



UNIVERSITÄT
HOHENHEIM

Rektor

**Zulassungssatzung der Universität Hohenheim
für den Master-Studiengang
Kommunikationsmanagement und -analyse**

Nr. 1215 Datum: 12.02.2019

AMTLICHE MITTEILUNGEN

Zulassungssatzung der Universität Hohenheim für den Master-Studiengang Kommunikationsmanagement und -analyse

Vom 12. Februar 2019

Auf Grund von § 63 Abs. 2, § 60 Abs. 2, § 59 Abs. 1, § 19 Abs. 1 S. 2 Nr. 10 des Landeshochschulgesetzes (LHG) vom 01. Januar 2005 (GBl. S. 1), in der Fassung des Artikel 1 des Dritten Hochschulrechtsänderungsgesetzes vom 01. April 2014 (GBl. S. 99), zuletzt geändert durch Artikel 1 des Gesetzes vom 13. März 2018 (GBl. S. 85), § 6 Abs. 4, § 6a sowie § 9 Abs. 2 und 3 des Hochschulzulassungsgesetzes (HZG) vom 15. September 2005 (GBl. S. 629), zuletzt geändert durch Artikel 2 des Gesetzes vom 05. Mai 2015 (GBl. S. 313), und § 1 Abs. 3 und § 20 der Hochschulvergabeverordnung (HVVO) vom 13. Januar 2003 (GBl. S. 63), zuletzt geändert durch Verordnung vom 7. Januar 2019 (GBl. S. 9), hat der Senat der Universität Hohenheim am 06. Februar 2019 die nachfolgende Satzung beschlossen.

§ 1 Anwendungsbereich

- (1) Die im Master-Studiengang Kommunikationsmanagement und -analyse (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 Universität Hohenheim kann auf Antrag zur Vermeidung unbilliger Härte auf die elektronische Antragstellung verzichten und eine schriftliche Antragstellung vorsehen. 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.

§ 3 Zugangsvoraussetzungen

- (1) Zum Studium im Master-Studiengang Kommunikationsmanagement und -analyse 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,
 2. über englische Sprachkenntnisse der Niveaustufe B2 nach dem gemeinsamen europäischen Referenzrahmen, die in der Regel über die Hochschulzugangsberechtigung nachgewiesen werden; über die Feststellung ausreichender englischer Sprachkenntnisse entscheidet der Zulassungsausschuss;
 3. über den Nachweis eines überdurchschnittlichen Abschlusses (Hochschulabschlussnote von mindestens gut (2,50) oder vergleichbare gleichwertige Abschlüsse)
 - a) eines Bachelor-Studiengangs in Sozialwissenschaften (v.a. Kommunikationswissenschaft, Soziologie, Psychologie, Politikwissenschaft)

- b) eines mindestens dreijährigen Hochschulstudiums im Bereich Sozialwissenschaften (v.a. Kommunikationswissenschaft, Soziologie, Psychologie, Politikwissenschaft), welcher in der Bundesrepublik Deutschland erworben wurde oder
 - c) eines Studienganges an einer ausländischen Hochschule mit einem mindestens dreijährigen sozialwissenschaftlichen Bachelor-Degree (v.a. Kommunikationswissenschaft, Soziologie, Psychologie, Politikwissenschaft)
4. Als Studium der Sozialwissenschaften wird ein Studium anerkannt, in dem mindestens 70 ECTS aus Modulen bzw. Lehrveranstaltungen stammen, in denen sozialwissenschaftliche Theorien, Methoden und Befunde im Mittelpunkt stehen.
- (2) Die in § 3 Absatz 1 Ziffer 2 genannten Studiengänge müssen überdies Lehrveranstaltungen im Bereich der sozialwissenschaftlichen Methodenlehre im Umfang von mindestens 15 ECTS enthalten. Grundkenntnisse in quantitativen Forschungsmethoden und/oder Statistik werden empfohlen. Als Lehrveranstaltungen der sozialwissenschaftlichen Methodenlehre werden Veranstaltungen gemäß Anlage 1 anerkannt.
- (3) 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.
- (4) 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 15. Dezember des Zulassungsjahres nachzureichen. Eine Zulassung ist in diesem Fall unter dem Vorbehalt auszusprechen, dass der erste Hochschulabschluss gemäß § 3 Absatz 1 Ziffer 2-3, Absatz 2 bis zum 15. 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 bzw. der Durchschnittsnote der vorliegenden Leistungen gemäß § 3 Absatz 4 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 bzw. der Durchschnittsnote der vorliegenden Leistungen gemäß § 3 Absatz 4 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, Internationalität, Vielfalt. Diese Kriterien werden gemäß Anlage 2 bewertet.
- (2) Bei Ranggleichheit gilt § 20 Abs. 3 Hochschulvergabeverordnung des Landes Baden-Württemberg.

§ 5 Zulassungsverfahren

- (1) Über die Zulassung entscheidet das Rektorat 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 Master-Studiengang, für den die Zulassung beantragt wird, oder in einem verwandten Studiengang den Prüfungsanspruch verloren oder die Masterprüfung endgültig nicht bestanden hat.
- (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 Qualifikation gemäß § 3, die Bewertung der Auswahlkriterien und die Ermittlung der Rangnummern gemäß § 4 Absatz 2 kann der Zulassungsausschuss eine Auswertungsgruppe bestehend aus Mitgliedern der Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften der Universität Hohenheim 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 und 2 erlassen, die jedes Mitglied der Auswertungsgruppe bei der Bewertung der Auswahlkriterien und Ermittlung der Rangnummern zu beachten hat.

§ 7 Inkrafttreten

- (1) Diese Satzung tritt am Tag nach der Veröffentlichung in den Amtlichen Mitteilungen der Universität Hohenheim in Kraft.
- (2) Gleichzeitig treten die Zulassungssatzungen der Universität Hohenheim für die Master-Studiengänge Kommunikationsmanagement vom 18. Mai 2018 (veröffentlicht in den Amtlichen Mitteilungen der Universität Hohenheim Nr. 1184 vom 18. Mai 2018) und Kommunikationswissenschaft und Medienforschung vom 18. Mai 2018 (veröffentlicht in den Amtlichen Mitteilungen der Universität Hohenheim Nr. 1186 vom 18. Mai 2018) außer Kraft.
- (3) Diese Zulassungssatzung gilt erstmals für das Zulassungsverfahren zum Wintersemester 2019/2020.

Stuttgart, den 12. Februar 2019

gez.

Professor Dr. Stephan Dabbert

-Rektor-

Anlage 1

Kriterien für die Anerkennung von Lehrveranstaltungen der sozialwissenschaftlichen Methodenlehre im Sinne von § 3 Absatz 2

Als Lehrveranstaltungen der sozialwissenschaftlichen 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)
- quantitative und qualitative Methoden der Datenerhebung (z.B. Befragung, Inhaltsanalyse, Beobachtung)
- quantitative und qualitative Methoden der Datenauswertung (z.B. Statistik, Dokumentenanalyse)

Grundkenntnisse in quantitativen Forschungsmethoden und/oder Statistik werden empfohlen.

Als Lehrveranstaltungen der sozialwissenschaftlichen Methodenlehre werden überdies Lehrveranstaltungen anerkannt, in denen im Rahmen der Durchführung eigenständiger empirischer Forschung zusätzliche neue Kenntnisse zu sozialwissenschaftlichen Methoden vermittelt wurden, obwohl dies aus dem Veranstaltungstitel nicht hervorgeht. In diesem Fall muss aus einer zusätzlichen Beschreibung im Formular „Übersicht über die sozialwissenschaftliche Methodenlehre“ hervorgehen, 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, gilt nicht als Lehrveranstaltung der sozialwissenschaftlichen Methodenlehre.

Anlage 2

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 (berufs-)praktische Tätigkeiten in kommunikationswissenschaftlichen Bereichen (30%)

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

- Jeweils ein Punkt 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. Diese Punkte werden für maximal vier Praktika vergeben (= max. vier Punkte). Praktikum wird hier gleichbedeutend mit anderen berufspraktischen Erfahrungen (z.B. Werkstudententätigkeiten, Jobs als studentische Hilfskraft) verwendet. 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.
- Ein Punkt für Internationalität: Wurde mindestens eine praktische Tätigkeit im Ausland absolviert, so wird ein zusätzlicher Punkt vergeben. Der Punkt kann auch für eine andere nachgewiesene Auslandserfahrung von mind. einem Monat Dauer vergeben werden (z.B. Auslandsaufenthalt im Rahmen des Studiums).
- Ein Punkt für Vielfalt: Wurden die praktischen Tätigkeiten in mindestens zwei verschiedenen anrechnungsfähigen Bereichen vergeben, so wird ein zusätzlicher Punkt vergeben.

Das Vorliegen von 12 Monaten anerkennungsfähiger Berufserfahrung außerhalb einer Berufsausbildung führt zur Vergabe der Maximalpunktzahl von 6 Punkten.

Insgesamt können maximal 6 Punkte erreicht werden.

Die Punkte für (berufs-)praktische Tätigkeiten werden nach folgender Tabelle in Noten umgerechnet.

Punkte	Note
6	1,0
5	1,2
4	1,4
3	1,6
2	1,8
1	2,0
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 Information sind auch im Formular „Übersicht über berufspraktische Erfahrungen“ zu dokumentieren.