

2017 / Nr. 47 vom 30. Mai 2017

143. Druckfehlerberichtigung

**Einrichtung des Universitätslehrganges „Technische Kommunikation und Medienmanagement MSc“
(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung)**

144. Druckfehlerberichtigung

**Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Digitale Kommunikation CP“
Vormals: „Social Media and Global Communication CP“
(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)**

143. Druckfehlerberichtigung

Einrichtung des Universitätslehrganges „Technische Kommunikation und Medienmanagement MSc“

(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung)

Aufgrund des Curriculums über den Universitätslehrgang „Technische Kommunikation und Medienmanagement MSc“ und der Stellungnahme des Rektorats vom 19.05.2017 wird der Universitätslehrgang an der Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung eingerichtet.

144. Druckfehlerberichtigung

Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Digitale Kommunikation CP“

Vormals: „Social Media and Global Communication CP“

(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)

§ 1. Weiterbildungsziel

Der Universitätslehrgang hat das Ziel, den Studierenden wissenschaftlich fundierte, anwendungsorientierte und praktische Kenntnisse der Kommunikation - im Besonderen der digitalen Kommunikation - zu vermitteln. Der Universitätslehrgang ist interdisziplinär ausgerichtet. Es handelt es sich um ein berufsbegleitendes Angebot zum Aufbau und zur Professionalisierung von Handlungskompetenzen im Bereich der digitalen Kommunikation.

Diesem Universitätslehrgang liegt ein integratives didaktisches Konzept zugrunde, das in Abstimmung auf die zu erreichenden Weiterbildungsziele adäquate mediale Unterstützungsformen in Präsenz- und Online-Phasen kombiniert. Diese werden derart miteinander kombiniert, dass damit eine Kompetenzentwicklung auf hohem Niveau gewährleistet wird.

Lernergebnisse:

Die AbsolventInnen des Universitätslehrgangs werden nach Abschluss des Lernprozesses in der Lage sein,

- fundiertes Basiswissen zu allen relevanten Feldern der digitalen Kommunikation und Kommunikationswissenschaft zu beschreiben und darauf aufbauend Kommunikationsstrategien zu entwickeln.
- digitale Kommunikation in der Medientheorie einzuordnen und sie als integralen Bestandteil von Kommunikationsstrategien zu klassifizieren.
- kommunikative Herausforderungen zu analysieren, zu bewerten und gegebenenfalls Lösungsstrategien zu entwerfen und umzusetzen.
- Geschäftsmodelle im Social-Web zu identifizieren und abzuwägen.

§ 2. Studienform

Der Universitätslehrgang wird als berufsbegleitendes Studium angeboten.

§ 3. Lehrgangsführung

- (1) Als Lehrgangsführung ist eine hierfür wissenschaftlich und organisatorisch qualifizierte Person zu bestellen.

- (2) Die Lehrgangsleitung entscheidet in allen Angelegenheiten des Universitätslehrgangs, soweit sie nicht anderen Organen zugeordnet sind.

§ 4. Wissenschaftlicher Beirat

Am Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement kann ein wissenschaftlicher Beirat eingerichtet werden, der die Lehrgangsleitung unterstützt.

§ 5. Dauer

Der Universitätslehrgang umfasst berufsbegleitend zwei (2) Semester.

§ 6. Zulassungsvoraussetzungen

- 1) Voraussetzung für die Zulassung zum Universitätslehrgang ist
 - a) ein abgeschlossenes österreichisches Hochschulstudium oder
 - b) ein nach Maßgabe ausländischer Studienvorschriften abgeschlossenes gleichwertiges Hochschulstudium oder
 - c) Vorliegen der allgemeinen Universitätsreife und mindestens zwei (2) Jahre studienrelevante, qualifizierte Berufserfahrung in adäquater Position. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.
 - d) Ohne Vorliegen der allgemeinen Universitätsreife mindestens fünf (5) Jahre Berufserfahrung, davon mindestens drei (3) Jahre studienrelevante, qualifizierte Berufserfahrung in adäquater Position. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.
- 2) Zusätzlich sind im Aufnahmeverfahren Aufnahmegespräche zu führen, in denen die Lehrgangsleitung gemeinsam mit den BewerberInnen die Auswahl der Wahlfächer vornimmt und in einem „Learning Agreement“ festhält.

§ 7. Nachweis der Unterrichtssprache

Personen, deren Muttersprache nicht die jeweils festgelegte Unterrichtssprache ist, haben vor ihrer Zulassung gute Kenntnisse der Unterrichtssprache nachzuweisen.

§ 8. Studienplätze

- (1) Die Zulassung zum Universitätslehrgang erfolgt jeweils nach Maßgabe vorhandener Studienplätze.
- (2) Die Höchstzahl an Studienplätzen, die jeweils für einen Lehrgangsstart zur Verfügung stehen, ist von der Lehrgangsleitung nach pädagogischen und organisatorischen Gesichtspunkten festzusetzen.

§ 9. Zulassung

Die Zulassung der Studierenden obliegt gemäß § 60 Abs.1 UG 2002 dem Rektorat.

§ 10. Unterrichtsprogramm

- (1) Es sind insgesamt ein (1) Pflichtfach und drei (3) Wahlfächer zu absolvieren.
- (2) Es müssen zwei Wahlfächer aus der „Wahlfachgruppe A“ (mit thematischem Bezug zum Lehrgangsthema) absolviert werden, sowie ein Wahlfach aus der „Wahlfachgruppe B“.
- (3) Die Auswahl sämtlicher Wahlfächer muss durch die Lehrgangsleitung genehmigt werden.
- (4) Die im Rahmen des Unterrichtsprogramms des Universitätslehrgangs angebotenen Wahlfächer werden nach Maßgabe der organisatorischen Rahmenbedingungen bzw. vorbehaltlich der Anzahl der MindestteilnehmerInnen angeboten.

Fächer	UE	ECTS-Punkte/Fach	ECTS-Punkte gesamt	Workload
Pflichtfächer			7	175
Grundlagen der Kommunikation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Modelle und Theorien der Kommunikationswissenschaft • Public Relations, Marketing und Werbung • Kommunikationspsychologie und persuasives Marketing 				
Wahlfächer:			21	525
Wahlfachgruppe A				
Technologien und Tools digitaler Kommunikation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Technologische Entwicklung der digitalen Kommunikation • Toolgerechte Contenterstellung • Kommunikative Möglichkeiten der Digitalisierung 				
Strategische Online-Kommunikation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Strategien digitaler Kommunikation • Social Media Marketing • Geschäftsmodelle im Netz 				
Crossmediale Kampagnen und Storytelling	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Crossmediale Kommunikation im Social Web • Storytelling online • Crossmediale Kampagnen 				
Wahlfachgruppe B				
Anwendungsfelder der Organisationskommunikation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Strategische Kommunikation in, über und von Organisationen • Medienarbeit • PR-Konzeption und Kampagnen 				
Arbeitsfelder im Journalismus	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Darstellungsformen im quattromedialen Kontext • Journalistische Ressorts • Aktuelle Herausforderungen im Berufsfeld Journalismus 				
Führungskommunikation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Kommunikationskompetenz als Führungsinstrument • Kommunikation von schwierigen Unternehmensentscheidungen • Präsenz, Authentizität und Wirkung in der Kommunikation 				
Anwendungsfelder digitaler Medien	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Technologien und Tools digitaler Kommunikation • Strategisches Online-Marketing • Crossmediale Kommunikation 				
Ausgewählte Themen der Wirtschaftswissenschaften	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Management für Führungskräfte • Strategisches Leadership • Wirtschaftliche Einflussfaktoren auf Organisationen 				
Managementsysteme in wissensorientierten Organisationen	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Arten von Managementsystemen (Prozess, Qualität, Risiko, etc.) • Standards und Normen für Managementsysteme • Einführung von Managementsystemen 				
Methoden der Operational Excellence	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Methoden zur Messung und Steigerung der Leistungsfähigkeit einer Organisation • Förderung innovativer Organisationskultur • Organisatorische Verankerung nachhaltiger Verbesserungen 				

Gesellschaftlicher und politischer Wandel	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Finanzierung von Unternehmen und Staat • Gesellschaftspolitische Rahmenbedingungen für Kommunikation • Anwendungsfelder der politischen Kommunikation 				
Informationssysteme und Digitale Transformation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Methoden und Tools im Umgang mit strukturierten und unstrukturierten Daten und Information • Information Governance zum Aufbau einer Informationsmanagementstrategie • Herausforderungen durch die digitale Transformation in Organisationen 				
Kognition und Kreativität	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Neuromanagement und emotionale Intelligenz • Kreativität und Innovation • Theorien, Phänomene und Prozesse menschlicher Informationsverarbeitung 				
Anwendungsfelder im Informationsdesign	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Verbales, visuelles und komplexes Informationsdesign in realen und virtuellen Räumen • Usability und User-Centered Design • Daten- und Informationsvisualisierung 				
Transdisziplinäre Methoden	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Komplexität und Systemdynamik • Agent-based modeling • Angewandte Methoden der Transdisziplinarität 				
Abschlussarbeit		2	2	50
Gesamt	160		30	750

Der studentische Workload (1 ECTS = 25 Stunden Workload) beinhaltet Präsenzübungseinheiten, Vor- und Nachbereitungen, das Anfertigen von Modul- bzw. Seminararbeiten, Exkursionen, Prüfungsvorbereitungen sowie das eigenständige vertiefende Studium im Unterrichtsfach.

§ 11. Lehrveranstaltungen

- (1) Die Lehrveranstaltungen sind von der Lehrgangsführung jeweils für einen Lehrgang vor dessen Beginn in Form von Vorlesungen, Übungen, Seminaren oder Fernstudieneinheiten festzulegen und in geeigneter Form kundzumachen. Geringfügige organisationsbedingte Abweichungen hiervon sind zulässig.
- (2) Lehrveranstaltungen können, sofern pädagogisch und didaktisch zweckmäßig, als Fernstudieneinheiten angeboten werden. Dabei ist die Erreichung des Lehrzieles durch die planmäßige Abfolge von Präsenz-Unterricht und Selbststudium der Studierenden mittels geeigneter Lehrmaterialien sicherzustellen. Die Aufgliederung der Fernstudieneinheiten auf Präsenz-Unterricht und Selbststudium, der Stundenplan und die vorgesehenen Lernmaterialien sind den Studierenden vor Beginn der Lehrveranstaltung in geeigneter Weise bekannt zu machen.

§ 12. Prüfungsordnung

- (1) Die Studierenden haben eine Abschlussprüfung abzulegen.
- (2) Diese Abschlussprüfung besteht aus folgenden Prüfungen:
 - a) Einer (1) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfung und/oder Hausarbeit aus dem Pflichtfach
 - b) Drei (3) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen und/oder Hausarbeiten aus den Wahlfächern
 - c) Einer (1) schriftlichen Abschlussarbeit

- (3) Die Abschlussarbeit ist als Hausarbeit zu erstellen. Das Thema der Abschlussarbeit ist den lehrgangsspezifischen Fächern zu entnehmen. Die/der Studierende ist berechtigt, ein Thema vorzuschlagen oder aus einer Anzahl von Vorschlägen auszuwählen.
- (4) Mit der Koordinierung der Prüfungen und der Abschlussarbeit ist die Lehrgangsleitung beauftragt.
- (5) Leistungen, die an universitären oder außeruniversitären Einrichtungen erbracht wurden, können anerkannt werden, wenn eine Gleichwertigkeit dieser Leistungen vorliegt.
- (6) Leistungen aus folgenden Universitätslehrgängen der Donau-Universität Krems sind bei Gleichwertigkeit anzuerkennen:
- Change Management (AE, CP)
 - Change Management MSc
vormals: Change Management MSc / Veränderungsmanagement MSc
 - Communications MBA
 - Digitaler Journalismus CP
 - Digitale Kommunikation (Advanced MSc, MSc)
vormals: Social Media and Global Communication (Advanced MSc, MSc)
 - Fernsehjournalismus
 - Fernstudium Public Relations
 - Fernstudium Communications Master of Science (MSc)
 - Informationsdesign (MA, AE, CP)
 - Informations- und Datenvisualisierung CP
 - Innovationsmanagement (MSc, AE, CP)
 - Integrated Management Systems MBA
vormals: Integrated Management Systems MBA/Integrierte Managementsysteme MBA
 - Internationales Informations- und Kommunikationssystemmanagement MSc
 - Internationales Projektmanagement (MSc, AE,CP)
vormals: International Project Management MSc / Internationales Projektmanagement MSc sowie International Project Management (AE,CP)
 - Integrierte Krisenkommunikation (CP)
 - Interne und Change-Kommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
 - Kommunikation mit Medien und Öffentlichkeit CP
 - Kommunikation und Management (Advanced MSc, MSc, AE, CP)
 - Lean Operations Management (MSc, AE, CP)
 - Methodische Öffentlichkeitsarbeit (CP)
 - Printjournalismus CP
 - Professional MSc
 - Prozessmanagement (MSc, AE, CP)
 - PR dual (AE)
 - PR Professional Basic CP
 - PR: Gesundheitskommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
 - Qualitätsjournalismus MA
 - Qualitätsmanagement (MSc, AE, CP)
 - Radiojournalismus CP
 - Risikomanagement MSc
vormals: Risk Management MSc / Risikomanagement MSc
 - Strategisches Informationsmanagement (MSc, AE, CP)
 - Strategische Kommunikation und PR (Advanced MSc, MSc, CP)
vormals: PR und Integrierte Kommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
 - Technische Kommunikation und Medienmanagement MSc
 - TV-Produktion CP

- Wirtschaftskommunikation AE
vormals: Wirtschaftsjournalismus (AE)
- Wissensmanagement (MSc, AE, CP)

§ 13. Evaluation und Qualitätsverbesserung

(1) Die Qualitätskontrolle erfolgt durch regelmäßige Evaluation aller Referenten und Referentinnen durch die Studierenden sowie durch eine Befragung der Absolventen und Absolventinnen nach Beendigung des Universitätslehrgangs.

(2) Die bei der Evaluation aufgezeigten Verbesserungspotentiale sind nach Maßgabe der Möglichkeiten von der Lehrgangsführung umzusetzen.

§ 14. Abschluss

Nach erfolgreicher Ablegung der Abschlussprüfung ist der/dem Studierenden ein Abschlussprüfungszeugnis auszustellen.

§ 15. Inkrafttreten

Das vorliegende Curriculum tritt mit WS 2017/18 in Kraft.

§ 16. Übergangsbestimmungen

Studierende, die vor dem WS 2017/2018 zugelassen wurden, schließen nach der Verordnung, veröffentlicht im Mitteilungsblatt 58/22.09.2014 ab. Diese Verordnung tritt mit 31.12.2021 außer Kraft.

Nach Antrag der Studierenden und Genehmigung durch die Lehrgangsführung können Studierende bereits vor dem 31.12.2021 auf die aktuelle Verordnung umsteigen.

Mag. Friedrich Faulhammer
Rektor