

2014 / Nr. 66 vom 29. August 2014

247. Druckfehlerberichtigung:

Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Social Media and Global Communication MSc“

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

248. Druckfehlerberichtigung:

Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Social Media and Global Communication – Advanced, MSc“

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

247. Druckfehlerberichtigung:

Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Social Media and Global Communication MSc“

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

§ 1. Weiterbildungsziel

Der Universitätslehrgang „Social Media and Global Communication MSc“ hat das Ziel, den Studierenden wissenschaftlich fundierte, anwendungsorientierte und praktische Kenntnisse der Kommunikation - im Besonderen der Social Media - 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 Social Media.

Diesem Lehrgang 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:

AbsolventInnen des Universitätslehrgangs

- verfügen über fundiertes Basiswissen zu allen relevanten Feldern der Public Relations und Kommunikationswissenschaft und können darauf aufbauend Kommunikationsstrategien entwickeln.
- können Social Media in der Medientheorie einordnen und verstehen sie als integralen Bestandteil von Kommunikationsstrategien
- verstehen es, kommunikative Herausforderungen zu analysieren, zu bewerten und gegebenenfalls Lösungsstrategien zu entwerfen und umzusetzen
- können Geschäftsmodelle im Social-Web identifizieren, abwägen und durchführen
- sind mit den rechtlichen und politischen Rahmenbedingungen die für das Berufsfeld im Bereich der Kommunikation – und als Social Media ManagerIn im speziellen – vertraut und wissen _Fragestellungen zu beantworten.
- sind mit den Grundlagen des strategischen Managements vertraut und können eigenständig Strategien entwickeln bzw. Strategien anderer wiedererkennen
- wissen um die Wirkung von Stories und Bildern Bescheid und können diese Instrumente zielgenau einsetzen.

§ 2. Studienform

Der Universitätslehrgang wird als berufsbegleitendes Studium angeboten.

§ 3. Lehrgangsleitung

- (1) Als Lehrgangsleitung ist eine hierfür wissenschaftlich und organisatorisch qualifizierte Person zu bestellen.
- (2) Die Lehrgangsleitung entscheidet in allen Angelegenheiten des Lehrgangs, 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 vier (4) Semester.

§ 6. Zulassungsvoraussetzungen

Voraussetzungen für die Zulassung zum Universitätslehrgang sind

- a) ein abgeschlossenes österreichisches Hochschulstudium oder
- b) ein nach Maßgabe ausländischer Studienvorschriften abgeschlossenes gleichwertiges Hochschulstudium oder
- c) eine Qualifikation wie folgt, wenn damit eine den Abs. a) und b) gleichzuhaltende Qualifikation, erreicht wird:

- Vorliegen der Universitätsreife (Studienberechtigung) und mindestens vier (4) Jahre einschlägige, qualifizierte Berufserfahrung in adäquater Position. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.
- Ohne Vorliegen der Universitätsreife (Studienberechtigung) mindestens acht (8) Jahre Berufserfahrung. Davon mindestens vier (4) Jahre einschlägige, qualifizierte Berufserfahrung in adäquater Position. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.

§ 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 Studiengang zur Verfügung steht, 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

Es sind insgesamt acht (8) Pflichtfächer (bestehend aus 4 Basisfächern und 4 Vertiefungsfächern) und zwei (2) Wahlfächer zu absolvieren. Die Auswahl der Wahlfächer muss durch die Lehrgangsleitung genehmigt werden, da bei einigen Fächern bestimmte Voraussetzungen zu erfüllen sind. Zusätzlich ist das „Seminar zur Master Thesis“ vor der Abgabe der Master Thesis zu absolvieren.

	UE	ECTS-Punkte/ Fach	ECTS-Punkte gesamt	Work-load ¹
Pflichtfächer			56	1400
Basisfächer				
Kommunikation und Wissenschaft	40	7		
Integrierte Kommunikation	40	7		
Management	40	7		
Recht und Politik	40	7		
Vertiefungsfächer				
Strategische Kommunikation mit Netzöffentlichkeiten	40	7		
PR-Konzeption und Online-Kampagnen	40	7		
Bildsprache und Cross Media Storytelling	40	7		
Social Media in der Marktkommunikation	40	7		
Wahlfächer²			14	350
PR und Integrierte Kommunikation				
Medienarbeit	40	7		
Kommunikation als gesellschaftspolitisches Instrument	40	7		
Krisenkommunikation und Krisenmanagement	40	7		
Management in Kommunikationsberufen	40	7		
PR: Gesundheitskommunikation				
Grundlagen der Gesundheitskommunikation	40	7		
Organisationskommunikation im Gesundheitswesen	40	7		
Public Affairs für GesundheitskommunikatorInnen	40	7		
Konflikt- und Beschwerdemanagement	40	7		
Kommunikation und Management				
Kommunikation als Führungsinstrument	40	7		
Managementdisziplinen für Führungskräfte	40	7		
Kommunikation von Unternehmensentscheidungen	40	7		
Marketingorientierte Unternehmensführung und Marktkommunikation	40	7		
Interne und Change Kommunikation				
Anwendungsfelder der Internen Kommunikation	40	7		
Organisation und Kommunikation	40	7		
Grundlagen im Change Management	40	7		
Interne Kommunikation und Management	40	7		
PR: B2B-Kommunikation				
Markenkommunikation in B2B	40	7		
Online Kommunikation und Marketing in B2B	40	7		
Messe- und Eventkommunikation	40	7		
Freie Wahlfächer				
Communicating the EU	40	7		

	UE	ECTS-Punkte/ Fach	ECTS-Punkte gesamt	Work- load ¹
Präsentation, Beratung und Interview	40	7		
Text und Visualisierung	40	7		
Kommunikative Schnittstellen und Herausforderungen im Gesundheitssektor	40	7		
Authentic Leadership and Ethics	40	7		
Medienmanagement	40	7		
Praktischer Print-Journalismus	40	7		
Seminar zur Master Thesis	24	4	4	100
Master Thesis		16	16	400
Gesamt	424		90	2250

- (1) 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.
- (2) Die im Rahmen des Unterrichtsprogramms des Universitätslehrgangs angebotenen Wahlfächer werden nach Maßgabe der organisatorischen Rahmenbedingungen bzw. vorbehaltlich der Mindest-Teilnehmeranzahl angeboten. Es sind insgesamt zwei (2) Wahlfächer aus der Liste der Wahlfächer zu absolvieren.

§ 11. Lehrveranstaltungen

- (1) Die Lehrveranstaltungen sind von der Lehrgangsleitung jeweils für einen Lehrgang vor dessen Beginn in Form von Vorlesungen, Übungen, Seminaren oder Fernstudieneinheiten festzulegen und insbesondere in einer Informationsbroschüre 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) Acht (8) mündliche und/oder schriftliche Fachprüfungen aus den Pflichtfächern
 - b) Zwei (2) mündliche und/oder schriftliche Fachprüfungen aus den Wahlfächern
 - c) Einer (1) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfung aus dem Seminar zur Master Thesis
 - d) Einer (1) schriftlichen Abschlussarbeit („Master Thesis“)

- (3) Die Master Thesis ist als Hausarbeit zu erstellen und am Ende des Studiums mündlich zu präsentieren und zu verteidigen. Das Thema der Master Thesis 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 Master Thesis 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 Lehrgängen der Donau-Universität Krems sind bei Gleichwertigkeit **bis zu einem Höchstausmaß von max. 25 Prozent** anzuerkennen:

- Communications MSc (neuer Name: Kommunikation und Management, MSc)
- Qualitätsjournalismus, MA
- PR und Integrierte Kommunikation MSc
- PR und Integrierte Kommunikation – Advanced, MSc
- PR und Integrierte Kommunikation CP
- Social Media and Global Communication CP
- Social Media and Global Communication - Advanced, MSc
- PR: Gesundheitskommunikation MSc
- PR: Gesundheitskommunikation MSc – Advanced, MSc
- PR und Gesundheitskommunikation CP
- Fernstudium Public Relations
- Fernstudium Communications Master of Science (MSc)
- Interne und Change Kommunikation, MSc
- Interne und Change Kommunikation – Advanced, MSc
- Interne und Change Kommunikation CP
- Methodische Öffentlichkeitsarbeit CP
- PR Professional Basic CP
- Kommunikation mit Medien und Öffentlichkeit CP
- Integrierte Krisenkommunikation 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 Lehrgangs.

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

§ 14. Abschluss

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

(2) Den AbsolventInnen ist der akademische Grad „Master of Science“, abgekürzt MSc zu verleihen.

§ 15. Inkrafttreten

Das vorliegende Curriculum tritt mit WS 2014/15 in Kraft.

§ 16. Übergangsbestimmungen

Studierende, die vor Inkrafttreten dieser Verordnung (bzw. vor WS 2014/15) zugelassen wurden, haben bis 30. Nov. 2017 noch die Möglichkeit nach der Verordnung vom Mitteilungsblatt 63/2010 bzw. 55/2011 bzw. 111/2013 abzuschließen. Sie können nach Rücksprache und Genehmigung durch die Lehrgangsführung jedoch das Studium auch nach der vorliegenden Verordnung absolvieren.

248. Druckfehlerberichtigung:

Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Social Media and Global Communication – Advanced, MSc“

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

§ 1. Weiterbildungsziel

Der Universitätslehrgang „Social Media and Global Communication - Advanced MSc“ hat das Ziel, den Studierenden wissenschaftlich fundierte, anwendungsorientierte und praktische Kenntnisse der Kommunikation - im Besonderen der Social Media - zu vermitteln. Der Universitätslehrgang ist interdisziplinär ausgerichtet. Es handelt sich um ein berufsbegleitendes Angebot zum Aufbau und zur Professionalisierung von Handlungskompetenzen im Bereich der Social Media.

Der Zusatz „Advanced“ im Lehrgangstitel bedeutet, dass sich Studierende dieses Universitätslehrgangs zusätzlich zu ihrer Fokussierung auf das Themenfeld eine weitere Qualifikation in einem anderen Feld der Kommunikation aneignen.

Diesem Lehrgang 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:

AbsolventInnen des Universitätslehrgangs

- verfügen über fundiertes Basiswissen zu allen relevanten Feldern der Public Relations und Kommunikationswissenschaft und können darauf aufbauend Kommunikationsstrategien entwickeln.
- können Social Media in der Medientheorie einordnen und verstehen sie als integralen Bestandteil von Kommunikationsstrategien
- verstehen es, kommunikative Herausforderungen zu analysieren, zu bewerten und gegebenenfalls Lösungsstrategien zu entwerfen und umzusetzen
- können Geschäftsmodelle im Social-Web identifizieren, abwägen und durchführen
- sind mit den rechtlichen und politischen Rahmenbedingungen die für das Berufsfeld im Bereich der Kommunikation – und als Social Media ManagerIn im speziellen – vertraut und wissen Fragestellungen zu beantworten.
- sind mit den Grundlagen des strategischen Managements vertraut und können eigenständig Strategien entwickeln bzw. Strategien anderer wiedererkennen
- wissen um die Wirkung von Stories und Bildern Bescheid und können diese Instrumente zielgenau einsetzen.
- verfügen über zusätzliche Qualifikation in einem weiteren Feld der Kommunikation und können in diesem Feld relevantes Wissen jederzeit ableiten und einsetzen.
- können Herausforderungen in dem Feld der Zusatzqualifikation professionell erkennen, analysieren und die relevanten Kommunikationsschritte setzen

§ 2. Studienform

Der Universitätslehrgang wird als berufsbegleitendes Studium angeboten.

§ 3. Lehrgangsbleitung

- (1) Als Lehrgangsbleitung ist eine hierfür wissenschaftlich und organisatorisch qualifizierte Person zu bestellen.
- (2) Die Lehrgangsbleitung entscheidet in allen Angelegenheiten des Lehrgangs, soweit sie nicht anderen Organen zugeordnet sind.

§ 4. Wissenschaftlicher Beirat

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

§ 5. Dauer

Der Universitätslehrgang umfasst berufsbegleitend fünf (5) Semester.

§ 6. Zulassungsvoraussetzungen

Voraussetzungen für die Zulassung zum Universitätslehrgang sind

- a) ein abgeschlossenes sterreichisches Hochschulstudium oder
- b) ein nach Maßgabe ausländischer Studienvorschriften abgeschlossenes gleichwertiges Hochschulstudium oder
- c) eine Qualifikation wie folgt, wenn damit eine den Abs. a) und b) gleichzuhaltende Qualifikation, erreicht wird:

- Vorliegen der Universitätsreife (Studienberechtigung) und mindestens vier (4) Jahre einschlägige, qualifizierte Berufserfahrung in adäquater Position. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.
- Ohne Vorliegen der Universitätsreife (Studienberechtigung) mindestens acht (8) Jahre Berufserfahrung. Davon mindestens vier (4) Jahre einschlägige, qualifizierte Berufserfahrung in adäquater Position. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.

§ 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 Studiengang zur Verfügung stehen, ist von der Lehrgangsbleitung nach pädagogischen und organisatorischen Gesichtspunkten festzusetzen.

§ 9. Zulassung

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

§ 10. Unterrichtsprogramm

Es sind insgesamt:

- acht (8) Pflichtfächer
- je nach gewünschter Zusatzqualifikation:
 - die vier (4) Fächer des Wahlfach-Pakets „PR und Integrierte Kommunikation“ (Management in Kommunikationsberufen, Medienarbeit, Kommunikation als gesellschaftspolitisches Instrument, Krisenkommunikation und Krisenmanagement)
 - ODER die vier (4) Fächer des Wahlfach-Pakets „PR: Gesundheitskommunikation“ (Grundlagen der Gesundheitskommunikation,

- Organisationskommunikation im Gesundheitswesen, Public Affairs für GesundheitskommunikatorInnen, Konflikt- und Beschwerdemanagement)
- ODER die vier (4) Fächer des Wahlfach-Pakets „Kommunikation und Management“ (Kommunikation als Führungsinstrument, Managementdisziplinen für Führungskräfte, Kommunikation von Unternehmensentscheidungen, Marketingorientierte Unternehmensführung und Markenkommunikation)
 - ODER die vier (4) Fächer des Wahlfach-Pakets „Interne und Change Kommunikation“ (Anwendungsfelder der Internen Kommunikation, Organisation und Kommunikation, Grundlagen im Change Management, Interne Kommunikation und Management)
 - ODER die drei (3) Fächer des Wahlfachpakets „PR: B2B-Kommunikation“ (Markenkommunikation in B2B, Online-Kommunikation und Marketing in B2B, Messe- und Eventkommunikation) und das Wahlfach „Medienarbeit“
- zwei (2) weitere, in diesen Paketen nicht enthaltene Wahlfächer zu absolvieren.

Die Auswahl der Wahlfächer muss durch die Lehrgangsführung genehmigt werden, da bei einigen Fächern bestimmte Voraussetzungen zu erfüllen sind. Zusätzlich ist das „Seminar zur Master Thesis“ vor der Abgabe der Master Thesis zu absolvieren.

	UE	ECTS-Punkte/ Fach	ECTS-Punkte gesamt	Work- load ¹
Pflichtfächer			56	1400
Basisfächer				
Kommunikation und Wissenschaft	40	7		
Integrierte Kommunikation	40	7		
Management	40	7		
Recht und Politik	40	7		
Vertiefungsfächer				
Strategische Kommunikation mit Netzöffentlichkeiten	40	7		
PR-Konzeption und Online-Kampagnen	40	7		
Bildsprache und Cross Media Storytelling	40	7		
Social Media in der Marktkommunikation	40	7		
Wahlfächer²			42	1050
PR und Integrierte Kommunikation				
Medienarbeit	40	7		
Kommunikation als gesellschaftspolitisches Instrument	40	7		
Krisenkommunikation und Krisenmanagement	40	7		
Management in Kommunikationsberufen	40	7		
PR: Gesundheitskommunikation				
Grundlagen der Gesundheitskommunikation	40	7		
Organisationskommunikation im Gesundheitswesen	40	7		
Public Affairs für GesundheitskommunikatorInnen	40	7		
Konflikt- und Beschwerdemanagement	40	7		
Kommunikation und Management				
Kommunikation als Führungsinstrument	40	7		
Managementdisziplinen für Führungskräfte	40	7		
Kommunikation von Unternehmensentscheidungen	40	7		
Marketingorientierte Unternehmensführung und Marktkommunikation	40	7		
Interne und Change Kommunikation				
Anwendungsfelder der Internen Kommunikation	40	7		
Organisation und Kommunikation	40	7		
Grundlagen im Change Management	40	7		
Interne Kommunikation und Management	40	7		
PR: B2B-Kommunikation				
Markenkommunikation in B2B	40	7		
Online Kommunikation und Marketing in B2B	40	7		
Messe- und Eventkommunikation	40	7		
Freie Wahlfächer				
Communicating the EU	40	7		

	UE	ECTS-Punkte/ Fach	ECTS-Punkte gesamt	Workload ¹
Präsentation, Beratung und Interview	40	7		
Text und Visualisierung	40	7		
Kommunikative Schnittstellen und Herausforderungen im Gesundheitssektor	40	7		
Authentic Leadership and Ethics	40	7		
Medienmanagement	40	7		
Praktischer Print-Journalismus	40	7		
Reflexionsarbeit		2	2	50
Seminar zur Master Thesis	24	4	4	100
Master Thesis		16	16	400
Gesamt	584		120	3000

- (1) 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.
- (2) Die im Rahmen des Unterrichtsprogramms des Universitätslehrgangs angebotenen Wahlfächer werden nach Maßgabe der organisatorischen Rahmenbedingungen bzw. vorbehaltlich der Mindest-Teilnehmeranzahl angeboten. Es sind insgesamt sechs (6) Wahlfächer aus der Liste der Wahlfächer zu absolvieren.

§ 11. Lehrveranstaltungen

- (1) Die Lehrveranstaltungen sind von der Lehrgangsleitung 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:
- Acht (8) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen aus den Pflichtfächern
 - Sechs (6) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen aus den Wahlfächern
 - Einer (1) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfung aus dem Seminar zur Master Thesis
 - Einer (1) schriftlichen Abschlussarbeit („Master Thesis“)
 - Einer (1) schriftlichen Reflexionsarbeit aus den Wahlfächern

- (3) Die Master Thesis ist als Hausarbeit zu erstellen und am Ende des Studiums mündlich zu präsentieren und zu verteidigen. Das Thema der Master Thesis ist den lehrgangsspezifischen Fächern zu entnehmen. Die/der Studierende ist berechtigt, ein Thema vorzuschlagen oder aus einer Anzahl von Vorschlägen auszuwählen.
- (4) Die Reflexionsarbeit ist als Hausarbeit zu erstellen und nach Absolvierung der Wahlfächer abzugeben. Das Thema der Reflexionsarbeit ist den Inhalten des gewählten Wahlfach-Paketes zu entnehmen. Die/der Studierende ist berechtigt, ein Thema vorzuschlagen oder aus einer Anzahl von Vorschlägen auszuwählen.
- (5) Mit der Koordinierung der Prüfungen und der Master Thesis ist die Lehrgangsleitung beauftragt.
- (6) Leistungen, die an universitären oder außeruniversitären Einrichtungen erbracht wurden, können anerkannt werden, wenn eine Gleichwertigkeit dieser Leistungen vorliegt.
- (7) Leistungen aus folgenden Lehrgängen der Donau-Universität Krems sind bei Gleichwertigkeit **bis zu einem Höchstausmaß von 30 ECTS (max. 25 Prozent)** anzuerkennen:

- Communications MSc (neuer Name: Kommunikation und Management, MSc)
- Qualitätsjournalismus, MA
- PR und Integrierte Kommunikation MSc
- PR und Integrierte Kommunikation – Advanced, MSc
- PR und Integrierte Kommunikation CP
- Social Media and Global Communication CP
- Social Media and Global Communication, MSc
- PR: Gesundheitskommunikation MSc
- PR: Gesundheitskommunikation MSc – Advanced, MSc
- PR: Gesundheitskommunikation CP
- Fernstudium Public Relations
- Fernstudium Communications Master of Science (MSc)
- Interne und Change Kommunikation, MSc
- Interne und Change Kommunikation – Advanced, MSc
- Interne und Change Kommunikation CP
- Methodische Öffentlichkeitsarbeit CP
- PR Professional Basic CP
- Kommunikation mit Medien und Öffentlichkeit CP
- Integrierte Krisenkommunikation 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 Lehrgangs.

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

§ 14. Abschluss:

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

(2) Den AbsolventInnen ist der akademische Grad „Master of Science“, abgekürzt MSc zu verleihen.

§ 15. Inkrafttreten

Das vorliegende Curriculum tritt mit WS 2014/15 in Kraft. Studierende, die vor Inkrafttreten dieser Verordnung (vor WS 2014/15) zugelassen wurden, haben bis 30. Nov. 2017 noch die Möglichkeit, nach der Verordnung, veröffentlicht im Mitteilungsblatt 110/27.11.2013 abzuschließen. Sie können nach Rücksprache und Genehmigung durch die Lehrgangleitung jedoch das Studium auch nach der vorliegenden Verordnung absolvieren.

Mag. Friedrich Faulhammer
Rektor

Univ.- Prof. Dr. Christoph Gisinger
Vorsitzender des Senats