener osteuropäischen Universitäten erbeten, mit denen Erasmus-Kooperationen unterhalten werden.

Einbindung des Studiengangs in Fachbereich, Hochschule und Region

Nach Angabe des Faches im Antrag decken die Masterschwerpunkte des Instituts für Publizistik aufgrund ihrer Spezialisierungsmöglichkeiten ein deutschlandweit einmaliges inhaltliches Spektrum ab. Die Fachgutachter loben darüber hinaus die Vernetzungen der Lehrenden des Instituts sowohl innerhalb der Scientific Community als auch innerhalb der Medienpraxis.

Mit Blick auf universitätsinterne Kooperationen ist aus Sicht der Qualitätssicherung ein Nachtrag hilfreich, inwiefern eine Anbindung des Instituts an die Forschungsschwerpunkte der JGU (SoCuM, Medienkonvergenz) erfolgt bzw. ob sich hinsichtlich dieser Anbindungen Veränderungen innerhalb der letzten Reakkreditierungsperiode ergeben haben. Auf welche Art und Weise profitieren die Studierenden der drei Masterstudienrichtungen von einer etwaigen Kooperation (siehe auch Empfehlungen der Erstakkreditierung, S.2)?

2. Das Fach wird um eine Nachreichung der entsprechenden Informationen gebeten.

Prozessebene: Ausgestaltung des Curriculums, Modulhandbuchs und der Studienorganisation & -koordination (Studentische Arbeitsbelastung, Zugangsvoraussetzungen[7], Anrechnung extern erbrachter Leistungen, Modulbezogenes und kompetenzorientiertes Prüfungssystem, Fachliche und überfachliche Studienberatung)

Zugangsvoraussetzungen

Im Zuge des Reformprozesses sind nachfolgende wesentliche Änderungen der Zugangsvoraussetzungen geplant.

In allen drei Studienrichtungen soll die Vertiefung der im Bachelorstudium erworbenen Methodenkenntnisse einen größeren Raum einnehmen. Aus diesem Grund soll die Anzahl der aus dem Bereich der empirischen Methodenlehre (darunter verpflichtend Statistik) als Vorkenntnisse mitzubringenden Leistungspunkte von 9 auf 12 Leistungspunkte erhöht werden. Die Stärkung der methodischen Ausbildung wird insbesondere aus der Sicht des berufspraktischen Gutachters als hilfreich angesehen, um den Einstieg in die spätere Berufspraxis zu erleichtern.

Ein Fachgutachter macht in diesem Zusammenhang darauf aufmerksam, dass möglicherweise eine klare Abgrenzung von einerseits theoretischen Statistik-Kompetenzen sowie andererseits eher anwendungsorientierten Statistik-Kompetenzen schwierig sei. Häufig würden statistische Kenntnisse gemeinsam mit dem Erlernen einer Statistik- und Analyse-Software (wie bspw. SPSS) vermittelt, so der Fachgutachter. Eine ähnliche Frage stellt sich hinsichtlich der im Studienschwerpunkt Unternehmenskommunikation als Zugangsvoraussetzung geforderten mindestens 10 Leistungspunkte aus dem Bereich der empirischen Nutzungs-und Wirkungsforschung. Auch hier ist ggf. nicht ganz exakt festzulegen, welche Kompetenzen dem Bereich der empirischen Nutzungs- und Wirkungsforschung zugeordnet werden können und welche nicht.

3. Auf welche Art und Weise werden die beiden angesprochenen Aspekte in der Anerkennungspraxis berücksichtigt? Das Fach wird um eine kurze Einschätzung gebeten.

Im **Studienschwerpunkt Medienmanagement** sollen Kompetenzen der wirtschaftswissenschaftlichen Grundlagenfächer als Zulassungsvoraussetzung formuliert werden. Vorgesehen ist, dass künftig mindestens 60 Leistungspunkte wirtschaftswissenschaftliche Grundkenntnisse (entsprechend dem Um-

[7] Inklusive Auswahlverfahren.

fang eines Mainzer Beifach-Studiengangs) von den Studierenden aus dem Bachelorstudium mitgebracht werden. Die bislang in der Vertiefungsrichtung vorgesehenen wirtschaftswissenschaftlichen Grundlagenmodule im Umfang von 24 Leistungspunkten sollen stattdessen entfallen. Auf diese Art und Weise kann von Beginn an eine dem Masterniveau entsprechende angemessenere Fokussierung auf medienwirtschaftliche Fragestellungen erfolgen, was ebenso von Seiten der Fachgutachtenden als gewinnbringende Konsequenz herausgestellt wird.

Die Vertiefungsrichtung **Unternehmenskommunikation** soll künftig keinen Zugang mehr für die Absolventen eines wirtschaftswissenschaftlichen Bachelorstudiengangs ermöglichen, sondern nur noch für die Absolventen aus der Kommunikationswissenschaft. Auf diese Weise wurde der Schwierigkeit begegnet, die insbesondere mit Blick auf die Methodenausbildung sehr heterogenen Kompetenzen der Kommunikations- und Wirtschaftswissenschaftler im Rahmen des Studiums auf einen gemeinsamen Kenntnisstand zu bringen. Überdies besteht die Mehrheit der Bewerber nach Angabe des Faches aus Kommunikationswissenschaftlern.

Insbesondere die Konsequenzen der geplanten Zugangsvoraussetzungen im Schwerpunkt Medienmanagement wurden im Rahmen der Evaluationsgespräche thematisiert. Die Studierenden des Masters Medienmanagement äußerten diesbezüglich großes Bedauern. Lediglich zwei Studierende des aktuellen Jahrgangs würden die anvisierten Zugangsvoraussetzungen erfüllen. So werden die 60 Leistungspunkte an wirtschaftswissenschaftlichen Kompetenzen als deutliche Hürde wahrgenommen, die es Kommunikationswissenschaftlern erschwert bzw. unmöglich macht einen Zugang zu dem Studienschwerpunkt zu erhalten. Durch die bundesweit unterschiedlichen Kern-Beifach-Strukturen seien die 60 Leistungspunkte – außer an der Johannes Gutenberg-Universität selbst – kaum über einen Beifach-Studiengang zu erwerben[8]. Von Seiten der Fachvertreter wird hingegen auf die bewusst neue Ausrichtung des Studiengangs – welcher fortan als „Spezialisierungsprogramm für Wirtschaftswissenschaftler" gezielt die Studierendengruppe der Wirtschaftswissenschaften ansprechen soll – abgestellt. Auf dem Arbeitsmarkt würden die Absolventen des Studienschwerpunktes Medienmanagement ohnehin mit den Absolventen eines wirtschaftswissenschaftlichen Masters konkurrieren, so die Professoren.

Mit Blick auf die im Rahmen der Evaluationsgespräche aus Sicht des ZQ sowie der Abteilung SL thematisierten Bedenken, ob eine hinreichende Nachfrage von Bachelor-Absolventen der Wirtschaftswissenschaften, die sich anstelle eines Fachmasters in der Wirtschaftswissenschaft für dieses Spezialisierungsprogramm entscheiden, vorhanden sei, äußerte das Fach keine Vorbehalte. Die Nachfrage, insbesondere von Absolventen eines wirtschaftswissenschaftlichen Bachelorstudiengangs, sei erfahrungsgemäß sehr hoch. Ein weiterer in den Evaluationsgesprächen angesprochener Aspekt betraf eventuell angedachte Übergangsregelungen für jene Studierende des Mainzer B.A. Publizistik, die aufgrund des bereits begonnenen Studiums derzeit kein wirtschaftswissenschaftliches Beifach belegen und somit die neuen Zugangsvoraussetzungen nicht erfüllen würden. Übergangsregelungen wurden zwar fachintern diskutiert, sie seien aber nicht vorgesehen, äußerten die Professoren. Die Überlegungen zu den neuen Zugangsvoraussetzungen seien zudem frühzeitig über die Fachschaft an die Gruppe der Studierenden kommuniziert worden.

[8] Nach einer ZQ-internen Recherche – in den Blick genommen wurde eine Stichprobe aus jeweils fünf Universitäten pro Bundesland – wird dieser Eindruck der Studierenden hingegen nicht bestätigt. Abgesehen davon, dass ein Großteil der Universitäten das Fach Wirtschaftswissenschaften ausschließlich als Kernfach-Bachelorstudiengang anbietet, werden bei der Mehrheit der Universitäten, welche ein Beifach anbieten (10 von 18), mindestens 60 Kreditpunkte in der Fachwissenschaft erlangt.

Curriculum/Modularisierung

Die Module entsprechen hinsichtlich ihrer Größe weitestgehend den internen Kriterien der JGU von 12±3 Leistungspunkten[9].

Die geplante Neuausrichtung der interdisziplinären Bezüge in der gemeinsamen Studieneingangsphase konstituiert sich aus den drei neu konzipierten Modulen

- Modul 1 „Fortgeschrittene empirische Methoden und Datenpräsentation" (11 LP, 5 SWS),
- Modul 2 „Medien und Märkte" (11 LP, 6 SWS) und
- Modul 3 „Medien und Gesellschaft" (8 LP, 4 SWS).

Durch das gemeinsame Modul 1 „Fortgeschrittene empirische Methoden und Datenpräsentation" soll die Forschungsausrichtung insbesondere der beiden Schwerpunkte Unternehmenskommunikation und Medienmanagement deutlich gestärkt werden. Die Module 2 „Medien und Märkte" und 3 „Medien und Gesellschaft" sollen ein für alle drei Schwerpunkte relevantes interdisziplinäres und kommunikationswissenschaftliches Grundlagenwissen vermitteln.

Innerhalb der einzelnen Studienschwerpunkte wird die Vertiefungsrichtung Kommunikations- und Medienforschung durch die beabsichtigten Änderungen die geringfügigsten Anpassungen erfahren. Das Oberseminar „Mediennutzung/Medienwirkung" (5 LP, 2 SWS) im vierten Semester soll zukünftig als Blockseminar angeboten werden, um den Studierenden in dieser Phase der Vorbereitung auf die Masterarbeit möglichst große Gestaltungsmöglichkeiten der Vorlesungszeit zu offerieren. Ersatzlos entfallen soll aus dem Wahlpflichtbereich einzig das Seminar Mediensystemvergleich (4 LP, 2 SWS), dessen Inhalte nach Aussage des Faches nicht mehr den aktuellen curricularen Entwicklungen entsprechen.

Durch die Entlastung in den Grundlagenfächern ändern sich die beiden Schwerpunkte Unternehmenskommunikation und Medienmanagement deutlich tiefgreifender:

Im Studienschwerpunkt Medienmanagement soll das interdisziplinäre „Kontextmodul" (6 LP, 4 SWS) mit Verweis auf die künftig vermittelte Interdisziplinarität innerhalb der gemeinsamen Studieneingangsphase wegfallen. Überdies entfallen die wirtschaftswissenschaftlichen Grundlagenmodule im Umfang von 24 Leistungspunkten durch die Verlagerung des Erwerbs dieser Kompetenzen im Rahmen eines Bachelorstudiums. Durch die Entzerrung des Lehrstoffs soll es zukünftig möglich sein, medienwirtschaftliche Fragestellungen stärker vertiefend und im Sinne einer deutlicheren Forschungsorientierung zu bearbeiten. So soll beispielsweise die Vorlesung Medienbetriebslehre künftig mit einer vertiefenden Übung zum Thema erweitert werden. Durch das Ausscheiden des derzeitigen Lehrstuhlinhabers, Professor Dr. Heinz-Werner Nienstedt, soll künftig der Lehrkanon unabhängiger von dessen persönlichen Schwerpunkten definiert werden. Aus diesem Grund sollen folgende Lehrveranstaltungen ersatzlos entfallen: das Seminar Mediencontrolling (6 LP, 2 SWS), die Vorlesung Medienrecht (2 LP, 2 SWS), das Seminar Medienmarketing (8 LP, 2 SWS) sowie die beiden Vorlesungen Medienmanagement I und Medienmanagement II (jeweils 1 LP und 2 SWS).

Der Schwerpunkt Unternehmenskommunikation soll ebenfalls in seinen wirtschaftswissenschaftlichen Inhalten reduziert werden. Wirtschaftswissenschaftliche Kenntnisse sollen künftig im Umfang von neun Leistungspunkten statt ehemals 14 Leistungspunkten erworben werden. Die einstige Wahlmöglichkeit – Modul 7a „Politische Kommunikation" und Modul 7b „Finanzkommunikation" soll innerhalb der reformierten Studiengangstruktur nicht mehr angeboten werden. Stattdessen sollen die mit diesen Veranstaltungen verbundenen Kompetenzen künftig von allen Studierenden erworben werden.

[9] Die Module 3 „Medien und Gesellschaft" in allen drei Masterstudiengängen sowie das Modul 8 „Medienproduktion" im Master Medienmanagement bilden mit acht Leistungspunkten die einzigen Ausnahmen.

Hierzu wurden die Inhalte in reduzierter Form in den gemeinsamen Lehrveranstaltungen des ersten Semesters sowie in der Lehrveranstaltung „Finanzkommunikation und Kapitalmärkte" (5 LP, 2 SWS) im dritten Semester verankert. Die Vorlesung Zeitungsjournalismus (2 LP, 2 SWS) entfällt als Spezialgebiet von Professor Dr. Heinz-Werner Nienstedt durch dessen Weggang.

Insgesamt ist die Anzahl der Semesterwochenstunden in allen drei Studienschwerpunkten deutlich reduziert worden. Im Schwerpunkt Unternehmenskommunikation von 48 SWS auf 43 SWS, im Schwerpunkt Medienmanagement von 56 SWS auf 41 SWS und im Schwerpunkt Kommunikationswissenschaft von 42 SWS auf 37 SWS.

Aus fachgutachterlicher Sicht wird empfohlen, die sich durch die Integration der Studienschwerpunkte ergebende Forschungsorientierung in der Vertiefungsrichtung Medienmanagement noch klarer herauszuarbeiten. Eine Forschungsorientierung wird sowohl in dem Titel des entsprechenden Moduls (Modul 9 „Medienwirtschaftliche Vertiefung") als auch in der Beschreibung der mit diesem Modul angezielten Kompetenzen aus Gutachtersicht vermisst. Empfohlen wird eine Orientierung an dem äquivalenten Modul des Schwerpunktes Unternehmenskommunikation (Modul 9 „UK-Forschung").

4. Die Forschungsorientierung von Modul 9 im Schwerpunkt Medienmanagement ist nach Maßgabe der Empfehlung des Fachgutachters stärker zu akzentuieren.

Mit Blick auf das Anforderungsniveau der Masterarbeit stellen sich die Aussagen des Faches im Antrag aus Sicht eines Fachgutachters inkonsistent in der Weise dar, dass einerseits laut Modulhandbuch sowohl theoretische als auch empirische Abschlussarbeiten möglich sind und andererseits aber durch die im Vergleich zur Magisterarbeit kürzere Bearbeitungszeit „keine aufwendigen empirischen Projekte mehr durchgeführt werden sollen".

5. Das Fach wird um eine kurze Erläuterung gebeten.

Prüfsystem

Im Rahmen der Reakkreditierung sind keine Änderungen an der Anzahl oder der Art der Modulprüfungen geplant. Eine hinreichende Vielfalt an Prüfungsformen – bestehend aus Hausarbeiten, Klausuren, ausgearbeiteten Präsentationen und Referaten – wird im Curriculum dargeboten.

Mit Blick auf die **Anzahl an Studien- und Prüfungsleistungen** wird von den am Evaluationsgespräch beteiligten Studierenden der Vertiefungsrichtung Unternehmenskommunikation eine erhöhte Prüfungsbelastung im dritten Semester thematisiert. Nach Abstimmung mit Frau Meyer (Studium und Lehre) ist in allen drei Schwerpunkten eine über die seitens des GLK empfohlene Mindestanzahl von fünf Studien- und Prüfungsleistungen pro Semester[10] hinausgehende Prüfungsbelastung zu verzeichnen:

- Im Schwerpunkt Kommunikations- und Medienforschung sind im ersten Semester sechs und im dritten Semester acht Studien- und Prüfungsleistungen vorgesehen.
- Im Schwerpunkt Medienmanagement sollen in den ersten beiden Semestern jeweils sechs und im dritten Semester acht Studien- und Prüfungsleistungen erbracht werden.
- Jeweils sechs Studien- und Prüfungsleistungen in den ersten drei Semestern werden im Schwerpunkt Unternehmenskommunikation gefordert.

In Rahmen der Evaluationsgespräche wurde mit allen Statusgruppen die hohe Anzahl an Referaten[11] im Curriculum diskutiert. Mit Ausnahme von der bereits erwähnten Kumulation der Studien- und Prüfungsleistungen im dritten Semester, wird die Anzahl der Referate grundsätzlich nicht als nachtei-

[10] http://www.zq.uni-mainz.de/Dateien/Ergebnisse_Kriterienliste_GLK.pdf (Punkt 8, S.4).

[11] Jeweils 13 Referate innerhalb von vier Semestern im Master Unternehmenskommunikation und im Master Medienmanagement sowie insgesamt 12 Referate im Master Kommunikations- und Medienforschung.

lig empfunden. Im Gegenteil: die Qualität der Referate wird insbesondere von der Gruppe der Studierenden besonders gelobt. Sowohl die Unterstützung bei der Vorbereitung der Referate als auch das fachliche Feedback in den Lehrveranstaltungen wird stets als sehr konstruktiv empfunden. Die Gruppe der Professoren berichtete in diesem Zusammenhang, dass die Rückmeldungen von Studierenden zur Prüfpraxis des Instituts keineswegs darauf hindeuten, diese in ihrem Umfang und Anspruch zu entlasten. Im Vergleich zu anderen Hochschulen wird sie hingegen „eher als lasch" charakterisiert, so die Fachvertreter. Auch aus fachgutachterlicher Sicht wird die Anzahl der Prüfungen – insbesondere die Anzahl der Referate – als angemessen angesehen.

6. In Anlehnung an die Kriterien des GLK sollte die Möglichkeit einer Reduktion der Studien- und Prüfungsleistungen insbesondere im dritten Semester der Schwerpunkte Kommunikations- und Medienforschung sowie Medienmanagement (mit jeweils acht Studien- und Prüfungsleistungen) geprüft werden.

Hinsichtlich der Konzeption von Modulprüfungen fällt aus Sicht der Qualitätssicherung auf, dass sich die Modulabschlussprüfungen jeweils im Anschluss an eine der in dem Modul zu absolvierenden Lehrveranstaltung anschließen und somit möglicherweise nicht themen- und veranstaltungsübergreifend konzipiert sind, sondern sich auch inhaltlich auf die jeweilige Lehrveranstaltung beziehen. Auch von fachgutachterlicher Seite wird die Entwicklung hin zu modulumfassenden Prüfungen als wünschenswertes Ziel formuliert.

7. Das Fach wird gebeten, die Konzeption der Modulabschlussprüfungen kurz darzulegen und im Falle der Vermutung, dass sich die Modulabschlussprüfungen tatsächlich thematisch auf die einzelnen Veranstaltungen beziehen, zu überlegen, ob ggf. die Integration von veranstaltungsübergreifenden Modulabschlussprüfungen denkbar ist (innerhalb der kommenden Reakkreditierungsperiode).

Mit Blick auf die Vergleichbarkeit von Prüfungsleistungen ist aus Sicht eines Fachgutachters kritisch zu hinterfragen, ob bei einer Hausarbeit in englischer Sprache der Dozent ein „entsprechend niedrigeres inhaltliches und/oder formales Anforderungsprofil" (Modul 2 „Medien und Märkte") bei seiner Bewertung anlegen kann bzw. ob diese Regelung nicht gegen den Grundsatz der Gleichbehandlung verstößt. Nach Information von Frau Meyer (Studium und Lehre) sowie der Rechtsabteilung sollte das inhaltliche Anforderungsniveau unabhängig von der Sprache sein. Die Senkung des formalen Anforderungsniveaus sollte einheitlich festgelegt werden und nicht als ‚kann-Regelung' verabredet sein. Es sollten ferner Ausnahmen ermöglicht werden, wie bspw. bei Studierenden mit Englisch als Muttersprache. In diesem Zusammenhang wird der Vorschlag unterbreitet folgenden Passus sowohl in das Modulhandbuch als auch in die Prüfungsordnung aufzunehmen: „Bei der Hausarbeit belegt die Dozentin oder der Dozent im Sinne der Vergleichbarkeit der Prüfungsleistungen englischsprachige Arbeiten in der Regel mit einem entsprechend niedrigeren formalen Anforderungsprofil".

8. Das Fach wird um eine Einschätzung zu den Vorschlägen gebeten.

Praxisphase

In den Evaluationsgesprächen wurde die Beratung und Anerkennungspraxis des Faches mit Blick auf die in allen drei Vertiefungsrichtungen obligatorisch verankerten Berufspraktika insgesamt als sehr gut befunden. Das Berufspraktikum umfasst jeweils 12 Wochen (450 Stunden, 15 LP), diese müssen jedoch nicht zwingend an einem Stück erbracht werden, auch mehrere kürzere Praktika sind möglich. Im Schwerpunkt Medienmanagement erfolgte im Rahmen der Reakkreditierung eine Angleichung der Dauer des Praktikums von ehemals vier Wochen auf zwölf Wochen.

Aus Sicht der Qualitätssicherung fällt auf, dass das Praktikumsmodul keine Reflexionsphase im Rah-

men einer regulären Lehrveranstaltung vorsieht, wie dies die Empfehlungen des Gutenberg Lehrkollegs (GLK)[12] vorsehen. Nach diesen sollten die Studiengänge der JGU – sofern ein Praktikum vorgesehen ist – Elemente enthalten, über welche eine Verknüpfung von Theorie und Praxis erfolgt. Auch ein Praktikumsbericht, über welchen diese Reflexion ggf. erreicht wird, ist nicht vorgesehen.

Wie die Ergebnisse der Evaluationsgespräche zeigen, wird aufgrund der ohnehin sehr ausgeprägten Praxisbezogenheit der Studieninhalte eine eigene Lehrveranstaltung zur Theorie-Praxis-Reflexion – insbesondere von der Gruppe der wissenschaftlichen Mitarbeiter als auch von der Gruppe der Professoren – als nicht notwendig erachtet. In diesem Zusammenhang wird auch darauf verwiesen, dass im informellen Bereich eine Reihe von Möglichkeiten zum Austausch über die Praktikumserfahrungen existieren und auch rege genutzt werden (bspw. Praktikumsworkshops, Praktikumsbörsen, Vernetzung der Studierenden über facebook).

9. Das Fach wird gebeten zu prüfen, ob ggf. über einen Praktikumsbericht die seitens des GLK empfohlene Theorie-Praxis-Reflexion curricular verankert werden könnte.

Fachliche und Überfachliche Studienberatung

Nach Angabe des Faches im Antrag bietet das Studienbüro Publizistik ein intensives Beratungs- und Informationsangebot – die Angebote werden differenziert nach den unterschiedlichen Studienphasen dargelegt – an, welches von den Studierenden in hoher Frequenz genutzt wird.

Positiv ist aus dem Blickwinkel der Qualitätssicherung hervorzuheben, dass das Studienbüro in engem Kontakt mit dem Fachschaftsrat steht, um auf diese Weise mögliche Konfliktfelder schnell beheben zu können. Aufgrund der etablierten Verbindung werden wichtige Informationen wie bspw. die im Zuge des Reformprozesses geplanten Änderungen an den Zugangsvoraussetzungen umgehend innerhalb der Studierendenschaft kommuniziert.

Den Studierenden steht zusätzlich die SoWi?So!-Beratung des LOB-Projektes am Fachbereich 02 zur Verfügung, welche bei fächerübergreifenden aber dennoch fachbereichsbezogenen Themen wie bspw. Fragen zur Studienorganisation zuständig ist.

Mobilität

Im Rahmen aller Evaluationsgespräche wurden Aspekte der Mobilität sowie die Nutzung des Mobilitätsfensters erörtert (siehe auch Punkt Interkulturelle Kompetenzen, S. 4). Sämtliche Gesprächsgruppen hielten das für einen Auslandsaufenthalt vorgesehene vierte Semester für angemessen. Es wird von einer „regen Nutzung des Mobilitätsfensters" berichtet. Von der Gruppe der Studierenden wurden ferner keine Bedenken mit Blick auf die Einhaltung der Regelstudienzeit im Falle der Integration von Auslandssemestern geäußert.

Anerkennung

Die fachinternen Prozesse der Anerkennung – sowohl von im Ausland erbrachten Leistungen als auch an anderen nationalen Hochschulen sowie außerhalb der Hochschule erbrachten Leistungen – werden im Antrag umfassend dargelegt. Die Zuständigkeit für Anerkennungen liegt beim Studienbüro. Aufgrund von verbindlichen Absprachen im Vorfeld von Auslandsaufenthalten werden die im Ausland erbrachten Studienleistungen zu etwa 90 Prozent anerkannt. Bei Anerkennungsverfahren findet künftig die Lissabon-Konvention Beachtung, nach deren Maßgaben die Anerkennungsmodalitäten derzeit angepasst werden.

[12] http://www.zq.uni-mainz.de/Dateien/Ergebnisse_Kriterienliste_GLK.pdf (Punkt 14, S.5).

Geschlechtergerechtigkeit/Chancengleichheit von Studierenden in besonderen Lebenslagen

Aspekte zur Umsetzung von dem Thema Geschlechtergerechtigkeit/Chancengleichheit werden im Antrag ausgeführt. Aus fachgutachterlichem Blickwinkel werden die entsprechenden Ausführungen als „sehr umfangreich und überzeugend" bewertet.

Formalia

In Abstimmung mit der Abteilung Studium und Lehre (Frau Tanja Meyer) wird gebeten, folgende Formalia anzupassen:

- In den Modulbeschreibungen sollte noch ergänzend auf Literatur zur Vorbereitung und Vertiefung hingewiesen werden (in der Spalte „Sonstige Informationen"), alternativ kann ein pauschaler Verweis auf diese Informationen in JOGU-StINe erfolgen.
- In den Modulhandbüchern könnten die zu den Veranstaltungsarten zugehörigen Gruppengrößen als Anhang integriert werden, so wie es die aktuelle Modulschablone[13] vorsieht.
- Es sind in allen Modulhandbüchern jeweils die konkreten Modulverantwortlichen zu benennen (unter Punkt 12).
- Modul 3 bedarf einer Überarbeitung der mit diesem Modul angezielten Kompetenzen (betrifft alle Schwerpunkte). Die Verben sollten so gewählt sein, dass eine Beobachtung und Überprüfung der Lernziele möglich wird. Gleiches gilt für Modul 4 (betrifft ebenfalls alle Schwerpunkte).
- Einige Module bedürfen einer Überarbeitung der Qualifikationsziele mit Blick auf eine stärkere Berücksichtigung des Masterniveaus[14]:
    - Modul 3, 4 und 6 des Masters Unternehmenskommunikation,
    - Modul 3, 4 und 7 des Masters Medienmanagement.
- In Modul 9 des Master Medienmanagement sollte die Beschreibung sowohl der Kompetenzen als auch der Inhalte erweitert werden. Diese sind momentan sehr vage formuliert, was einem plastischen Eindruck der Inhalte und Lernziele des Moduls entgegensteht.

10. Um eine Anpassung und Nachreichung der aktualisierten Dokumente wird gebeten. Für weitere redaktionelle Korrekturen in den Modulhandbüchern und Prüfungsordnungen wird der Kontakt mit Frau Meyer (Studium und Lehre) empfohlen.

Strukturebene: Ausstattung (Sächliche, räumliche und personelle Ausstattung unter Berücksichtigung von Verflechtungsstrukturen)

Von Seiten des Faches wird im Rahmen des Reakkreditierungsantrages auf die im Laufe der vergangenen Jahre stark reduzierten Zuweisungen an das Institut aufmerksam gemacht. Aufgrund des Wegfalls der Bologna-Mittel (Sondermittel Bologna-Reformprozess) werden sich zukünftig die Ausgaben für Lehraufträge, Hilfskräfte für die Lehre sowie die Bibliothek weiter reduzieren, so das Fach im Antrag. Als Konsequenz werden mit Blick auf die Durchführung des Studiengangs Qualitätseinbußen befürchtet.

[13] Auf Masterniveau würde man eher Verben erwarten, die der Analyse, der Synthese sowie der Beurteilung zuzuordnen sind bzw. diese Denkstufen abbilden. Siehe: http://www.uni-mainz.de/studlehr/dateien/Schablone_fuer_Modulbeschreibungen.doc

[14] http://www.blogs.uni-mainz.de/zq-handbuch/files/2014/09/Handreichung_Lernergebnisse_Stand_Sept_2014.pdf

Ungeachtet des stetigen Rückgangs der Studierendenzahlen in den bislang parallel geführten „alten" Diplom- und Magister-Studiengängen und damit des sukzessiven Wegfalls an kompensatorisch zur Einführung der neuen Studiengänge zur Verfügung gestellten Bologna-Mittel, ist die Studierendennachfrage nach den „neuen" Bachelor- und Master-Studiengängen im Fach Publizistik nach wie vor hoch (s. hochschulstatistische Kennzahlen[15] sowie Strukturkonzept des Instituts für Publizistik, Juli 2012, S. 26f.). Neben einer fachaffinen und inhaltlichen Attraktivität spielen weiterhin strukturelle Gründe (u.a. die ins Studium mündenden geburtenstarken Jahrgänge, Abschaffung Wehrpflicht, doppelte Abiturjahrgänge durch G8) eine Rolle. Der infolge der hohen Nachfrage für alle Studienschwerpunkte der Publizistik eingeführte bzw. bestehende Numerus Clausus trägt der mit der Nachfrage einhergehenden personellen und strukturellen Belastung des Fachs nur bedingt Rechnung. So verweist das Fach auf einen „schwer kalkulierbaren ‚Overhead'" an zugelassenen Studierenden; bspw. wurden im B.A.-Beifach Publizistik anstelle von 10 Studierenden 29 Studierende (s. Strukturkonzept des Instituts für Publizistik, Juli 2012) zugelassen. Insgesamt kann aus Sicht des ZQ festgehalten werden, dass nicht nur die seitens des Fachs erwähnten Sachmittelzuweisungen, sondern auch die personelle Situation des Instituts nicht angemessen auf die anhaltende Attraktivität und Nachfrage des Fachs hin adaptiert sind; so wird das Lehrangebot im Bereich Publizistik zu einem hohen Anteil aus Zusatzmitteln generiert: 40% des Lehrdeputats (164 SWS) speisen sich aus Hochschulpaktmitteln, 6% aus Lehraufträgen (24,5 SWS) und „lediglich" 54% aus Landesmitteln (218 SWS) (PuC, Jährliches Lehrangebot des Fachbereichs 02, Stand Studienjahr 2014/2015).

➔ Mit Blick auf die geplante Fortsetzung des Hochschulpaktes sollten Möglichkeiten geprüft werden, ob und inwiefern dieser strukturell schwierigen Situation durch die partielle Verstetigung von Stellen Rechnung getragen werden kann.

Betreuungsrelation

Informationen zur Betreuungsrelation liegen auf Institutsebene vor. Im Jahre 2010[16] betrug diese

a) Studierende/ wissenschaftliches Personal: 1:37,1
b) Studierende/ Professur: 1:111,4.

Curricularwertberechnung

Mit Blick auf den Curricularwert kann auf die Berechnung der Stabstelle Planung und Controlling verwiesen werden. Aktuell erfolgt eine Neuberechnung, welche dem Fach nachgereicht wird.

Ergebnisebene: Studienbegleitende Qualitätssicherung (Angaben zum Studienerfolg und Berufsfeldbezug)

Gemäß den vorliegenden hochschulstatistischen Kennzahlen[17] verzeichnete das Institut für Publizistik vom Wintersemester 2008/2009 bis zum Sommersemester 2014 zwischen 10 und 71 Studienanfänger in den Masterschwerpunkten. Die ehemals drei einzelnen Studiengänge starteten zu unterschiedlichen Zeiten. Der Master Medienmanagement startete bereits im Wintersemester 2008/2009. Einschreibungen in den Master Unternehmenskommunikation waren erstmalig zum Wintersemester 2009/2010 möglich und seit dem Wintersemester 2011/2012 können sich Studierende auch in den Master Kommunikationswissenschaften einschreiben.

[15] Siehe Monitoring JGU: Hochschulstatistische B.A. Publizistik, M.A. Kommunikationswissenschaft, M.A. Medienmanagement, M.A. Unternehmenskommunikation (Juli 2014).
[16] S. ebd..
[17] Siehe Monitoring JGU: Hochschulstatistische B.A. Publizistik, M.A. Kommunikationswissenschaft, M.A. Medienmanagement, M.A. Unternehmenskommunikation (Juli 2014).

Tendenziell ist die Auslastung des Masters Unternehmenskommunikation mit durchschnittlich 24,8 Studierenden im ersten Fachsemester am größten, gefolgt von dem Master Medienmanagement mit durchschnittlich 20,3 Studierenden im ersten Fachsemester und dem Master Kommunikationswissenschaften mit 19,6 Studierenden im ersten Fachsemester. Nach Angabe des Faches im Antrag sind die Bewerberzahlen durchgängig sehr hoch. Pro Studienjahr bewerben sich durchschnittlich mehr als 750 Studierende auf die vorhandenden 70 Masterstudienplätze (zirka 25 Plätze pro Master).

Der Frauenanteil liegt im Durchschnitt bei 70 Prozent (M.A. Unternehmenskommunikation), 86 Prozent (M.A. Kommunikationswissenschaften) und 77 Prozent (M.A. Medienmanagement).

In allen Evaluationsgesprächen (Studierende, Studienbüro, wissenschaftliche Mitarbeiter, Professoren) wurde die Regelstudienzeitüberschreitung[18] diskutiert. Von allen Gruppen wird eine Einhaltung der Regelstudienzeit für realisierbar gehalten. Eine Überschreitung der Regelstudienzeit kann nach dem derzeitigen Kenntnisstand der Gesprächsteilnehmer folglich nicht in den Merkmalen der Studienstruktur begründet liegen sondern wird auf freiwillige Gründe zurückgeführt. Eine „Überschreitung der Regelstudienzeit würde auch nicht als Qualitätsmangel" angesehen werden, so die Gruppe der Professoren. Aufgrund der hohen Praxisanbindung entscheiden sich die Studierenden häufig bewusst, die Dauer für die curricular vorgesehenen Praktika auf ein halbes Jahr (statt der vorgesehenen 12 Wochen) zu verlängern oder gar zusätzliche Praxiszeiten (über Werkstudentenjobs o.ä.) zu absolvieren. Die längeren Praktika-Zeiten hängen aber auch mit der gängigen Handhabe in den Unternehmen zusammen, Praktika-Plätze vorrangig mit einer Mindestdauer von einem halben Jahr anzubieten. Eine Anpassung derart vorzunehmen, statt des zwölfwöchigen Praktikums ein Praxissemester curricular zu verankern, ist aber dennoch nach Aussage der Professoren nicht vorgesehen. Als Grund wird die in Konsequenz zu hohe Kreditierung für praxisbezogene Studienanteile angeführt.

Von den Masterstudierenden haben 32,16 Prozent in Mainz den Bachelor in Publizistik absolviert. Folglich rekrutieren sich über zwei Drittel der Studierenden der drei Masterschwerpunkte aus externen Studierenden, welche ihren B.A.-Abschluss an einer anderen Hochschule als der JGU erworben haben. Dies lässt sich als Hinweis auf die überregionale Sichtbarkeit des Instituts werten. Nach Meinung der Fachgutachtenden ist die überregionale Sichtbarkeit dadurch begründet, dass das Institut für Publizistik der JGU als eines der „traditionsreichsten und einflussreichsten Institute im Fach Publizistik und Kommunikationswissenschaft" gilt. Zwischen den ungefähr zehn weiteren Instituten in Deutschland besteht nach Aussage von Teilnehmenden der Evaluationsgespräche ein reger und intensiver Austausch. Die vielfachen Studienortwechsel werden im Wesentlichen auf private Gründe („etwas Neues kennenlernen") zurückgeführt.

Bislang haben seit dem Wintersemester 2011/2012 38 Studierende den Master Medienmanagement, 47 Studierende den Master Unternehmenskommunikation und 2 Studierende den Master Kommunikationswissenschaft erfolgreich beendet.

Die gute Berufsanbindung der Mainzer Absolventen wird aus Sicht der Fachgutachter empirisch auch auf Basis der seit 1978 regelmäßig durchgeführten Absolventenbefragung anschaulich. Wenn sich auch die derzeitig verfügbaren Ergebnisse noch auf die herkömmlichen Studiengänge beziehen, sie geben dennoch Aufschluss darüber, dass ein Großteil der befragten Magisterabsolventen (89 Prozent) nahezu nahtlos in die Berufstätigkeit mündet. Einen Arbeitsvertrag haben knapp 40 Prozent der Befragten bereits vor ihrem Examen unterschrieben. Eine kommende Absolventenbefragung ist für 2015 geplant und wird dann gezielt die Masterabsolventen in den Blick nehmen.

[18] Anteil an Studierenden außerhalb der Regelstudienzeit: Kommunikationswissenschaft: 16 Prozent; Medienmanagement: 30 Prozent und Unternehmenskommunikation: 55 Prozent. Siehe Monitoring JGU: Hochschulstatistische B.A. Publizistik, M.A. Kommunikationswissenschaft, M.A. Medienmanagement, M.A. Unternehmenskommunikation (Juli 2014).

III. Synopse

Das Zentrum für Qualitätssicherung und -entwicklung (ZQ) empfiehlt die Weiterführung des Masterstudiengangs Kommunikation mit den drei Schwerpunkten Unternehmenskommunikation, Medienmanagement und Kommunikations- und Medienforschung.

Um im Rahmen des Verfahrens der Reakkreditierung eine abschließende Bewertung vornehmen zu können, sind bis zum 17.Dezember 2014 Ergänzungen zu oben genannten Punkten (Punkt 1-10) nachzureichen.

Im Hinblick auf die erneute Reakkreditierung des Studiengangs in sieben Jahren (April 2022) werden neben den obligatorischen Fragestellungen insbesondere die folgenden Aspekte berücksichtigt, weshalb empfohlen wird, bis zu diesem Zeitpunkt entsprechende Angaben bereitzuhalten:

- Ggf. Konzeption von veranstaltungsübergreifenden Modulabschlussprüfungen
- Prüfung von Möglichkeiten zur partiellen Verstetigung von Stellen