



# AMTLICHE MITTEILUNGEN

Nr. 1037 Datum: 16.04.2015

**Zulassungssatzung der Universität Hohenheim für  
den Master-Studiengang Kommunikations-  
management**

# **Zulassungssatzung der Universität Hohenheim für den Master-Studiengang Kommunikationsmanagement**

**Vom 16. April 2015**

Auf Grund von § 63 Abs. 2, § 60 Abs. 2, § 59 Abs. 1, § 19 Abs. 1 S. 2 Nr. 10 des Landeshochschulgesetzes (LHG) vom 1. Januar 2005 (GBl. S. 1), zuletzt geändert durch Artikel 1 des Dritten Hochschulrechtsänderungsgesetzes vom 1. April 2014 (GBl. S. 99), § 6 Abs. 4 sowie § 9 Abs. 2 und 3 des Hochschulzulassungsgesetzes (HZG) vom 15. September 2005 (GBl. S. 629), zuletzt geändert durch Artikel 7 des Dritten Hochschulrechtsänderungsgesetzes vom 1. April 2014 (GBl. S. 99, 168), und § 20 der Hochschulvergabeverordnung (HVVO) vom 13. Januar 2003 (GBl. S. 63), zuletzt geändert durch Verordnung vom 9. Mai 2014 (GBl. S. 262), hat der Rektor der Universität Hohenheim als Vorsitzender des Senats am 16. April 2015 die nachfolgende Neufassung der Zulassungssatzung im Wege der Eilentscheidung beschlossen.

## **§ 1 Anwendungsbereich**

- (1) Die im Master-Studiengang Kommunikationsmanagement (M.A.) zur Verfügung stehenden Studienplätze werden nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen vergeben.
- (2) Zulassungen in das erste Fachsemester finden im Jahresturnus nur für das jeweilige Wintersemester statt.

## **§ 2 Frist und Form**

- (1) Der Antrag auf Zulassung ist online spätestens bis zum 15. Juni des Jahres (Ausschlussfrist) über die Website der Universität Hohenheim auf dem hierfür vorgesehenen Antragsformular zu stellen. Die schriftlich einzureichenden Antragsunterlagen müssen ebenfalls spätestens bis zum 15. Juni des Jahres bei der Universität Hohenheim eingegangen sein.
- (2) Dem Antrag sind Unterlagen beizufügen, die das Vorliegen der in §§ 3 und 4 genannten Voraussetzungen nachweisen. Außerdem ist ein Nachweis darüber zu erbringen, ob die antragsstellende Person in einem Master-Studiengang, für den die Zulassung beantragt wird, oder in einem verwandten Studiengang den Prüfungsanspruch verloren hat oder die Masterprüfung endgültig nicht bestanden hat oder sich in einem laufenden Prüfungsverfahren in einem solchen Studiengang befindet.
- (3) Den Antragsunterlagen sind die von der Universität Hohenheim zur Verfügung gestellten Formulare ausgefüllt beizufügen.

## **§ 3 Zugangsvoraussetzungen**

- (1) Zum Studium im Master-Studiengang Kommunikationsmanagement kann nur zugelassen werden, wer folgende Zugangsvoraussetzungen erfüllt:

1. Die antragstellende Person verfügt über den Nachweis deutscher Sprachkenntnisse in der Regel durch den „Test Deutsch als Fremdsprache“ (DaF), soweit nicht die Hochschulzugangsberechtigung an einer deutschsprachigen Schule erworben wurde; über die Anerkennung gleichwertiger Nachweise entscheidet der Zulassungsausschuss

und

2. über den Nachweis eines überdurchschnittlichen Abschlusses (Hochschulabschlussnote von mindestens gut (2,50) oder vergleichbare gleichwertige Abschlüsse)

- (a) eines Bachelor-Studiengangs in Kommunikationswissenschaft

(b) eines mindestens dreijährigen Hochschulstudiums im Bereich der Kommunikationswissenschaft, welcher in der Bundesrepublik Deutschland erworben wurde, oder

(c) eines Studienganges an einer ausländischen Hochschule mit einem mindestens dreijährigen kommunikationswissenschaftlichen Bachelor-Degree.

3. Darüber hinaus müssen die in § 3 Abs. 1 Zi. 2 genannten Studiengänge Lehrveranstaltungen im Bereich der sozialwissenschaftlichen Methodenlehre im Umfang von mindestens acht Prozent der gesamten Leistungspunktzahl enthalten. Als Lehrveranstaltungen der sozialwissenschaftlichen Methodenlehre werden Veranstaltungen gemäß Anlage 1 anerkannt.

4. Darüber hinaus muss die antragstellende Person ihren Wunsch, den Master-Studiengang Kommunikationsmanagement (M.A.) an der Universität zu studieren, in einem zweiseitigen Motivationsschreiben schlüssig fachlich begründen.

(2) Als Studium der Kommunikationswissenschaft wird ein Studium gemäß Anlage 2 anerkannt, in dem mindestens die Hälfte der Studieninhalte aus Lehrveranstaltungen der Kommunikationswissenschaft stammen. Über die Gleichwertigkeit der Vorbildung sowie die Vergleichbarkeit der überdurchschnittlichen Abschlüsse entscheidet der Zulassungsausschuss. Bei der Anerkennung von ausländischen Abschlüssen sind die Empfehlungen der Kultusministerkonferenz sowie die Absprachen im Rahmen von Hochschulpartnerschaften zu beachten. Das Akademische Auslandsamt unterstützt den Zulassungsausschuss bei der Prüfung der Anrechenbarkeit ausländischer Abschlüsse. In Zweifelsfällen wird die Zentralstelle für ausländisches Bildungswesen (ZAB) gehört.

(3) Liegt bis Ablauf der Bewerbungsfrist (15. Juni) das Abschlusszeugnis des ersten Studienabschlusses noch nicht vor, so nimmt der Bewerber am Auswahlverfahren mit einer Durchschnittsnote, die auf Grund bisheriger Prüfungsleistungen ermittelt wird, teil. Das Abschlusszeugnis ist spätestens bis zum 31. Dezember des Zulassungsjahres nachzureichen. Eine Zulassung ist in diesem Fall unter dem Vorbehalt auszusprechen, dass der erste Hochschulabschluss gem. § 3 Abs. 1 Zi. 2-3, Abs. 2 bis zum 31. Dezember des Zulassungsjahres nachgewiesen wird. Wird dieser Nachweis nicht fristgerecht erbracht, erlischt die Zulassung.

#### **§ 4 Zulassungsvoraussetzungen**

(1) Übersteigt die Zahl der nach § 3 qualifizierten Bewerber die Gesamtzahl der zur Verfügung stehenden Studienplätze, so wird vom Zulassungsausschuss eine Rangliste der Bewerber auf folgender Basis erstellt:

1. Aus der Hochschulabschlussnote und aus einem Wert für (berufs-) praktische Tätigkeiten in kommunikationswissenschaftlichen Bereichen wird eine Gesamtnote gebildet.

2. Die Gesamtnote ergibt sich zu 70 Prozent aus der Hochschulabschlussnote und zu 30 Prozent aus einem in einer Note ausgedrückten Wert für (berufs-) praktische Tätigkeiten in kommunikationswissenschaftlichen Bereichen.

3. Die Note für (berufs-)praktische Tätigkeiten in kommunikationswissenschaftlichen Bereichen ergibt sich aus den folgenden Kriterien: Zahl, Dauer, Internationalität und inhaltliche Vielfalt der (berufs-) praktischen Tätigkeiten. Als internationale Erfahrung kann auch ein Auslandsaufenthalt im Rahmen des Studiums oder ein anderer nachgewiesener, der Weiterbildung dienender Auslandsaufenthalt mit einer Dauer von mindestens einem Monat anerkannt werden. Die Kriterien werden gemäß Anlage 3 bewertet.

4. Zu den in Frage kommenden (berufs-)praktische Tätigkeiten in kommunikationswissenschaftlichen Bereichen zählen Tätigkeiten in folgenden Berufsfeldern: Verlags- und Medienmanagement, Markt- und Kommunikationsforschung, Kommunikationsmanagement und Public Relations, Journalismus, Politikberatung und politische Kommunikation, Marketing und Werbung. Eine abgeschlossene Berufsausbildung in diesen Berufsfeldern kann ebenfalls angerechnet werden.

5. Liegt noch keine Hochschulabschlussnote vor, so wird ersatzweise die Durchschnittsnote der zum Zeitpunkt der Bewerbung vorliegenden Leistungspunkte verwendet.

(2) Bei Ranggleichheit gilt § 20 Abs. 3 Hochschulvergabeverordnung des Landes Baden-Württemberg.

## **§ 5 Zulassungsverfahren**

(1) Über die Zulassung entscheidet die Rektorin / der Rektor der Universität Hohenheim auf Vorschlag des Zulassungsausschusses.

(2) Der Antrag ist zurückzuweisen, wenn

1. die erforderlichen Antragsformulare nicht vollständig ausgefüllt sind und / oder

2. die in §§ 2 bis 4 geregelten Voraussetzungen nicht erfüllt sind und / oder

3. wenn die antragstellende Person in einem Masterstudiengang, für den die Zulassung beantragt wird, oder in einem verwandten Studiengang den Prüfungsanspruch verloren oder die Masterprüfung endgültig nicht bestanden hat oder sich in einem laufenden Prüfungsverfahren in einem solchen Studiengang befindet.

(3) Im Übrigen bleiben die allgemein für das Zulassungsverfahren geltenden Bestimmungen in der Zulassungs- und Immatrikulationssatzung der Universität Hohenheim unberührt.

## **§ 6 Zulassungsausschuss, Auswertungsgruppe**

(1) Der Zulassungsausschuss besteht aus fünf der Universität Hohenheim angehörenden Mitgliedern des hauptberuflichen wissenschaftlichen Personals, von denen mindestens drei Professorinnen oder Professoren sein müssen, sowie einem studentischen Mitglied mit beratender Stimme.

(2) Die oder der Vorsitzende sowie die weiteren Mitglieder des Zulassungsausschusses werden vom Fakultätsrat der Fakultät für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften der Universität Hohenheim bestellt. Die Amtszeit der Mitglieder beträgt zwei Jahre, für das studentische Mitglied ein Jahr. Wiederbestellung ist möglich.

(3) Der Zulassungsausschuss ist bei Anwesenheit von mindestens drei stimmberechtigten Mitgliedern, darunter mindestens einem professoralen Mitglied, beschlussfähig. Der Zulassungsausschuss entscheidet mit einfacher Stimmenmehrheit; bei Stimmgleichheit gibt die Stimme der bzw. des Vorsitzenden den Ausschlag.

(4) Für die Bewertung der fachlichen Eignung gemäß § 3, die Bewertung der Auswahlkriterien und die Ermittlung der Rangnummern gemäß § 4 kann der Zulassungsausschuss eine Auswertungsgruppe bestehend aus Mitgliedern der Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften einsetzen. Der Zulassungsausschuss koordiniert das Auswahlverfahren und die Arbeit der Auswertungsgruppe und stellt sicher, dass die Auswahlkriterien einheitlich angewendet werden. Zur Sicherstellung der einheitlichen Anwendung der Kriterien kann der Zulassungsausschuss eine erläuternde Richtlinie zu Anlagen 1 bis 3 erlassen, die jedes Mitglied der Auswertungsgruppe bei der Bewertung der Auswahlkriterien und Ermittlung der Rangnummern zu beachten hat.

## **§ 7 In-Kraft-Treten**

(1) Diese Zulassungssatzung tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung in den Amtlichen Mitteilungen der Universität Hohenheim in Kraft. Gleichzeitig tritt die Zulassungsordnung der Universität Hohenheim für den Master-Studiengang Kommunikationsmanagement vom 28.11.2013 außer Kraft.

(2) Die Zulassungssatzung gilt erstmals für das Zulassungsverfahren zum Wintersemester 2015/2016.

Stuttgart, den 16. April 2015

gez.

Professor Dr. Stephan Dabbert

-Rektor-

## Anlage 1

### **Kriterien für die Anerkennung der Lehrveranstaltungen der sozialwissenschaftlichen Methodenlehre im Sinne von § 3 Abs. 1 Nr. 3**

Als Lehrveranstaltungen der ‚sozialwissenschaftliche Methodenlehre‘ werden Veranstaltungen anerkannt, die sich dem Titel nach mit der Vermittlung von Wissen und Kompetenzen in einem der folgenden Bereiche befassen:

- Methodologie der Sozialwissenschaften (Wissenschaftstheorie und -logik)
- Forschungsprozess und -logik (z.B. Messen, Auswahlverfahren, Forschungsdesigns [Experiment])
- qualitative und quantitative Methoden der Datenerhebung (Befragung, Inhaltsanalyse, Beobachtung)
- qualitative und quantitative Methoden der Datenanalyse (u.a. Statistik, Dokumentenanalyse)

Als Lehrveranstaltungen der ‚sozialwissenschaftliche Methodenlehre‘ werden überdies Lehrveranstaltungen anerkannt, in denen im Rahmen der Durchführung eigenständiger empirischer Forschung neue Kenntnisse zu sozialwissenschaftlichen Methoden vermittelt wurden, obwohl dies aus dem Veranstaltungstitel nicht hervorgeht. In diesem Fall ist das empirische Projekt kurz zu beschreiben und anzugeben, welche Kenntnisse zu sozialwissenschaftlichen Methoden in welchem der o.g. Bereiche in der Lehrveranstaltung vermittelt wurden.

Die Durchführung empirischer Forschung ohne zusätzliche Vermittlung von Methodenkompetenz im Rahmen von Forschungs- und Abschlussarbeiten oder in sonstigen Lehrveranstaltungen, in denen sozialwissenschaftliche Methoden primär angewendet werden, gelten nicht als Lehrveranstaltungen der sozialwissenschaftlichen Methodenlehre.

## **Anlage 2**

### **Kriterien der Entscheidung über Vergleichbarkeit der Abschlüsse gemäß § 3 Abs. 2**

Als ‚kommunikationswissenschaftlicher Studiengang‘ wird ein Studiengang verstanden, der sich hauptsächlich in einer sozialwissenschaftlichen Tradition mit (Massen-) Kommunikation beschäftigt. Indikatoren für einen geeigneten Studiengang sind Inhalt in den Bereichen:

- Einführung in die Kommunikationswissenschaft o.ä.
- Medienrezeptions- und Medienwirkungsforschung
- Mediensysteme
- Journalistik
- Mediensoziologie, -psychologie, -politik, -kultur o.ä.
- Werbung, Unternehmenskommunikation, PR, Politische Kommunikation, sonstige „Bindestrich-Kommunikation“ o.ä.
- Medienmarketing, Medienwirtschaft, Medienrecht o.ä.

Dabei müssen

- mindestens drei der vorgenannten Bereiche durch das Vorstudium abgedeckt sein und
- mindestens 50% der Gesamtleistungspunktzahl des Vorstudiums auf die kommunikationswissenschaftlichen Bereiche entfallen.

### Anlage 3

#### Verfahren zur Ermittlung und Berechnung der Rangliste der Zulassungsvoraussetzungen gemäß § 4

Übersteigt die Zahl der zugangsfähigen Bewerber die Gesamtzahl der zur Verfügung stehenden Studienplätze wird eine Rangliste gemäß § 4 gebildet auf Basis einer Note aus:

1. Note des Hochschulstudiums / des Vorstudiums (70%)
2. Note für berufspraktische Tätigkeiten in Kommunikationswissenschaftlichen Bereichen (30%)

Für (berufs-)praktische Tätigkeiten werden Punkte vergeben, die anschließend zu einer Note für diese Tätigkeiten führen:

- Jeweils vier Punkte für eine mindestens einmonatige praktische Tätigkeit in einem der Bereiche: Verlags- und Medienmanagement, Markt- und Kommunikationsforschung, Kommunikationsmanagement und Public Relations, Journalismus, Politikberatung und politische Kommunikation, Marketing und Werbung (entsprechend § 4 Abs.1 Zi. 4.) . Diese Punkte können für maximal drei Praktika vergeben werden (= max. 12 Punkte)
- Jeweils zwei zusätzliche Punkte pro praktische Tätigkeit, wenn sie länger als zwei Monate dauert. Diese Punkte können ebenfalls nur für maximal drei praktische Tätigkeiten vergeben werden (= max. 6 Punkte). Die Punkte werden nur vergeben, wenn die praktischen Tätigkeiten in Vollzeit absolviert wurden oder durch Angaben in den erbrachten Nachweisen eindeutig in Vollzeitstellen umgerechnet werden können. Zur Umrechnung in Vollzeitstellen wird eine Wochenarbeitszeit von 30 Stunden zugrunde gelegt.
- Einmalig vier Punkte für Internationalität: Wurde mindestens eine praktische Tätigkeit im Ausland absolviert, so werden einmalig vier zusätzliche Punkte vergeben. Diese Punkte können auch für eine andere nachgewiesene Auslandserfahrung von mind. einem Monat Dauer vergeben werden.
- Einmalig vier Punkte für Vielfalt: Wurden die praktischen Tätigkeiten in mindestens zwei verschiedenen anrechnungsfähigen Bereichen vergeben, so werden einmalig vier zusätzliche Punkte vergeben.

Das Vorliegen von 12 Monaten anerkennungsfähiger Berufserfahrung außerhalb einer Berufsausbildung führt zur Vergabe der Maximalpunktzahl von 26 Punkten.

Insgesamt können maximal 26 Punkte erreicht werden.

Die Punkte werden nach folgender Tabelle in Noten umgerechnet.

Punkte	Note
26	1,0
24	1,1
22	1,2
20	1,3
18	1,4
16	1,5
14	1,6
12	1,7
10	1,8
8	1,9
6	2,0

4	2,1
0	2,3

Die Praktika sind durch Praktikumszeugnisse nachzuweisen, aus denen das Berufsfeld, die Dauer und Art der Tätigkeit sowie Art und Standort der Praktikumsorganisation hervorgeht. Diese Informationen sind auch im Formular ‚Übersicht über berufspraktische Erfahrungen‘ zu dokumentieren.