



Jahrgang 2022 / Nr. 35 vom 19. Mai 2022

110. Stellenausschreibung - Student-Life-Cycle Koordinator_in (m/w/d)

Der Senat hat in der Sitzung vom 10.05.2022 die Änderung folgender Verordnungen genehmigt. Das Rektorat hat diese Änderungen nicht untersagt.

111. Verordnung der Universität für Weiterbildung KREMS über das Curriculum des Universitätslehrganges „Politische Kommunikation (MSc)“ (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)

110. Stellenausschreibung - Student-Life-Cycle Koordinator_in (m/w/d)

Zur Verstärkung unseres Teams des Chief Digital Officers (CDO) gelangt folgende Position zur Besetzung:

Student-Life-Cycle Koordinator_in (m/w/d)

38,5 Std./Woche

Inserat Nr. SB22-0065

Ihre Aufgaben

- Nutzer_innenorientierte Gestaltung eines ganzheitlichen und durchgängigen digitalen Studierenerlebnisses an der UWK
- Erarbeitung und Umsetzung von Konzepten einer konsistenten User-Experience hinsichtlich digitaler Werkzeuge für Studierende während des gesamten Student-Life-Cycles
- Sicherstellung von Wertschöpfung für die Universität und ihrer Departments durch digitale Lösungen
- Involvierung, Koordination und Unterstützung verschiedener Fachabteilungen der UWK und externer Partner_innen
- Projektmanagement, Projektumsetzung und Berichtswesen
- Kommunikation mit Kolleg_innen, Vortragenden und Fachabteilungen sowie mit Studierenden und externen Partner_innen
- Mitarbeit an verschiedenen Digitalisierungsprojekten im Team des CDOs

Ihr Profil

- abgeschlossenes Hochschulstudium (mind. Bachelor) in den Bereichen E-Business, E-Commerce, User Experience Design oder Ähnliches
- mind. zwei Jahre Berufserfahrung an einer Universität und Erfahrung mit internen Verwaltungsabläufen einer Universität wünschenswert
- sehr gute Deutsch- und Englischkenntnisse (beides mind. C1)
- hohes Interesse an der Weiterentwicklung und Neugestaltung bestehender Prozesse und technischer Lösungen
- Freude und Interesse an neuen Technologien sowie lösungsorientiertes Handeln
- Out-of-the-box Thinking, Kreativität und Spaß an Teamarbeit
- ausgeprägte Kommunikationsfähigkeit und Serviceorientierung

Ihre Perspektive

- Vollzeit (38,5 Std./Woche - Gleitzeit) bei einem Mindestgehalt von EUR 2.865,46 brutto monatlich (Einstufung gem. Dienst- und Besoldungsordnung in D1/1), Bereitschaft zur Überzahlung bei entsprechender Qualifikation und Berufserfahrung
- innovatives und modernes Arbeitsumfeld am Campus Krems
- Möglichkeit zum Homeoffice sowie zum mobilen Arbeiten (im Ausmaß von max. 42% der Arbeitszeit)
- sehr gute Weiterbildungsmöglichkeiten im Rahmen der eigenen Studienprogramme, umfangreiches Angebot der betrieblichen Gesundheitsförderung sowie des Universitäts-Sportinstituts (USI), eigene Kinderbetreuungseinrichtung „Campus Kids“

Wir freuen uns auf Bewerbungen von Menschen mit Behinderung, welche über das geforderte Profil verfügen.

Die Universität für Weiterbildung Krets sieht in der Diversität ihrer Mitarbeiter_innen hohes Innovationspotential und bekennt sich zur Vielfalt als leitendes Prinzip.

Bitte beachten Sie, dass für die Aufnahme an der Universität für Weiterbildung Krets/Donau-Universität Krets der Nachweis eines vollständigen Impfschutzes gegen COVID-19 und dessen Aufrechterhaltung, solange dies die epidemiologische Lage in Österreich erfordert, Voraussetzung sind. Ausnahmen gelten, wenn eine Impfung aus medizinischen Gründen nicht möglich ist (Beleg durch fachärztliche Bestätigung). In allen anderen Fällen ist die Aufnahme an der Universität für Weiterbildung Krets/Donau-Universität Krets nur möglich, wenn im Bewerbungsverfahren die Bereitschaft geäußert wird, die Impfung gegen COVID-19 schnellstmöglich nachzuholen. Bei Unterzeichnung des Arbeitsvertrages ist eine entsprechende schriftliche Verpflichtungserklärung zu unterfertigen.

Bitte übermitteln Sie uns Ihre überzeugende Online-Bewerbung bis spätestens **09.06.2022** über unser Online-Tool: <https://www.donau-uni.ac.at/jobs>

111. Verordnung der Universität für Weiterbildung Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Politische Kommunikation (MSc)“

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

§ 1. Weiterbildungsziel

Ziel des Universitätslehrganges Politische Kommunikation zur Erlangung des akademischen Grades „Master of Science (Communication)“ ist es, insbesondere JournalistInnen aus den politischen Resorts der Medien sowie Kommunikationsverantwortliche von öffentlichen Institutionen, politischen Parteien, Kammern und Interessensverbänden für ihre Arbeit auf höchstem Niveau weiterzubilden.

Der interdisziplinäre Universitätslehrgang bietet den Studierenden die Möglichkeit, wissenschaftliche und praktische Fähigkeiten zu erwerben, um zentrale Problemstellungen ihrer Berufe in größeren Zusammenhängen ableiten, verstehen, analysieren, bewerten und lösen zu können.

Lernergebnisse:

Die AbsolventInnen können

- wesentliche Grundsätze und Mechanismen von Politik und Medien beurteilen,
- Prozesse von massenmedialer und politischer Kommunikation einschätzen,
- die Grundlagen der Medientheorie anwenden,
- politische Situationen bewerten und bezüglich ihrer medialen Wirkungen analysieren und
- geeignete Maßnahmen in einem ganzheitlichen Kommunikationskonzept zusammenführen.

§ 2. Studienform

Der Universitätslehrgang ist als berufsbegleitende Studienvariante anzubieten.

§ 3. Lehrgangsleitung

- (1) Als Lehrgangsleitung 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. Dauer

Der Universitätslehrgang umfasst berufsbegleitend vier Semester (insgesamt 90 ECTS). Würde das Studium in einer Vollzeitvariante angeboten, so dauerte es 3 Semester.

§ 5. Zulassungsvoraussetzungen

- (1) Voraussetzung für die Zulassung zum Universitätslehrgang „Politische Kommunikation (MSc)“ ist:
 - a) ein abgeschlossenes österreichisches Hochschulstudium oder
 - b) ein nach Maßgabe ausländischer Studienvorschriften abgeschlossenes gleichwertiges Hochschulstudium oder
 - c) Vorliegen der allgemeinen Universitätsreife und mindestens vier (4) Jahre studienrelevante, qualifizierte Berufserfahrung in adäquater Position, wenn damit eine dem Abs. 1a gleichzuhaltende Qualifikation erreicht wird. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.

- d) Ohne Vorliegen der allgemeinen Universitätsreife mindestens acht (8) Jahre Berufserfahrung. Davon mindestens vier (4) Jahre studienrelevante, qualifizierte Berufserfahrung in adäquater Position, wenn damit eine in Absatz 1a gleichzuhaltende Qualifikation erreicht wird. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.
- (2) Zusätzlich ist im Aufnahmeverfahren ein Aufnahmegespräch zu führen, in dem die Lehrgangsleitung gemeinsam mit der/dem Studierenden die Auswahl der Wahlfächer vornimmt und in einem „Learning Agreement“ festhält.

§ 6. Studienplätze

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

§ 7. Zulassung

Die Zulassung der Studierenden obliegt gemäß § 60 Abs.1 UG 2002 dem Rektorat. Sie erfolgt auf Vorschlag der Lehrgangsleitung.

§ 8. Unterrichtsprogramm

- (1) Es sind insgesamt fünf (5) Pflichtfächer und fünf (5) Wahlfächer zu absolvieren.
- (2) Zusätzlich ist das „Seminar zur Master-Thesis“ vor der Abgabe der Master- Thesis zu absolvieren.
- (3) Für Studierende, die aufgrund §5 (1) c-d zum Universitätslehrgang zugelassen wurden, sind die zwei Wahlfächer der „Wahlfachgruppe A“ verpflichtend, mit Ausnahme von AbsolventInnen von Masterprogrammen der Donau-Universität Krems.
- (4) Es müssen mindestens zwei Wahlfächer aus der „Wahlfachgruppe B“ (mit thematischem Bezug zum Lehrgangsthema) absolviert werden.
- (5) Die Auswahl sämtlicher Wahlfächer muss durch die Lehrgangsleitung genehmigt werden. In begründeten Ausnahmefällen können Studierende auch weniger als zwei Wahlfächer aus der „Wahlfachgruppe B“ wählen.
- (6) Die im Rahmen des Unterrichtsprogramms des Universitätslehrgangs angebotenen Wahlfächer werden nach Maßgabe der organisatorischen Rahmenbedingungen bzw. vorbehaltlich der MindestteilnehmerInnen angeboten.

Fächer	UE	ECTS-Punkte/Fach	Workload
Pflichtfächer		35	875
Grundlagen der Politik	40	7	
<ul style="list-style-type: none"> • Politisches System Österreich im internationalen Vergleich • Politisches System EU • Grundlagen der Politischen Kommunikation 			
Politische Kampagnen	40	7	
<ul style="list-style-type: none"> • Meinungsforschung in der Politik • Kampagnenführung und Strategie-Entwicklung • Öffentlicher Auftritt / Sprache in der Politik 			
Politik und Medien	40	7	
<ul style="list-style-type: none"> • Öffentliche Meinung und Ethik • Medienlandschaft in Österreich • Medien, Politik und Journalismus – Arbeitsweisen und –bedingungen des Gegenübers • Rechtliche Rahmenbedingungen 			
Anwendungsfelder der politischen Kommunikation	40	7	
<ul style="list-style-type: none"> • Positionierung in der Politik • Agenda Setting / Issue Management • Lobbying auf nationaler Ebene und EU-Ebene 			
Seminar zu aktuellen Themen	40	7	
<ul style="list-style-type: none"> • Aktuelle Entwicklungen der Wissensgesellschaft • State-of-the-art Instrumente in der politischen Kommunikation • Diskussion und Reflexion relevanter Lehrgangsthemen 			
Wahlfächer:		35	875
Wahlfachgruppe A			
Einführung und Basiskompetenzen	40	7	
<ul style="list-style-type: none"> • Arbeiten in interdisziplinären Teams • Lern- und Lesetechniken • Recherchieren, Zitieren, Literaturverwaltung 			
Wissenschaftliches Arbeiten	40	7	
<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten • Methodenlehre • Verfassen wissenschaftlicher Texte 			
Wahlfachgruppe B			
Crossmediale Kampagnen und Storytelling	40	7	
<ul style="list-style-type: none"> • Crossmediale Kommunikation im Social Web • Online-Storytelling • Crossmediale Kampagnen 			
Studienreise Brüssel: Communication the EU	40	7	
<ul style="list-style-type: none"> • Einblick in die Abläufe der EU-Kommission, des Rates sowie des Europäischen Parlaments • EU-Lobbying • Medienarbeit in der EU 			
Kommunikationskompetenz als Führungsinstrument	40	7	
<ul style="list-style-type: none"> • Führungskonzepte • Gesprächsführung und Verhandlungstechniken • Konfliktbearbeitung 			
Wirtschaftliche Einflussfaktoren auf Organisationen	40	7	
<ul style="list-style-type: none"> • Volkswirtschaftslehre • Arbeitsmarkt und Arbeitskosten • Zukunftsfragen der Wirtschaft 			

Digitaler Journalismus	40	7	
<ul style="list-style-type: none"> aktuelle Entwicklungen im Multimedia-Journalismus zielgruppenspezifisches Texten kontextbezogene Aufbereitung von Inhalten für unterschiedliche Endgeräte 			
Teammanagement und Teamdynamik	40	7	
<ul style="list-style-type: none"> Grundlagen der Systemtheorie Teammanagement aus systemischer Sicht Konflikte in Teams und Organisationen 			
Studienreise Washington: US-Campaigning	40	7	
<ul style="list-style-type: none"> Politische Kampagnen in den USA Rolle der Medien im politischen Prozess Think tanks und Forschungszentren der Politik 			
Präsenz, Authentizität und Wirkung in der Kommunikation	40	7	
<ul style="list-style-type: none"> Stimm- und Sprechtechnik authentische und wirkungsvolle Kommunikation mit internen und externen Stakeholdern Lösungsorientierte Kommunikation 			
Wahlfachgruppe C			
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 			
Seminar zur Master-Thesis	16	4	100
Master-Thesis		16	400
Gesamt	416	90	2250

§ 10. Prüfungsordnung

- (1) Die Studierenden haben eine Abschlussprüfung abzulegen.
- (2) Diese Abschlussprüfung besteht aus folgenden Prüfungen:
 - a) Fünf (5) mündliche und/oder schriftliche Fachprüfungen aus den Pflichtfächern und/oder Hausarbeiten aus den Pflichtfächern
 - b) Fünf (5) mündliche und/oder schriftliche Fachprüfungen aus den Wahlfächern und/oder Hausarbeiten aus den Wahlfächern
 - c) Einer (1) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfung aus dem Seminar zur Master-Thesis und/oder Hausarbeiten aus dem „Seminar zur Master-Thesis“
 - d) Einer (1) schriftlichen Abschlussarbeit („Master-Thesis“)
- (3) Die Master-Thesis ist als Hausarbeit eigenständig zu verfassen und nach positiver Beurteilung mündlich zu verteidigen. Das Thema der Master-Thesis ist den Pflichtfächern des Universitätslehrgangs 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 Master-Thesis ist die Lehrgangsleitung beauftragt.

§ 11. Evaluation und Qualitätsverbesserung

Die Evaluation und Qualitätsverbesserung erfolgt durch

- regelmäßige Evaluation aller ReferentInnen durch die Studierenden sowie
- durch eine Befragung der AbsolventInnen und ReferentInnen nach Beendigung des Universitätslehrgangs.

§ 12. Abschluss

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

(2) Der Absolventin oder dem Absolventen ist der akademische Grad „Master of Science (Communication)“ – MSc zu verleihen.

§ 13. Inkrafttreten

Das vorliegende Curriculum tritt mit WS 2022/23 in Kraft.

§ 14 Übergangsbestimmungen

Studierende, die vor in Kraft treten der Verordnung vom Mitteilungsblatt Nr. 65/2018 zugelassen wurden, schließen nach der Verordnung im Mitteilungsblatt 53/23.06.2016 ab.

Mag. Friedrich Faulhammer
Rektor

Univ.-Prof.ⁱⁿ Dr.ⁱⁿ Michaela Pinter, MAS
Vorsitzende des Senats