

Akademischer Senat der
Universität Bremen
XXVII/3. Sitzung, 15.11.2017

Beschluss-Nr. 8853

**Themenfeld: Aufnahmeverfahren, Studienangebote, Anpassung von
Prüfungsordnungen**
**hier: Einrichtung des Studiengangs „Digital Media and Society“ (M.A.) zum
Wintersemester 2018/19, FB 9**

Bezug: Vorlage Nr. XXVII/33

Beschlussantrag:

- a) Der Akademische Senat stimmt der Einrichtung des Studiengangs „Digital Media and Society“ (M.A.) zu. Die Einrichtung erfolgt zum Wintersemester 2018/19.
- b) Der Akademische Senat stimmt der beigefügten Aufnahmeordnung „Digital Media and Society“ (M.A.) zu.

Der Akademische Senat stimmt dem Antrag zu.

Abstimmungsergebnis: einstimmig

Anlage: Vorlage

bearbeitet von Kay Wenzel, Referat 13

Org.Zeichen: -13-

Bremen, den 2.11.17

Tel.: 218-60350

E-Mail: kay.wenzel@vw.uni-bremen.de

Vorlage Nr. **XXVII/33** für die **XXVII/3.** Sitzung
des AKADEMISCHEN SENATS am 15.11.2017 zur Beschlussfassung

Themenfeld: Aufnahmeverfahren/Studienangebote/Anpassung von Prüfungsordnungen

Titel: Einrichtung des Studiengangs „Digital Media and Society“ (M.A.)

Berichterstattung: a) Herr Hoffmeister (KON2), Herr Wenzel (13), Herr Hepp, Frau Peters (FB 9)
b) Frau Kröger (13,2), Herr Hepp (FB 9)

Beschlussantrag: a) Der Akademische Senat stimmt der Einrichtung des Studiengangs „Digital Media and Society“ (M.A.) zu. Die Einrichtung erfolgt zum Wintersemester 2018/19.
b) Der Akademische Senat stimmt der beigefügten Aufnahmeordnung „Digital Media and Society“ (M.A.) zu. (Anlage 5)

Begründung:

Motivation

Der fachbereichsübergreifende englischsprachige Masterstudiengang „Digital Media and Society“ (M.A.) ist ein forschungsorientiertes Masterprogramm mit einer starken interdisziplinären Orientierung. Sein Schwerpunkt ist die empirisch-analytische Auseinandersetzung mit einer durch Medien geprägten, digitalen Gesellschaft. Dem liegt ein integratives Studiengangskonzept zugrunde, das Kommunikations- und Medienwissenschaft mit Medieninformatik, Medienpädagogik, Filmwissenschaft und in der Religionswissenschaft unterrichtete Medienethik vernetzt. Über einen Praxis- und Integrationsbereich werden weitere Fragen und Themenfelder der digitalen Gesellschaft einbezogen. Die Ausrichtung auf aktuelle und zukünftige gesellschaftliche Entwicklungen und Herausforderungen, die im Zusammenhang mit der Datafizierung stehen, ist innovativ und in der Form deutschlandweit einzigartig.

Die Universität Bremen zählt in ihrem Wissenschaftsschwerpunkt „Minds, Media, Machines“, der u.a. Informatik mit Kommunikations- und Medienwissenschaft zusammenführt, zu den national und international führenden Hochschulen. Ziel des geplanten Masterprogramms ist es, in engem Bezug auf diesen Wissenschaftsschwerpunkt und dem dort verorteten Zentrum für Medien-, Kommunikations- und Informationsforschung (ZeMKI) ein Masterprogramm zu entwickeln, das in einem der derzeit drängendsten Bereiche ausbildet: der Kommunikation in einer datafizierten Gesellschaft. Mit einem solchen Profil ist der Studiengang eng in das

ZukunftsKonzept der Universität Bremen, die damit betriebene weitere Profilierung der Institution und die damit verbundenen Leitziele eingebunden. Durch die Etablierung des konsekutiven „MA Digital Media and Society“ wird damit das Ausbildungskonzept des Instituts für historische Publizistik, Kommunikations- und Medienwissenschaft (IPKM) durch eine engere Verzahnung mit der Forschung am ZeMKI weiterentwickelt. Der Studiengang mit neben seinem kommunikations- und medienwissenschaftlichen Kernbereich Anteilen aus Medieninformatik, Medienpädagogik, Filmwissenschaft und Medienethik bezieht inhaltlich gegenwärtige und zukünftig erwartbare Entwicklungen und Herausforderungen einer datafizierten Gesellschaft und deren wissenschaftliche Reflexion ein.

Vorgesehen ist eine Kohortengröße von 24 Studierenden.

Ziele des Studiums

Das Ziel des Studiengangs ist es, für konzeptionelle Berufe für eine Kommunikation in der datafizierten Gesellschaft auszubilden. Diese sind auf der einen Seite in aller Munde: Unternehmen fragen nach Menschen mit Ausbildung im Umgang mit „big data“, nach Personen, die problemlos zwischen sozialwissenschaftlichen und informatischen Blickwinkeln wechseln können. Öffentliche, zivilgesellschaftliche und private Institutionen müssen ihre Kommunikationsstrategien zunehmend auf Software und Algorithmen abstimmen. Während hier ein hoher Bedarf besteht, ist die Ausbildung für eine solche Kommunikation in der datafizierten Gesellschaft nach wie vor unklar: Es haben sich bisher keine festen Studiengänge etabliert, die all diese Kompetenzen verbinden. Traditionelle Studiengänge in der Kommunikations- und Medienwissenschaft tun sich zum Teil mit den neuen technischen Herausforderungen schwer, indem sie stark auf „alte“ Konzepte der öffentlichen Kommunikation und des Journalismus ausgerichtet sind. Der neu eingerichtete MA Digital Media and Society zielt darauf, genau für eine erfolgreiche Kommunikation in der datafizierten Gesellschaft auszubilden. Seine Abgängerinnen und Abgänger sollen in der Lage sein, Kommunikationsstrategien im Hinblick auf die Herausforderungen von Datafizierung entwickeln, mit digitalen Methoden und deren Kontextualisierung umzugehen und in gemischten Teams zwischen Sozial- und Kulturwissenschaften bzw. Informatik zu arbeiten. Arbeitsstellen mit einem solchen Profil entstehen derzeit mit großer Geschwindigkeit in Unternehmen, Behörden und Verbänden, zivilgesellschaftlichen Einrichtungen bzw. dem Bereich von Beratung und Consulting.

Der Charakter dieses neu entstehenden Berufsfelds macht eine fachbereichsübergreifende Ausbildung notwendig. Deswegen integriert der „MA Digital Media and Society“ Kommunikations- und Medienwissenschaft mit Medieninformatik, Medienpädagogik, Filmwissenschaft und einer in der Religionswissenschaft unterrichteten Medienethik. Er hat eine profilierte sozialwissenschaftliche Methodenausbildung mit Schwerpunkt bei digitalen Methoden und deren Kontextualisierung. Ein besonderer Fokus des Studiengangs sind die Dynamiken der Digitalisierung und Datafizierung der Gesellschaft. Hierbei schlägt er die Brücke zwischen Forschungs- und Berufspraxis. Ein englisch-sprachiger Unterricht ist bei diesem Themenfeld deswegen zielführend, weil sowohl die Forschung als auch Berufspraxis der Kommunikation in einer datafizierten Gesellschaft hochgradig international – sprich: durch die englischsprachige *community* – geprägt sind.

Studienvoraussetzungen

Voraussetzung für die Zulassung zum Masterstudiengang ist der Nachweis eines abgeschlossenen BA-Studiums bzw. eines ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschlusses in kommunikations- und medienwissenschaftlichen Fächern, in Medieninformatik oder eines als gleichwertig anerkannten Studiengangs mit Studienleistungen im Umfang von mind. 180 CP. Grundkenntnisse im Bereich Kommunikations- und Medienwissenschaft sollen durch eine

Schwerpunktsetzung im bisherigen Studium mit mind. 20 CP nachgewiesen werden. Im Einzelfall können fachliche/fachwissenschaftliche Grundkenntnisse bei BA-Abschlüssen mit geringem Kommunikations- und Medienbezug durch entsprechende berufspraktische Erfahrungen neben einem BA nachgewiesen werden. Mit einem Motivationsschreiben soll das Interesse für Prozesse der Digitalisierung und Datafizierung, eine wissenschaftliche Auseinandersetzung mit relevanten Themen und die Begeisterung für medienpraktische, konzeptionelle Arbeiten und empirische Projekte erläutert werden. Englische Sprachkenntnisse sollen auf dem Niveau C1 des European Framework nachgewiesen werden.

Der Studiengang führt ein Auswahlverfahren durch, das die Kompetenz der Bewerberinnen und Bewerber sowie deren Motivation überprüft. Dazu wird vom Instituts- bzw. Fachbereichsrat eine Auswahlkommission eingesetzt.

Hauptverantwortlich Lehrende:

Kommunikations- und Medienwissenschaft m.d.S. Medienwandel :
Prof. Dr. Stefanie Averbeck-Lietz,

Kommunikations- und Medienwissenschaft m.d.S. Medienkultur und Kommunikationstheorie :
Prof. Dr. Andreas Hepp,

Kommunikations- und Medienwissenschaft m.d.S. vergleichende Kulturanalyse :
Prof. Dr. Christine Lohmeier,

Kommunikations- und Medienwissenschaft m.d.S. Mediengesellschaft:
Prof. Dr. Christian Pentzold,

Kommunikations- und Medienwissenschaft m.d.S. Methodeninnovation (laufendes Verfahren):
N.N.

Anlagen:

- 1) Planungsskizze „Digital Media and Society“ (M.A.)
- 2) Akkreditierung des Studiengangs „Digital Media and Society“ (M.A.)
- 3) Stellungnahme des Referates 11 zu Kapazitäten
- 4) Studienverlaufsplan „Digital Media and Society“ (M.A.)
- 5) Aufnahmeordnung „Digital Media and Society“ (M.A.)

Planungsskizze Studiengangseinrichtung

Titel	Digital Media & Society
Titel (engl. Bezeichnung)	Digital Media & Society
Abschluß	B.A. <input type="checkbox"/> B.Sc. <input type="checkbox"/> LL.B. <input type="checkbox"/> LL.M. <input type="checkbox"/> M.A. <input checked="" type="checkbox"/> M.Sc. <input type="checkbox"/> M.Ed. <input type="checkbox"/> Sonstige
Studiengangsverantwortliche/r	Prof. Dr. Christine Lohmeier
Fachbereich/e	ZeMKI (fachbereichsübergreifend), beteiligt sind FB9, FB3 und FB12 über Gemeinsamen beschließenden Ausschuss (GbA) MA Digital Media and Society
Bei mehreren beteiligten Fachbereichen/ Hochschulen: federführender Fachbereich/ Hochschule	ZeMKI , FB9, Universität Bremen
geplanter Starttermin	WiSe 2018/19
geplante Studiendauer	4 Fachsemester
geplante Anzahl Studierender	24
Kurze, zusammenfassende Darstellung des Studiengangs: <ul style="list-style-type: none"> • Qualifikationsziel • Studieninhalte • Wie werden die Profilmerkmale „Forschendes Lernen, Diversityorientierung sowie Internationalität erfüllt? 	<p>Der <i>MA Digital Media and Society</i> ist ein englischsprachiges, interdisziplinäres Masterprogramm mit einer Schwerpunktsetzung auf die empirisch-analytische Auseinandersetzung mit einer durch Medien geprägten, digitalen Gesellschaft. Dem liegt ein integratives Studiengangskonzept zugrunde, welches Kommunikations- und Medienwissenschaft mit Medieninformatik, Medienpädagogik, Religionswissenschaften, und Filmwissenschaft vernetzt und über einen Praxis- und Integrationsbereich weitere für Fragen der digitalen Gesellschaft relevante Wissensbestände einbezieht.</p> <p>Der Studiengang wird komplett englischsprachig angeboten und wendet sich im Sinne der Diversityorientierung und den Internationalitätsbestrebungen sowohl an international ausgerichtete inländische als auch an ausländische Studierende.</p> <p>Das Profilmerkmal des Forschenden Lernen wird durch die Konzeption der einzelnen Module, u.a. das zwei-semestrigie Forschungsseminar mit engem Bezügen zu aktuellen Forschungsprojekten am ZeMKI sichergestellt.</p>
Einordnung des Studiengangs in das universitäre Gesamtprofil und ins Fachbereichs- bzw. Fachprofil	Der Fokus auf Digitalisierung und Datafizierung aus kommunikations- und medienwissenschaftlichen bzw. aus weiteren sozialwissenschaftlichen Perspektive grenzt den

	Studiengang deutlich vom M.A. Medienkultur (mit seinem Fokus auf eine globalisierte Medienkultur) sowie vom M.Sc. Digital Media (mit seinem Fokus auf Medieninformatik) ab.
Beschreibung der Verknüpfung von Forschungsschwerpunkten und geplantem Studiengang	<p>Der M.A. Digital Media & Society knüpft unmittelbar an die Forschungsschwerpunkte des Zentrums für Medien-, Kommunikations- und Informationsforschung (ZeMKI) der Universität Bremen an, nämlich die Erforschung von Prozessen „tiefgreifender Mediatisierung“, wie sie mit der Digitalisierung und Datafizierung gegeben sind. Im Kern integriert der Studiengang aus einer sozialwissenschaftlichen Perspektive die Auseinandersetzung mit verschiedenen Gesellschaftsbereichen, die von Digitalisierung und Datafizierung geprägt sind. Dazu gehören u.a. die durch tiefgreifende Mediatisierung bedingte Veränderung von Institutionen und Organisationen, der Wandel des Lernens und die Entstehung neuer Gruppen und Gemeinschaften.</p> <p>Methodisch sollen im M.A. Digital Media & Society ebenfalls ausgehend von der jüngeren Profilierung des ZeMKI neue Schwerpunkte gesetzt werden. So sollen insbesondere digitale Erhebungsmethoden („digital methods“) vermittelt werden, die gleichzeitig in ihren Möglichkeiten und Grenzen kritisch mit Studierenden diskutiert und reflektiert werden.</p>
Beschreibung der Kooperationen innerhalb des Fachbereichs/ der Universität	Der M.A. Digital Media & Society ist eng mit den Forschungsschwerpunkten des ZeMKI verknüpft und wird als fachbereichsübergreifender Studiengang vom ZeMKI getragen. Zudem besteht eine enge Anbindung zum Wissenschaftsschwerpunkt Media, Minds, Machines (3M).
Beschreibung der Zugangsvoraussetzungen	<ul style="list-style-type: none"> • Abgeschlossenes BA-Studium bzw. ein erster berufsqualifizierender Hochschulabschluss in kommunikations- und medienwissenschaftlichen, sozial- oder kulturwissenschaftlichen Fächern oder einem als gleichwertig anerkannten Studiengang mit Studienleistungen im Umfang von mind. 180 CP. • Eine Mindestnote 2,3 als Gesamtnote des vorangegangenen Abschlusses bzw. des zum Zeitpunkt der Bewerbung erreichten Notendurchschnitts.

	<ul style="list-style-type: none"> • Im vorangegangenen Studium sind zum Zeitpunkt der Bewerbung mindestens 40 CP in der Kommunikations- und Medienwissenschaft nachzuweisen. • Interesse an Datafizierung und digitalen Methoden sowie Begeisterung für empirische Projekte. • Englische Sprachkenntnisse auf dem Niveau C1 des European Framework.
Beschreibung der Perspektive für Absolventen auf dem Arbeitsmarkt	Durch die zahlreichen gesellschaftlichen Herausforderungen, die Digitalisierung und Datafizierung mit sich bringen sind die Perspektiven für Absolventen auf dem Arbeitsmarkt als hoch einzuschätzen. Absolventen punkten mit einer soliden sozialwissenschaftlich geprägten Ausbildung und Kenntnissen in digitalen Methoden (Stichwort „Big Data“). Durch die frei wählbaren Module und Praxisanteile können Studierende eigene Schwerpunkte setzen und sich so auf Anforderungen in bestimmten Sektoren konzentrieren.
Abstimmung des Angebots mit anderen Hochschulen der Region	Das ZeMKI kooperiert eng mit dem Hans-Bredow-Institut an der Universität Hamburg, dort besteht kein vergleichbarer Studiengang bzw. ist keiner geplant. An der Universität Oldenburg und der Jacobs University Bremen bestehen ebenfalls keine vergleichbaren Angebote.

**Rektorat der
Universität Bremen**
35. Sitzung, 23.10.2017

Beschluss Nr. 1774

Akkreditierung des Masterstudiengangs Digital Media and Society (FB 09)

Das Rektorat beschließt:

Der Studiengang wird unter dem Vorbehalt der Erfüllung der folgenden Auflagen bis zum 30.09.2024 akkreditiert:

A1: Es muss bis zum 31.01.2018 eine abgestimmte Studiengangswerbung entwickelt werden, die alle drei Studiengänge - M.A. Digital Media and Society/ M.A. Medienkultur und Globalisierung (FB09)/ M.Sc. Digital Media (FB03) - deutlich voneinander abgrenzt und potentiellen Studiengangsinteressierten eine transparente Darstellung des jeweiligen Qualifikationsziels und Studiengangsaufbaus anbietet.

A2: Es sind genehmigte Ordnungsmittel, das Diploma Supplement sowie unterschriebene Kooperationsvereinbarungen bis zum 31. Mai 2018 nachzureichen.

Weitere Empfehlungen:

E1: Da es nun drei Medienstudiengänge am Fachbereich 09 geben wird, sollte der Fachbereich prüfen, ob es fachlich-inhaltlich angemessener und zugleich effizienter ist, medienstudiengangsspezifische Prüfungsausschüsse einzurichten, statt die beiden am Fachbereich vorhandenen übergreifenden Prüfungsausschüsse für Bachelor und Master zu nutzen.

E2: Bevor eine studiengangsspezifische Absolvent*innenbefragung konzipiert wird, sollte Rücksprache mit dem Referat Lehre und Studium gehalten werden. Die zentrale Absolvent*innenbefragung eröffnet, ebenso wie die Studierendenbefragung, die Möglichkeit, fachbereichs- bzw. studiengangsspezifische Fragen zu integrieren. So ist die von den Gutachtern vorgeschlagene Ermittlung fachspezifischer Bedarfe möglich.

Die weiteren fachlichen Empfehlungen der Gutachtenden werden vom Fachbereich im Rahmen der Weiterentwicklung des Studiengangs geprüft und ggf. umgesetzt und sind Bestandteil des jährlichen Qualitätsberichts und ggf. der QM-Gespräche mit dem Konrektor für Lehre und Studium.

Abstimmungsergebnis: einstimmig

Anlage

Referat Rektoratsangelegenheiten
Tel. -60111
23.10.2017

Zusammenfassende Stellungnahme zum Master Digital Media and Society

erstellt durch: Referat Lehre und Studium (13-5)

Studiengangsverantwortliche

Prof. Dr. Christine Lohmeier

Studieninhalte

Der fachbereichsübergreifende englischsprachige Masterstudiengang „MA Digital Media and Society“ ist ein forschungsorientiertes Masterprogramm mit einer starken interdisziplinären Orientierung. Sein Schwerpunkt ist die empirisch-analytische Auseinandersetzung mit einer durch Medien geprägten, digitalen Gesellschaft. Dem liegt ein integratives Studiengangskonzept zugrunde, das Kommunikations- und Medienwissenschaft mit Medieninformatik, Medienpädagogik, Filmwissenschaft und in der Religionswissenschaft unterrichtete Medienethik vernetzt. Über einen Praxis- und Integrationsbereich werden weitere Fragen und Themenfelder der digitalen Gesellschaft einbezogen.

Ziel des Studiengangs ist es, für konzeptionelle Berufe für eine Kommunikation in der datafizierten Gesellschaft auszubilden. Diese sind auf der einen Seite in aller Munde: Unternehmen fragen nach Menschen mit Ausbildung im Umgang mit „big data“, nach Personen, die problemlos zwischen sozialwissenschaftlichen und informatischen Blickwinkeln wechseln können. Öffentliche, zivilgesellschaftliche und private Institutionen müssen ihre Kommunikationsstrategien zunehmend auf Software und Algorithmen abstimmen. Während hier ein hoher Bedarf besteht, ist die Ausbildung für eine solche Kommunikation in der datafizierten Gesellschaft nach wie vor unklar: Es haben sich bisher keine festen Studiengänge etabliert, die all diese Kompetenzen verbinden. Traditionelle Studiengänge in der Kommunikations- und Medienwissenschaft tun sich zum Teil mit den neuen technischen Herausforderungen schwer, indem sie stark auf „alte“ Konzepte der öffentlichen Kommunikation und des Journalismus ausgerichtet sind. Der neu eingerichtete MA Digital Media and Society zielt darauf, genau für eine erfolgreiche Kommunikation in der datafizierten Gesellschaft auszubilden. Seine Abgängerinnen und Abgänger sollen in der Lage sein, Kommunikationsstrategien im Hinblick auf die Herausforderungen von Datafizierung entwickeln, mit digitalen Methoden und deren Kontextualisierung umzugehen und in gemischten Teams zwischen Sozial- und Kulturwissenschaften bzw. Informatik zu arbeiten. Arbeitsstellen mit einem solchen Profil entstehen derzeit mit großer Geschwindigkeit in Unternehmen, Behörden und Verbänden, zivilgesellschaftlichen Einrichtungen bzw. dem Bereich von Beratung und Consulting.

Der Charakter dieses neu entstehenden Berufsfelds macht eine fachbereichsübergreifende Ausbildung notwendig. Deswegen integriert der „MA Digital Media and Society“ Kommunikations- und Medienwissenschaft mit Medieninformatik, Medienpädagogik, Filmwissenschaft und einer in der Religionswissenschaft unterrichteten Medienethik. Er hat eine profilierte sozialwissenschaftliche Methodenausbildung mit Schwerpunkt bei digitalen Methoden und deren Kontextualisierung. Ein besonderer Fokus des Studiengangs sind die Dynamiken der Digitalisierung und Datafizierung der Gesellschaft. Hierbei schlägt er die Brücke zwischen Forschungs- und Berufspraxis. Ein englischsprachiger Unterricht ist bei diesem Themenfeld deswegen zielführend, weil sowohl die Forschung als auch Berufspraxis der Kommunikation in einer datafizierten Gesellschaft hochgradig international – sprich: durch die englischsprachige community – geprägt sind.

Im Fokus des „MA Digital Media and Society“ steht die fortschreitende Durchdringung aller Lebensbereiche und Gesellschaftsfelder mit softwarebasierten, digitalen Medien. Damit einher geht die zunehmende Relevanz von Prozessen der Datafizierung, also der automatisierten Sammlung und Auswertung (großer) Mengen von Nutzerdaten. Der Hinweis auf Gesellschaft im Titel des Studiengangs soll deutlich machen, dass technischen Entwicklungen nicht separat von gesellschaftlichen Veränderungen betrachtet werden können. Vor diesem Hintergrund ist die Multiperspektivität und Interdisziplinarität des geplanten Masterprogramms zu betrachten. Ziel ist es, Studierenden durch die Einbeziehung unterschiedlicher Themenfelder, einen umfassenden Einblick in Prozesse der Digitalisierung und Datafizierung und ihren sozialen und gesellschaftlichen Folgen zu vermitteln. So kann von ihnen ein solides Wissen und entsprechende Methodenkompetenzen für ein erfolgreiches Kommunizieren in der datafizierten Gesellschaft erworben werden.

Im Sinn einer solchen übergreifenden Perspektive umfasst das Studiengangskonzept des „MA Digital and Society“ neben einer fundierten theoretischen und methodischen Ausbildung im kommunikations- und medienwissenschaftlichen Kernbereich (inkl. Medienpädagogik und Medienethik) einen Disziplinen übergreifenden Ergänzungsbereich mit Studienanteilen aus der Medieninformatik und anderen frei wählbaren Disziplinen. Die Studierenden erhalten so Einblicke aus einer Technikwissenschaft, die einem breiteren Verständnis von Digitalisierung und Datafizierung dient. Dabei besteht durch Wahlanteile die Möglichkeit, eigene Lern- und Forschungsinteressen zu folgen und sich ein individuelles Studienprofil zu erarbeiten.

Das Studium führt nach einer Studiendauer von zwei Jahren zum Masterabschuss (MA). Er ist als Vollfach konzipiert und umfasst 120 CP. Insgesamt umfasst das Studium 13 Module. Davon entfallen vier Module auf einen kommunikations- und medienwissenschaftlichen Kernbereich A, der Medienpädagogik und Medienethik einschließt (mit den Modulen A.1 Digital Media, A.2 Digital Society, A.3 Digital Literacy, A.4 Independent Study), vier Module auf einen wählbaren inter-disziplinären Ergänzungsbereich B (mit den Modulen B.1 Medieninformatik und dem Freien Wahlmodulen B.2 und B.3, in denen Studierende frei eigenen Interessen nachgehen können), zwei Modulen in einem ebenfalls durch Wahl gestaltbaren Praxisbereich C (mit den Modulen C.1 Internship und C.2 Media practice) sowie drei Module eines übergreifenden Integrationsbereich s (D.1 Methods, D.2 Research Module, D.3 MA Thesis).

Gutachterinnen und Gutachter

Name (Titel)	Universität/ Unternehmen
Prof. Dr. Elizabeth Prommer	Universität Rostock
Prof. Dr. Christoph Neuberger	LMU München
Marlis Torka	WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH
Pauline Rabe	Universität Rostock

Zusammenfassende Stellungnahme der Gutachtenden

Die Begutachtung des neu einzurichtenden Masters Digital Media and Society hat in allen Punkten ein äußerst positives Feedback ergeben. Die Gutachter*innen beurteilen den Studiengang als innovativ und am Puls der Zeit. Er wird als Vorreiter in einem sich rasant entwickelnden Feld der Digitalisierung und Datafizierung gesehen. Zum richtigen Zeitpunkt vereint er die richtigen Personen und Voraussetzungen, die notwendige Offenheit und Flexibilität am richtigen Standort. Zugleich ist der Studiengang nicht zu modernistisch und zu stark spezialisiert, so dass er sich nicht schnell überholt.

Das Alleinstellungsmerkmal dieses englischsprachigen, international ausgerichteten Masterstudiengangs, der kultur-, sozialwissenschaftliche und medieninformatische Kompetenzen vermittelt, wird wahrgenommen. Die Nachfrage des Studiengangs wird seitens der Gutachter*innen als sehr gut, der Bedarf an Absolvent*innen, die breit aufgestellt und „in beiden Welten zuhause“ sind, als sehr groß eingeschätzt.

Das Institut für historische Publizistik, Kommunikations- und Medienwissenschaft (IPKM) und das Zentrum für Medien-, Kommunikations- und Informationsforschung (ZeMKI) werden in der Fachcommunity wahrgenommen als „vorne dabei“ und forschungsstark. In der Begutachtung wurde die große Rückendeckung seitens der Universitätsleitung deutlich. Das Feld ist von hoher strategischer Bedeutung und Teil der Exzellenzinitiative. Durch neue Professuren und die starke Vernetzung wird eine Weiterentwicklung des Fachbereichs angestoßen.

Der Studiengang ist stimmig organisiert und kann von der starken Interdisziplinarität und Vernetzung in der Forschungskooperation des ZeMKI und der weitreichenden Vernetzung in Praxis- und Forschungsfelder des IPKM sowie der erfolgreichen Erfahrung mit den Studiengängen BA Kommunikations- und Medienwissenschaft und MA Medienkultur und Globalisierung profitieren.

Die Kooperation mit dem Fachbereich 03: Mathematik/Informatik und dem FB 12: Erziehungs- und Bildungswissenschaften wird als wertvolles Potential des Studiengangs wahrgenommen.

Nach Einschätzung der Gutachter*innen ist die Studienorganisation des Masters Digital Media and Society auf die internationale, heterogene Studierendenschaft eingestellt und kann auf die positiven Erfahrungen aus dem Master Medienkultur und Globalisierung in der Integration von Masterstudierenden verschiedenster Hintergründe zurückgreifen. Einführungsveranstaltungen und ein enges Betreuungsnetz, welches analog zum Master Medienkultur und Globalisierung ein Mentoringprogramm umfasst, gewährleisten eine stark individualisierte Beratung der Studierenden. Darüber hinaus gibt es Studienfach-, Praktikums- und Erasmusberatung am Institut sowie die fachbereichsweiten Beratungseinrichtungen Studienzentrum und Praxisbüro.

Das Institut kommuniziert mit seinen Studierenden über verschiedene Kanäle und steht im regelmäßigen Austausch mit der Studierendenvertretung, sodass die Studierenden Informationen rechtzeitig erhalten können.

Die notwendigen Kriterien zur Akkreditierung des Studiengangs MA Digital Media and Society wurden durch die Gutachter*innen als erfüllt angesehen. Nachfolgende Anregungen werden als Ergänzung genannt:

Empfehlungen

- Im Methodenbereich wird eine schärfere Profilierung und Ausgestaltung angeregt, Die methodischen Inhalte sollten in den Modulbeschreibungen noch stärker spezifiziert und sichtbarer

gemacht werden, die Abgrenzung vom Master Medienkultur und Globalisierung in den Forschungsmethoden noch deutlicher hervorgehoben werden.

- Es sollte sichergestellt werden, dass Studierende ausreichend Möglichkeiten zur Vertiefung und Spezialisierung in den Bereichen quantitativer Methoden, statistischer und multivariater Verfahren, (Medien)Informatik, Verständnis für Algorithmen und Rechnen komplexer Verfahren erhalten. Die Empfehlung lautet daher, über das Methodenmodul (D.1.) hinaus, Vertiefungsmöglichkeiten in einem Wahlmodul anzubieten.
- Um sicher zu stellen, dass Absolvent*innen nicht ohne Informatikkenntnisse aus dem Studium gehen, ist zu überlegen, ob über den vorgesehenen Wahlpflichtbereich hinaus, entsprechende Angebote verpflichtend in das Curriculum integriert werden können, bspw. über eine „wenn-dann-Regelung“, je nach BA-Hintergrund in der Prüfungsordnung (insbesondere für Studierende, die entsprechende Informatikkenntnisse noch nicht aus dem BA mitbringen).
- Die starke Interdisziplinarität und Vernetzung in der Forschungskooperation des ZeMKI wird als Stärke wahrgenommen. Die Forschungsorientierung sollte sich jedoch noch stärker in der Studienstruktur/den Modulbeschreibungen abbilden.
- Die Gutachter*innen unterstützen die Bestrebungen des Institutes und empfehlen, neben der universitätszentralen Befragung, eine dezentrale Absolvent*innenbefragung durchzuführen, um fachspezifische Bedarfe zu ermitteln.

Zusammenfassende Stellungnahme zur Einhaltung der externen Vorgaben (Akreditierungsrat, KMK) durch das Ref. 13:

Die grundlegenden Rahmenvorgaben von KMK und Akkreditierungsrat in Anlehnung an die European Standards and Guidelines wurden eingehalten. Das Verfahren wurde entsprechend der Vorgaben der Universität Bremen zur Durchführung von Programmevaluationen durchgeführt. Es ist genügend Lehrkapazität vorhanden. Der Studiengang ist ausgelastet.

Bevor eine studiengangsspezifische Absolvent*innenbefragung konzipiert wird, sollte Rücksprache mit dem Referat Lehre und Studium gehalten werden. Die zentrale Absolvent*innenbefragung eröffnet, ebenso wie die Studierendenbefragung, die Möglichkeit, fachbereichs- bzw. studiengangsspezifische Fragen zu integrieren. So ist die von den Gutachtern vorgeschlagene Ermittlung fachspezifischer Bedarfe möglich. Zwei parallel stattfindende Befragungen könnten zu einer schlechten Rücklaufquote beider Befragungen führen.

Der Studiengang plant die Einrichtung eines Gemeinsam beschließenden Ausschuss (GbA) gemeinsam mit den anderen am Studiengang beteiligten Fachbereichen. Aus diesem würde sich ansonsten ein Prüfungsausschuss rekrutieren. Da die Hauptlast des Studiengangs im Fachbereich 09 liegt, erschließt sich die Notwendigkeit deines GbA nicht. Da es nun drei Medienstudiengänge am Fachbereich 09 gibt, sollte der Fachbereich prüfen, ob es ob es fachlich-inhaltlich angemessener und zugleich effizienter ist medienstudiengangsspezifische Prüfungsausschüsse einzurichten, statt die beiden am Fachbereich vorhandenen übergreifenden Prüfungsausschüsse für Bachelor und Master zu nutzen.

Die Studiengangsverantwortlichen und das Dekanat des Fachbereichs 09 müssen für eine deutliche und für Studieninteressierte/ Studierende verständliche Abgrenzung zum zweiten „Medienstudiengang“ (Medienkultur und Globalisierung) und dem Studiengang „Digitale Medien“ des Fachbereichs 03 sorgen.

Ressourcenerklärung - Studiengangsplanung

Auf Grundlage des Studiengangskonzepts erklärt der Fachbereich folgenden Ressourcenbedarf:

Allgemeine Angaben

Fachbereich: **09**

Lehreinheit: **Kommunikations- und Medienwissenschaften**

Studiengangbezeichnung: **Digital Media and Society**

Studiengangsverantwortliche/r: **Prof. Lohmeier**

Regelstudienzeit (in Semestern): **4**

Starttermin: **WiSe 18/19**

Aufnahmezeitpunkte (WiSe / SoSe / beide): **WiSe**

Geplante Anzahl Studienplätze pro Aufnahmezeitpunkt: **24 Plätze**

Gesamtanzahl der im Studienangebot durch Lehrende zu erbringende SWS pro SJ: **161**

Gesamtanzahl der im Studienangebot durch Lehraufträge abgedeckte Lehre SWS pro SJ: **60**

Summe des zur Verfügung stehenden Lehrdeputats (ohne Lehraufträge) SWS pro SJ: **171**

Die Ermittlung der Kapazitäten ist der Anlage I (Tabellen zur Ressourcenplanung) zu entnehmen.

Bestätigung durch das Dekanat

Das Dekanat bestätigt die Ressourcenplanung zur Einrichtung des Studiengangs. Die Einrichtung erfolgt kostenneutral und ohne Verschiebung von Studienplatzkapazitäten zu Lasten grundständiger Studiengänge.

20.10.17 Dr. Achleitner
Datum, Unterschrift Dekan/in

Stellungnahme Referat 11 – 11/6 (28.08.2017)

Die Planungen der Lehreinheit sind unter den genannten Rahmenbedingungen in folgenden Punkten plausibel:

- Umfang des zur Verfügung stehenden Lehrdeputats
- Umfang der Lehrnachfrage bei geplanten Kohortengrößen

Rahmenbedingungen:

- Zum aktuellen Zeitpunkt ist die Lehreinheit in der Regelstudienzeit stark ausgelastet. Die grundständigen Studiengänge werden stark nachgefragt.
- Insgesamt führt die Planung in den grundständigen Studiengängen zu einer Absenkung gegenüber der aktuellen Studierendenzahl (Studierende Ist - Stand (05/17) Profilfach: 112; Komplementärfach: 38).

Die Ressourcenplanung der Lehreinheit sieht eine Absenkung der Studierendenzahl im Bachelor auf 75 Köpfe im Profilfach und 55 Köpfe im Komplementärfach vor. Dies entspricht den Vereinbarungen zum Hochschulpakt (Stand Juli 2015); diese sieht eine langfristige Anhebung der Plätze im Master, sowie den Aufbau eines neuen Masterstudiengangs vor.

- Die Planungen ergehen unter der Annahme der fort dauernden Bereitstellung von Hochschulpaktmitteln.
- Bei der Ermittlung des Lehrdeputats wurden zwei Hochschullehrer - Stellen aus Mitteln der Exzellenzinitiative (M6 Professuren), sowie eine Stelle aus Hochschulpaktmitteln inkl. Mittelbau - Ausstattung einbezogen. Diese Stellen sind zum aktuellen Zeitpunkt noch nicht abgesichert. Bei Wegfall der Stellen würde sich das Deputat auf 106 SWS pro Studienjahr reduzieren.
- Die Studienangebote enthalten eine hohe Anzahl an Wahlmöglichkeiten (General Studies / Optional Modules). Die Ressourcenplanung der Lehreinheit lässt diese außer Acht (sowohl im Bachelor wie auch im Master).

Es ist sicher zu stellen, dass die Lehreinheit ein Angebot an General Studies vorhalten kann, welches der curricular vorgesehenen Nachfrage entspricht (Die Lehreinheit muss so viele Veranstaltungen anbieten können, dass die Studierenden die geforderten CP hierdurch erbringen könnten).

- Es ist zu beachten, dass die Lehre im Bereich Medienpraxis ressourcenneutral abgedeckt ist. Der Lehraufwand umfasst bei den genannten Plan-Kohortengrößen für alle Studiengänge rund 60 SWS pro Studienjahr.

Die Lehreinheit berechnet für den Bereich Medienpraxis keinen Lehraufwand. Die Finanzierung erfolgt nach Angabe der Lehreinheit durch Lehraufträge. Die Veranstaltungen sind curricular verankert und werden kapazitär auch gerechnet. Dem Fach steht ein Lektorat im Umfang von 1,0 VZÄ für den Bereich Medienpraxis zur Verfügung.

- Die Dienstleistungsverflechtung (Lehrimporte und Lehrexporte) der Lehreinheit erfolgt aufgrund von „Dual Use“ ressourcenneutral.

Anlage 1: Studienverlaufsplan des Masterstudiengangs „Digital Media and Society“

Der Studienverlaufsplan stellt eine Empfehlung für den Ablauf des Studiums dar.

Struktur entlang der Belegregelung (Pflicht, Wahlpflicht, Wahl)→		Pflichtbereich (inkl. Modul Masterarbeit) (93 CP)				Wahlpflichtbereich (insgesamt 27 CP)		Σ 120 CP CP-Verlauf
Studienabschritte gemäß § 2 (2) →		Kommunikations- und medienwissenschaftlicher Kernbereich (42 CP)	Integrationsbereich (24 CP)		Modul Masterarbeit (27 CP)	Ergänzungsbereich (9 oder 18 CP)	Praxisbereich (9 oder 18 CP)	
1. Jahr	1. Sem.	A.1 Digital Media 12 CP				B.1 Media Informatics 9 CP	C.2 Media practice 9 CP	30
	2. Sem.	A.2 Digital Society 12 CP		D.2 Researching Digital Media and Society 12 CP	D.1 Methods 12 CP			30
2. Jahr	3. Sem.	A.3 Digital Literacy 12 CP	A.4 Independent study 6 CP			B.2 Further optional module 9 CP	C.1 Media Internship 9 CP	33
	4. Sem.					D.3 Module Master Thesis (incl. Colloquium) 27 CP		27

CP = Credit Points, Sem. = Semester

**Aufnahmeordnung für den Masterstudiengang „Digital Media and Society“
an der Universität Bremen**

Vom XX. xy XXXX

Der Rektor der Universität Bremen hat am XX. xy XXXX nach § 110 Absatz 3 des Bremischen Hochschulgesetzes (BremHG) i.V.m. § 33 Absatz 6 BremHG in der Fassung der Bekanntmachung vom 9. Mai 2007 (Brem.GBl. S. 339), zuletzt geändert durch Artikel 3 des Gesetzes zur Änderung des Bremischen Hochschulgesetzes vom 29. August 2017 (Brem.GBl. S. 349), und § 3 Absatz 2 des Bremischen Hochschulzulassungsgesetzes in der Fassung der Bekanntmachung vom 9. November 2010 (Brem.GBl. S. 545), zuletzt geändert durch Artikel 2 des Gesetzes zur Änderung des Bremischen Hochschulzulassungsgesetzes vom 29. August 2017 (Brem.GBl. S. 349), die Aufnahmeordnung für den Masterstudiengang „Digital Media and Society“ in der nachstehenden Fassung genehmigt.

§ 1

Aufnahmeveraussetzungen und -verfahren

(1) Aufnahmeveraussetzungen für den Masterstudiengang „Digital Media and Society“ sind:

- a. Ein erster berufsqualifizierender Hochschulabschluss in einem der folgenden Studiengänge:
 - Kommunikations- und Medienwissenschaft,
 - Kulturwissenschaft,
 - Digitale Medien,oder in einem Studiengang, der keine wesentlichen Unterschiede in Inhalt, Umfang und Anforderungen zu den vorgenannten erkennen lässt, mit Studienleistungen im Umfang von mindestens 180 Leistungspunkten (Credit Points = CP) nach dem European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS), oder Leistungen, die keine wesentlichen Unterschiede in Inhalt, Umfang und Anforderungen zu jenen erkennen lassen.
- b. Eine Mindestnote von 2,3 als Gesamtnote des vorangegangenen Abschlusses bzw. des zum Zeitpunkt der Bewerbung erreichten Notendurchschnitts (mind.150 CP).
- c. Im vorangegangenen Studium sind zum Zeitpunkt der Bewerbung mindestens 40 CP in der Kommunikations- und Medienwissenschaft nachzuweisen. Insbesondere sind disziplinäre Kenntnisse in Kommunikations- und Medienwissenschaft nachzuweisen, erstens im Bereich der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Methodenausbildung, zweitens im Bereich der Kommunikator-/Journalismus-/Inhaltsforschung und drittens im Bereich der Nutzungs-/Aneignungs-/Rezeptions-/Wirkungsforschung.
- d. Englisch-Sprachkenntnisse, die mindestens dem Niveau C1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen (GER) entsprechen. Der Nachweis ist auch erbracht, wenn Bewerberinnen und Bewerber ihre Hochschulzugangsberechtigung oder den letzten Hochschulabschluss in englischer Sprache erworben haben.
- e. Ein Motivationsschreiben von maximal zwei Seiten in englischer Sprache, das das besondere Interesse am Masterstudiengang „Digital Media and Society“ begründet und Angaben zu den folgenden Punkten enthalten soll:

- Darstellung der bisherigen kommunikations- und medienwissenschaftlichen Studien- und ggf. Forschungserfahrungen;
- Darstellung der bisherigen beruflichen Erfahrungen;
- Begründung des Interesses am Studiengangsprofil des Masterstudiengangs „Digital Media and Society“;
- Begründung des Interesses am Profil des Forschungsumfelds des Masterstudiengangs „Digital Media and Society“;
- Darstellung der eigenen Studieninteressen im Masterstudiengang „Digital Media and Society“;
- Darstellung der angestrebten beruflichen Orientierung.

(2) Über die Anerkennung von Studienleistungen und/oder Studiengängen nach Absatz 1 Buchstaben a und c entscheidet die Auswahlkommission.

(3) Die Bewerbung kann auch erfolgen, wenn das vorangegangene Studium bis zum Bewerbungsschluss eines Jahres noch nicht abgeschlossen ist, jedoch Studien- und Prüfungsleistungen im Umfang von mindestens 150 CP entsprechend fünf Studiensemestern erbracht worden sind. Erfüllt die Bewerbung die weiteren Aufnahmevervoraussetzungen nach § 1 Absatz 1 Buchstaben a, b, c und e, kann die Zulassung unter der Bedingung erfolgen, dass alle Studien- und Prüfungsleistungen für den ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschluss und der Nachweis der Sprachkenntnisse gemäß § 1 Absatz 1 Buchstabe d spätestens zwei Wochen nach Lehrveranstaltungsbeginn des Masterstudiengangs erbracht sind. Die entsprechenden Urkunden und Zeugnisse, die zugleich das Bestehen der Abschlussprüfung nachweisen, sind in diesem Fall bis spätestens zum 31. Dezember desselben Jahres einzureichen.

(4) Das Sekretariat für Studierende überprüft das Vorhandensein der formalen Aufnahmevervoraussetzungen. Sind die für das Studium erforderlichen Aufnahmevervoraussetzungen erfüllt, so wird die Bewerberin oder der Bewerber für das Studium zugelassen, sofern die Anzahl der Bewerbungen die Zulassungszahl gemäß § 4 Absatz 1 nicht übersteigt.

§ 2

Semesterbeginn

Bewerberinnen und Bewerber für den Masterstudiengang „Digital Media and Society“ werden zum jeweiligen Wintersemester der Universität Bremen zugelassen. Semesterbeginn ist der 1. Oktober. Fortgeschrittene werden zum jeweiligen Sommersemester zugelassen, Semesterbeginn ist der 1. April.

§ 3

Form und Frist der Anträge

(1) Die Bewerbung und die Nachweise gemäß § 1 sind bis zum Bewerbungsschluss elektronisch einzureichen. Näheres ergibt sich aus den Webseiten der Universität Bremen www.uni-bremen.de/master.

(2) Zur Immatrikulation, spätestens aber zwei Wochen nach Lehrveranstaltungsbeginn des Masterstudiengangs, sind die in Absatz 3 genannten Nachweise in Papierform und, soweit es sich um Kopien offizieller Dokumente handelt, in amtlich beglaubigter Form einzureichen. Von Unterlagen, die nicht in deutscher oder englischer Sprache verfasst sind, sind amtlich beglaubigte Übersetzungen beizufügen. Es können nur amtliche Beglaubigungen von deut-

schen Behörden akzeptiert werden. Die Übersetzungen müssen von einem vereidigten Übersetzungsbüro vorgenommen oder verifiziert sein.

(3) Folgende Nachweise sind vorzulegen:

- Zulassungsantrag,
- Nachweise aller in § 1 bestimmten Aufnahmeveraussetzungen,
- tabellarischer Lebenslauf,
- Darstellung des bisherigen Studienverlaufs (Studien- und Prüfungsleistungen in CP, Transcript of Records oder vergleichbares Dokument),
- ein Motivationsschreiben gemäß § 1 Absatz 1 Buchstabe f.

(4) Der Bewerbung einer oder eines Fortgeschrittenen muss der Nachweis von für den Master anrechenbaren Studienleistungen im Umfang von mindestens 10 CP beigelegt werden.

Für eine Bewerbung als Fortgeschrittene oder Fortgeschrittener zum Sommersemester ist dieser Nachweis bei Zulassungsbeschränkung des Studiengangs bis zum 15. Januar, bei nicht zulassungsbeschränkten Studiengängen bis zum 31. März einzureichen.

Für eine Bewerbung als Fortgeschrittene oder Fortgeschrittener zum Wintersemester ist dieser Nachweis bei Zulassungsbeschränkung des Studiengangs bis zum 15. Juni, bei nicht zulassungsbeschränkten Studiengängen bis zum 30. September einzureichen.

(5) Bewerbungsschluss für das Wintersemester ist der 15. Juni und für das Sommersemester (nur für Fortgeschrittene) der 15. Januar.

§ 4

Auswahl der Bewerberinnen und Bewerber

(1) Die Zahl der Studienplätze kann beschränkt werden und wird ggf. jährlich neu festgesetzt. Übersteigt die Zahl der Bewerberinnen und Bewerber, die die Aufnahmeveraussetzungen nach § 1 erfüllen, die vorhandenen Kapazitäten, dann wird eine Rangfolge gemäß Absatz 2 gebildet, nach der die Studienplätze vergeben werden.

(2) Eine Auswahlkommission gemäß § 5 bewertet die Bewerbungsunterlagen auf der Grundlage des in Absatz 3 dargestellten Bewertungsschemas.

(3) Das Bewertungsschema für die Rangfolgenbildung ergibt sich wie folgt: Es werden insgesamt 100 Punkte vergeben, die sich auf die Auswahlkriterien wie folgt aufteilen:

- a. zu 50% (max. 50 Punkte): Gesamtnote des vorangegangenen Abschlusses bzw. des zum Zeitpunkt der Bewerbung erreichten Notendurchschnitts (mindestens 150 CP). Dabei werden die Noten gemäß der gängigen Rundungsregeln auf eine Stelle nach dem Komma aufgerundet und wie folgt in Punkte umgerechnet:
 - 1,0 – 1,3 50 Punkte
 - 1,4 – 1,5 40 Punkte
 - 1,6 – 2,0 30 Punkte
 - 2,1 – 2,3 20 Punkte
- b. zu 30% (max. 30 Punkte): Note der einschlägigen Studienschwerpunkte mit kommunikations- und medienwissenschaftlichem Inhalt im Erststudium (siehe § 1 Absatz 1 Buchstabe c). Dabei werden die Noten gemäß der gängigen Rundungsregeln auf eine Stelle nach dem Komma aufgerundet und wie folgt in Punkte umgerechnet:

– 1,0 – 1,5	30 Punkte
– 1,6 – 2,0	25 Punkte
– 2,1 – 2,5	20 Punkte
– 2,6 – 3,0	15 Punkte
– 3,1 – 3,5	10 Punkte
– 3,6 – 4,0	5 Punkte

- c. zu 20% (max. 20 Punkte): Motivationsschreiben (Begründung des Interesses am Studiengang), Bewertung der Angaben zu den Punkten gemäß § 1 Absatz 1 Buchstabe e.

(4) Die Auswahlkommission bildet auf Grundlage der nach Absatz 3 vorgenommenen Bewertung der Bewerbungsunterlagen eine Rangfolge für die Zulassung.

(5) Eine Auswahl nach Härtegesichtspunkten ist möglich. Die Studienplätze der Härtequote (5 v. H.) werden auf Antrag an Bewerberinnen und Bewerber vergeben, für die die Nichtzulassung eine außergewöhnliche Härte bedeuten würde. Eine außergewöhnliche Härte liegt vor, wenn besondere soziale oder familiäre Gründe in der Person der Bewerberin oder des Bewerbers die sofortige Aufnahme des Studiums zwingend erfordern. Die Rangfolge wird durch den Grad der außergewöhnlichen Härte bestimmt.

(6) Über die Zulassung zum Studium und Widersprüche gegen ablehnende Bescheide entscheidet der Rektor der Universität Bremen.

§ 5

Auswahlkommission

Zur Wahrnehmung der durch diese Ordnung zugewiesenen Aufgaben wird eine Auswahlkommission eingesetzt. Die Mitglieder werden vom Fachbereichsrat benannt. Die Auswahlkommission besteht aus

- 3 im Studiengang tätigen Hochschullehrenden,
- 1 akademischen Mitarbeitenden und
- 1 Studierenden.

Die Amtszeit der Hochschullehrenden und der akademischen Mitarbeitenden in der Auswahlkommission beträgt zwei Jahre, die Amtszeit der Studierenden ein Jahr. Alle Mitglieder der Kommission sind stimmberechtigt mit je einfachem Stimmengewicht.

§ 6

Inkrafttreten

Diese Ordnung tritt mit der Genehmigung durch den Rektor in Kraft und gilt erstmals für die Zulassung ab dem Wintersemester 2018/19. Sie wird in den Amtlichen Mitteilungen der Universität Bremen veröffentlicht.

Genehmigt, Bremen, XX. xy XXXX

Der Rektor
der Universität Bremen