

2020 / Nr. 15 vom 18. Februar 2020

Der Senat hat in der Sitzung vom 11. Februar 2020 folgende Verordnungen erlassen, das Rektorat hat die Studien eingerichtet.

36. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Digitale Kommunikation AE“

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

37. Einrichtung des Universitätslehrganges „Digitale Kommunikation AE“

(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung)

38. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang „Digitale Kommunikation AE“

39. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Politische Kommunikation CP“

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

40 Einrichtung des Universitätslehrganges „Politische Kommunikation CP“

(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung)

41. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang „Politische Kommunikation CP“

42. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Politische Kommunikation AE“

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

43. Einrichtung des Universitätslehrganges „Politische Kommunikation AE“

(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung)

44. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang „Politische Kommunikation AE“

45. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Strategische Kommunikation und PR AE“

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

46. Einrichtung des Universitätslehrganges „Strategische Kommunikation und PR AE“

(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung)

47. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang „Strategische Kommunikation und PR AE“

36. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Digitale Kommunikation AE“ (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

AbsolventInnen des Universitätslehrgangs sind nach der Vermittlung von Wissen und der Entwicklung von Kompetenzen in den Fächern des Curriculums in der Lage,

- grundlegende Theorien zu den relevanten Feldern der digitalen Kommunikation und Kommunikationswissenschaft zu beschreiben und darauf aufbauend passende Kommunikationsstrategien auszuformulieren.
- kommunikative Problemstellungen zu analysieren, zu bewerten und Lösungsstrategien zu entwerfen.
- Geschäftsmodelle im Social-Web zu beschreiben und zu diskutieren.
- die Einsatzmöglichkeiten von Stories zu beschreiben und diese in konkreten Projekten anzuwenden.

§ 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 drei Semester. Würde das Studium in einer Vollzeitvariante angeboten, so dauerte es 2 Semester (60 ECTS-Punkte).

§ 5. Zulassungsvoraussetzungen

- (1) Voraussetzungen für die Zulassung zum Universitätslehrgang sind
 - 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 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 Lehrgangsstart 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.

§ 8. Unterrichtsprogramm

- 1) Es sind insgesamt vier (4) Pflichtfächer und drei (3) Wahlfächer zu absolvieren.
- 2) Zusätzlich ist das „Seminar zur Projektarbeit“ vor der Abgabe der Projektarbeit zu absolvieren.
- 3) Für Studierende, die aufgrund §5 (1) c-d zum Universitätslehrgang zugelassen wurden, ist das Wahlfach aus der „Wahlfachgruppe A“ verpflichtend, mit Ausnahme von AbsolventInnen von Masterprogrammen der Donau-Universität Krems.
- 4) Es muss mindestens ein (1) Wahlfach 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 ein Wahlfach aus der „Wahlfachgruppe B“ wählen.
- 6) 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			28	700
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 				
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 				
Wahlfächer:			21	525
Wahlfachgruppe A				
Einführung und Basiskompetenzen	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Arbeiten in interdisziplinären Teams • Lern- und Lesetechniken • Recherchieren, Zitieren, Literaturverwaltung 				
Wahlfachgruppe B				
Krisenkommunikation und Krisenmanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Einordnung und Bewertung von Unternehmensrisiken und -krisen • Theorievermittlung und Training von Strategien und Instrumenten der Krisen- bzw. Risikokommunikation • Implementierung von Krisen- und Risikomanagement im Unternehmen 				
Kommunikationskompetenz als Führungsinstrument	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Führungskonzepte • Gesprächsführung und Verhandlungstechniken • Konfliktbearbeitung 				
Foto und Bildkommunikation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • technische, inhaltliche und ästhetische Kriterien von Bildern • Fotoworkshop • rechtliche Rahmenbedingungen 				
Interne Kommunikation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Aufgabengebiete und Instrumente • Anwendungsfelder • Umgang mit dem Management 				
Grundlagen im Projektmanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Projekte klar abgrenzen und definieren • Projektmanagement in seinen PM-Teilprozessen verstehen • Projektmanagement Methoden richtig und praxisbezogen anwenden 				
Grundlagen im Wissensmanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Treiber und Motivation für WM • Konzepte und Modelle des WM • Überblick über Methoden des Wissensmanagements 				

Kommunikationsmaßnahmen neuropsychologisch optimieren mit System	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Kommunikationspsychologie in Public Relations • Anwendungsmöglichkeiten • Maßnahmenerstellung 				
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 Projektarbeit	8	2	2	50
Projektarbeit		9	9	225
Gesamt	288		60	1500

§ 9. Lehrveranstaltungen

- (1) Die Lehrveranstaltungen sind von der Lehrgangsleitung jeweils für einen Lehrgangsstart 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 Lehrziels mittels geeigneter Unterrichtsmaterialien sicherzustellen. Die Aufgliederung der Fernstudieneinheiten ist den Studierenden vor Beginn der Lehrveranstaltung in geeigneter Weise bekannt zu machen.

§ 10. Prüfungsordnung

- (1) Die Studierenden haben eine Abschlussprüfung abzulegen.
- (2) Diese Abschlussprüfung besteht aus folgenden Prüfungen:
 - a) Vier (4) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen und/oder Hausarbeiten aus den Pflichtfächern
 - b) Drei (3) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen und/oder Hausarbeiten aus den Wahlfächern
 - c) Einer (1) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfung und/oder Hausarbeit aus dem „Seminar zur Projektarbeit“
 - d) Einer (1) schriftlichen Arbeit als „Projektarbeit“.
- (3) Die Projektarbeit ist als Hausarbeit eigenständig zu verfassen und nach positiver Beurteilung mündlich zu verteidigen. Das Thema der Projektarbeit ist den Pflichtfächern des Universitätslehrgangs zu entnehmen. Die Studierenden sind berechtigt, ein Thema vorzuschlagen oder aus einer Anzahl von Vorschlägen auszuwählen.
- (4) Mit der Koordinierung der Prüfungen und der Projektarbeit 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 (MSc, AE, CP)
 - Communications MBA
 - Digitaler Journalismus, CP
 - Digitale Kommunikation (MSc, CP)
 - Fernstudium Public Relations
 - PR Professional Basic, CP
 - Informationsdesign (MA, AE, CP)

- Informations- und Datenvisualisierung, CP
- Innovationsmanagement (MSc, AE, CP)
- Integrated Management Systems, MBA
- Internationales Projektmanagement (MSc, CP)
- International Project Management, AE
- Integrierte Krisenkommunikation, CP
- Interne und Change-Kommunikation (MSc Advanced, MSc, CP)
- Kommunikation mit Medien und Öffentlichkeit, CP
- Kommunikation und Management (MSc Advanced, MSc, AE, CP)
- Lean Operations Management (MSc, AE, CP)
- Methodische Öffentlichkeitsarbeit, CP
- Organisational Communications MSc
- Politische Kommunikation (MSc, AE, CP)
- Printjournalismus, CP
- Professional MSc
- Professional MSc - Vertiefung Technische Kommunikation
- Professional MSc - Vertiefung Wissensmanagement
- Professional MSc - Vertiefung Bibliotheks- und Informationsmanagement
- PR dual, AE
- PR: Gesundheitskommunikation (MSc Advanced, MSc, CP)
- Prozessmanagement (MSc, AE, CP)
- Qualitätsjournalismus (MA, AE)
- Qualitätsmanagement (MSc, AE, CP)
- Radiojournalismus, CP
- Risikomanagement, MSc
- Risikomanagement, CP
- Strategisches Informationsmanagement (MSc, AE, CP)
- Strategische Kommunikation und PR (MSc, AE, CP)
- Technische Kommunikation und Medienmanagement, MSc
- TV-Produktion, CP
- Wirtschaftskommunikation, AE
- Wissensmanagement (MSc, CP)

§ 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 Universitätslehrganges
- und Umsetzung der aufgezeigten Verbesserungspotentiale.

§ 12. Abschluss

- 1) Nach erfolgreicher Ablegung der Abschlussprüfung ist den Studierenden ein Abschlussprüfungszeugnis auszustellen.
- 2) Den AbsolventInnen ist die akademische Bezeichnung „Akademische/r Experte/in für Digitale Kommunikation“ zu verleihen.

§ 13. Inkrafttreten

Das vorliegende Curriculum tritt mit dem ersten Tag des Monats in Kraft, der auf die Kundmachung folgt.

37. Einrichtung des Universitätslehrganges „Digitale Kommunikation AE“ (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung)

Aufgrund des Curriculums über den Universitätslehrgang „Digitale Kommunikation AE“ und der Stellungnahme des Rektorats vom 17.02.2020 wird der Universitätslehrgang an der Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung eingerichtet.

38. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang „Digitale Kommunikation AE“

Der Lehrgangsbeitrag für den Universitätslehrgang „Digitale Kommunikation AE“ wird mit € 9.900,- festgelegt.

39. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Politische Kommunikation CP“ (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)

§ 1. Weiterbildungsziel

Der Universitätslehrgang hat das Ziel, den Studierenden grundlegende und anwendungsorientierte Kenntnisse der politischen Kommunikation zu vermitteln. Der interdisziplinäre Universitätslehrgang bietet den Studierenden die Möglichkeit, jene Fähigkeiten zu erwerben, die es braucht, um zentrale Problemstellungen der politischen Kommunikation zu verstehen, analysieren und lösen zu können. Es handelt es sich dabei um eine Weiterbildung zum Aufbau und zur Professionalisierung von Handlungskompetenzen in diesem Fachbereich. 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

AbsolventInnen des Universitätslehrgangs sind nach der Vermittlung von Wissen und der Entwicklung von Kompetenzen in den Fächern des Curriculums in der Lage,

- wesentliche Grundsätze und Mechanismen von Politik und Medien zu beschreiben.
- Prozesse von massenmedialer und politischer Kommunikation zu diskutieren.
- geeignete Maßnahmen in einem ganzheitlichen Kommunikationskonzept auszuformulieren.

§ 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

In der berufsbegleitenden Variante umfasst der Universitätslehrgang zwei (2) Semester. Würde der Universitätslehrgang in einer Vollzeitvariante angeboten, so dauerte er ein (1) Semester (30 ECTS-Punkte).

§ 5. Zulassungsvoraussetzungen

- (1) Voraussetzungen für die Zulassung zum Universitätslehrgang sind
 - 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.

§ 6. Studienplätze

- (1) Die Zulassung zum Universitätslehrgang erfolgt jeweils nach Maßgabe vorhandener Studienplätze.
- (2) Die Höchstzahl an Studienplätzen, die jeweils für einen Lehrgangsstart 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.

§ 8. Unterrichtsprogramm

- 1) Es sind insgesamt ein (1) Pflichtfach und drei (3) Wahlfächer zu absolvieren.
- 2) Es müssen zwei (2) Wahlfächer aus der „Wahlfachgruppe A“ (mit thematischem Bezug zum Lehrgangsthema) absolviert werden, sowie ein (1) 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
Pflichtfach			7	175
Grundlagen der Politik	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Politisches System Österreich • Politisches System EU • Grundlagen der Politischen Kommunikation 				
Wahlfächer:			21	525
Wahlfachgruppe A				
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 				
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

§ 9. Lehrveranstaltungen

- (1) Die Lehrveranstaltungen sind von der Lehrgangsführung jeweils für einen Lehrgangsstart 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 Lehrziels mittels geeigneter Unterrichtsmaterialien sicherzustellen. Die Aufgliederung der Fernstudieneinheiten ist den Studierenden vor Beginn der Lehrveranstaltung in geeigneter Weise bekannt zu machen.

§ 10. 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 Hausarbeiten aus dem Pflichtfach
 - b) Drei (3) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen und/oder Hausarbeiten aus den Wahlfächern
 - c) Einer (1) schriftlichen Arbeit als „Abschlussarbeit“

- (3) Mit der Koordinierung der Prüfungen und der Abschlussarbeit ist die Lehrgangsleitung beauftragt.
- (4) Leistungen, die an universitären oder außeruniversitären Einrichtungen erbracht wurden, können anerkannt werden, wenn eine Gleichwertigkeit dieser Leistungen vorliegt.
- (5) Leistungen aus folgenden Universitätslehrgängen der Donau-Universität Krems sind bei Gleichwertigkeit anzuerkennen:
- Change Management (MSc, AE, CP)
 - Communications MBA
 - Digitaler Journalismus, CP
 - Digitale Kommunikation (MSc, AE, CP)
 - Fernstudium Public Relations
 - PR Professional Basic, CP
 - Informationsdesign (MA, AE, CP)
 - Informations- und Datenvisualisierung, CP
 - Innovationsmanagement (MSc, AE, CP)
 - Integrated Management Systems, MBA
 - Internationales Projektmanagement (MSc, CP)
 - International Project Management, AE
 - Integrierte Krisenkommunikation, CP
 - Interne und Change-Kommunikation (MSc Advanced, MSc, CP)
 - Kommunikation mit Medien und Öffentlichkeit, CP
 - Kommunikation und Management (MSc Advanced, MSc, AE, CP)
 - Lean Operations Management (MSc, AE, CP)
 - Methodische Öffentlichkeitsarbeit, CP
 - Organisational Communications MSc
 - Politische Kommunikation (MSc, AE)
 - Printjournalismus, CP
 - Professional MSc
 - Professional MSc - Vertiefung Technische Kommunikation
 - Professional MSc - Vertiefung Wissensmanagement
 - Professional MSc - Vertiefung Bibliotheks- und Informationsmanagement
 - PR dual, AE
 - PR: Gesundheitskommunikation (MSc Advanced, MSc, CP)
 - Prozessmanagement (MSc, AE, CP)
 - Qualitätsjournalismus (MA, AE)
 - Qualitätsmanagement (MSc, AE, CP)
 - Radiojournalismus, CP
 - Risikomanagement, MSc
 - Risikomanagement, CP
 - Strategisches Informationsmanagement (MSc, AE, CP)
 - Strategische Kommunikation und PR (MSc, AE, CP)
 - Technische Kommunikation und Medienmanagement, MSc
 - TV-Produktion, CP
 - Wirtschaftskommunikation, AE
 - Wissensmanagement (MSc, CP)

§ 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 Universitätslehrganges
- und Umsetzung der aufgezeigten Verbesserungspotentiale.

§ 12. Abschluss

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

§ 13. Inkrafttreten

Das vorliegende Curriculum tritt mit dem ersten Tag des Monats in Kraft, der auf die Kundmachung folgt.

40 Einrichtung des Universitätslehrganges „Politische Kommunikation CP“

(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung)

Aufgrund des Curriculums über den Universitätslehrgang „Politische Kommunikation CP“ und der Stellungnahme des Rektorats vom 17.02.2020 wird der Universitätslehrgang an der Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung eingerichtet.

41. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang „Politische Kommunikation CP“

Der Lehrgangsbeitrag für den Universitätslehrgang „Politische Kommunikation CP“ wird mit € 5.400,- festgelegt.

42. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Politische Kommunikation AE“

(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 politischen Kommunikation zu vermitteln. Der interdisziplinäre Universitätslehrgang bietet den Studierenden die Möglichkeit, jene Fähigkeiten zu erwerben, die es braucht, um zentrale Problemstellungen der politischen Kommunikation zu verstehen, analysieren und lösen zu können. Es handelt es sich dabei um eine Weiterbildung zum Aufbau und zur Professionalisierung von Handlungskompetenzen in diesem Fachbereich. 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

AbsolventInnen des Universitätslehrgangs sind nach der Vermittlung von Wissen und der Entwicklung von Kompetenzen in den Fächern des Curriculums in der Lage,

- wesentliche Grundsätze und Mechanismen von Politik und Medien zu beschreiben.
- Prozesse von massenmedialer und politischer Kommunikation zu diskutieren.
- politische Situationen zu bewerten und bezüglich ihrer Wirkungen auf relevante Stakeholder zu analysieren.
- geeignete Maßnahmen in einem Kommunikationskonzept auszuformulieren.

§ 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 drei Semester. Würde das Studium in einer Vollzeitvariante angeboten, so dauerte es 2 Semester (60 ECTS-Punkte).

§ 5. Zulassungsvoraussetzungen

- (1) Voraussetzungen für die Zulassung zum Universitätslehrgang sind
 - 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 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.

§ 8. Unterrichtsprogramm

- 1) Es sind insgesamt vier (4) Pflichtfächer und drei (3) Wahlfächer zu absolvieren.
- 2) Zusätzlich ist das „Seminar zur Projektarbeit“ vor der Abgabe der Projektarbeit zu absolvieren.
- 3) Für Studierende, die aufgrund §5 (1) c-d zum Universitätslehrgang zugelassen wurden, ist das Wahlfach aus der „Wahlfachgruppe A“ verpflichtend, mit Ausnahme von AbsolventInnen von Masterprogrammen der Donau-Universität Krems.
- 4) Es muss mindestens ein (1) Wahlfach 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 ein Wahlfach aus der „Wahlfachgruppe B“ wählen.
- 6) 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			28	700
Grundlagen der Politik	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Politisches System Österreich • 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 				
Wahlfächer:			21	525
Wahlfachgruppe A				
Einführung und Basiskompetenzen	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Arbeiten in interdisziplinären Teams • Lern- und Lesetechniken • Recherchieren, Zitieren, Literaturverwaltung 				
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 Sprechtraining • 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 Projektarbeit	8	2	2	50
Projektarbeit		9	9	225
Gesamt	288		60	1500

§ 9. Lehrveranstaltungen

- (1) Die Lehrveranstaltungen sind von der Lehrgangsführung jeweils für einen Lehrgangstart 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 Lehrziels mittels geeigneter Unterrichtsmaterialien sicherzustellen. Die Aufgliederung der Fernstudieneinheiten ist den Studierenden vor Beginn der Lehrveranstaltung in geeigneter Weise bekannt zu machen.

§ 10. Prüfungsordnung

- (1) Die Studierenden haben eine Abschlussprüfung abzulegen.
- (2) Diese Abschlussprüfung besteht aus folgenden Prüfungen:
 - a) Vier (4) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen und/oder Hausarbeiten aus den Pflichtfächern
 - b) Drei (3) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen und/oder Hausarbeiten aus den Wahlfächern
 - c) Einer (1) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfung und/oder Hausarbeit aus dem „Seminar zur Projektarbeit“
 - d) Einer (1) schriftlichen Arbeit als „Projektarbeit“.
- (3) Die Projektarbeit ist als Hausarbeit eigenständig zu verfassen und nach positiver Beurteilung mündlich zu verteidigen. Das Thema der Projektarbeit ist den Pflichtfächern des Universitätslehrgangs zu entnehmen. Die Studierenden sind berechtigt, ein Thema vorzuschlagen oder aus einer Anzahl von Vorschlägen auszuwählen.
- (4) Mit der Koordinierung der Prüfungen und der Projektarbeit 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 (MSc, AE, CP)
 - Communications MBA
 - Digitaler Journalismus, CP
 - Digitale Kommunikation (MSc, AE, CP)
 - Fernstudium Public Relations
 - PR Professional Basic, CP
 - Informationsdesign (MA, AE, CP)
 - Informations- und Datenvisualisierung, CP
 - Innovationsmanagement (MSc, AE, CP)
 - Integrated Management Systems, MBA
 - Internationales Projektmanagement (MSc, CP)
 - International Project Management, AE
 - Integrierte Krisenkommunikation, CP
 - Interne und Change-Kommunikation (MSc Advanced, MSc, CP)
 - Kommunikation mit Medien und Öffentlichkeit, CP
 - Kommunikation und Management (MSc Advanced, MSc, AE, CP)
 - Lean Operations Management (MSc, AE, CP)
 - Methodische Öffentlichkeitsarbeit, CP
 - Organisational Communications MSc
 - Politische Kommunikation (MSc, CP)
 - Printjournalismus, CP
 - Professional MSc
 - Professional MSc - Vertiefung Technische Kommunikation
 - Professional MSc - Vertiefung Wissensmanagement
 - Professional MSc - Vertiefung Bibliotheks- und Informationsmanagement
 - PR dual, AE
 - PR: Gesundheitskommunikation (MSc Advanced, MSc, CP)
 - Prozessmanagement (MSc, AE, CP)
 - Qualitätsjournalismus (MA, AE)
 - Qualitätsmanagement (MSc, AE, CP)
 - Radiojournalismus, CP

- Risikomanagement, MSc
- Risikomanagement, CP
- Strategisches Informationsmanagement (MSc, AE, CP)
- Strategische Kommunikation und PR (MSc, AE, CP)
- Technische Kommunikation und Medienmanagement, MSc
- TV-Produktion, CP
- Wirtschaftskommunikation, AE
- Wissensmanagement (MSc, CP)

§ 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 Universitätslehrganges und Umsetzung der aufgezeigten Verbesserungspotentiale.

§ 12. Abschluss

- 1) Nach erfolgreicher Ablegung der Abschlussprüfung ist den Studierenden ein Abschlussprüfungszeugnis auszustellen.
- 2) Den AbsolventInnen ist die akademische Bezeichnung „Akademische/r Experte/in für Politische Kommunikation“ zu verleihen.

§ 13. Inkrafttreten

Das vorliegende Curriculum tritt mit dem ersten Tag des Monats in Kraft, der auf die Kundmachung folgt.

43. Einrichtung des Universitätslehrganges „Politische Kommunikation AE“ (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung)

Aufgrund des Curriculums über den Universitätslehrgang „Politische Kommunikation AE“ und der Stellungnahme des Rektorats vom 17.02.2020 wird der Universitätslehrgang an der Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung eingerichtet.

44. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang „Politische Kommunikation AE“

Der Lehrgangsbeitrag für den Universitätslehrgang „Politische Kommunikation AE“ wird mit € 9.900,- festgelegt.

45. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Strategische Kommunikation und PR AE“ (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 strategischen Kommunikation und PR zu vermitteln. Dies umfasst die strategische Vernetzung aller relevanter Kommunikationsthemen (z.B. PR, Corporate Identity, Marketing, Werbung), sowie Kommunikationsinstrumente und -kanäle in zeitlicher, formaler und inhaltlicher Hinsicht mit dem Ziel eines konsistenten Erscheinungsbildes von Unternehmen, Organisationen oder Personen. Unter diesem Leitgedanken werden Modelle und Theorien der Kommunikationswissenschaft, Strategien und Instrumente der Public Relations und der Organisationskommunikation sowie Kompetenzen im Bereich Recht vermittelt. Die Studierenden werden auf Führungsaufgaben der Öffentlichkeitsarbeit vorbereitet, die sie entweder in Unternehmen, in Interessensvertretungen, (Non Profit-) Organisationen oder als externe KommunikationsberaterInnen – etwa in Agenturen – erfüllen. 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

AbsolventInnen des Universitätslehrgangs sind nach der Vermittlung von Wissen und der Entwicklung von Kompetenzen in den Fächern des Curriculums in der Lage,

- Grundlagen der Kommunikationswissenschaft, integrierten Kommunikation und Public Relations zu diskutieren.
- darauf aufbauend geeignete Kommunikationsstrategien zu entwickeln und zu diskutieren.
- kommunikative Herausforderungen in einem Unternehmen bzw. einer Organisation zu analysieren und zu bewerten.
- geeignete Maßnahmen der Krisenkommunikation und PR in einem Kommunikationskonzept auszuformulieren und in einem Projekt umzusetzen.

§ 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 drei Semester. Würde das Studium in einer Vollzeitvariante angeboten, so dauerte es 2 Semester (60 ECTS).

§ 5. Zulassungsvoraussetzungen

- (1) Voraussetzungen für die Zulassung zum Universitätslehrgang sind
 - 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 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 Lehrgangsstart 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.

§ 8. Unterrichtsprogramm

- 1) Es sind insgesamt vier (4) Pflichtfächer und drei (3) Wahlfächer zu absolvieren.
- 2) Zusätzlich ist das „Seminar zur Projektarbeit“ vor der Abgabe der Projektarbeit zu absolvieren.
- 3) Für Studierende, die aufgrund §5 (1) c-d zum Universitätslehrgang zugelassen wurden, ist das Wahlfach aus der „Wahlfachgruppe A“ verpflichtend, mit Ausnahme von AbsolventInnen von Masterprogrammen der Donau-Universität Krems.
- 4) Es muss mindestens ein (1) Wahlfach 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 ein Wahlfach aus der „Wahlfachgruppe B“ wählen.
- 6) 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			28	700
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 				
Strategische Organisationskommunikation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und praktische Anwendung von Integrierter Kommunikation und Stakeholder Management • Strategieentwicklung im Bereich Kommunikation • Corporate Citizenship und CSR-Kommunikation 				
Medienarbeit	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Medienlandschaft im DACH-Raum sowie Theorien und Trends der Medienökonomie • Strategien und Instrumente der Medienarbeit • Erfolgskontrolle von Medienarbeit und sonstigen PR-Instrumenten 				
Krisenkommunikation und Krisenmanagement	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Einordnung und Bewertung von Unternehmensrisiken und -krisen • Theorievermittlung und Training von Strategien und Instrumenten der Krisen- bzw. Risikokommunikation • Implementierung von Krisen- und Risikomanagement im Unternehmen 				
Wahlfächer:			21	525
Wahlfachgruppe A				
Einführung und Basiskompetenzen	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Arbeiten in interdisziplinären Teams • Lern- und Lesetechniken • Recherchieren, Zitieren, Literaturverwaltung 				
Wahlfachgruppe B				
Technologien und Tools digitaler Kommunikation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Technologische Entwicklung der digitalen Kommunikation • Toolgerechte Contenterstellung • Kommunikative Möglichkeiten der Digitalisierung 				
Crossmediale Kampagnen und Storytelling	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Crossmediale Kommunikation im Social Web • Storytelling online • Crossmediale Kampagnen 				
Foto und Bildkommunikation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • technische, inhaltliche und ästhetische Kriterien von Bildern • Fotoworkshop • rechtliche Rahmenbedingungen 				
Strategisches Change Management	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Strategieentwicklung im Rahmen von Change-Projekten • Betriebswirtschaftliche Aspekte • Corporate Culture 				
Verbales Informationsdesign	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Linguistische Grundlagen • Typografie • Werbliche Sprache 				

Visuelles Informationsdesign	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Standardtechniken der Visualisierung • Geschichtlicher Hintergrund • Qualitätskriterien 				
General Management	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Allgemeine Betriebswirtschaftslehre • Strategisches Management • Rechnungswesen 				
Kommunikationskompetenz als Führungsinstrument	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Führungskonzepte • Gesprächsführung und Verhandlungstechniken • Konfliktbearbeitung 				
PR-Konzeption	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Konzeptionshandwerkszeug • Praktische Erstellung eines PR-Konzepts • Präsentation vor einem Auftraggeber 				
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 Projektarbeit	8	2	2	50
Projektarbeit		9	9	225
Gesamt	288		60	1500

§ 9. Lehrveranstaltungen

- (1) Die Lehrveranstaltungen sind von der Lehrgangsleitung jeweils für einen Lehrgangstart 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 Lehrziels mittels geeigneter Unterrichtsmaterialien sicherzustellen. Die Aufgliederung der Fernstudieneinheiten ist den Studierenden vor Beginn der Lehrveranstaltung in geeigneter Weise bekannt zu machen.

§ 10. Prüfungsordnung

- (1) Die Studierenden haben eine Abschlussprüfung abzulegen.
- (2) Diese Abschlussprüfung besteht aus folgenden Prüfungen:
 - a) Vier (4) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen und/oder Hausarbeiten aus den Pflichtfächern
 - b) Drei (3) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen und/oder Hausarbeiten aus den Wahlfächern
 - c) Einer (1) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfung und/oder Hausarbeit aus dem „Seminar zur Projektarbeit“
 - d) Einer (1) schriftlichen Arbeit als „Projektarbeit“.
- (3) Die Projektarbeit ist als Hausarbeit eigenständig zu verfassen und nach positiver Beurteilung mündlich zu verteidigen. Das Thema der Projektarbeit ist den Pflichtfächern des Universitätslehrgangs zu entnehmen. Die Studierenden sind berechtigt, ein Thema vorzuschlagen oder aus einer Anzahl von Vorschlägen auszuwählen.
- (4) Mit der Koordinierung der Prüfungen und der Projektarbeit 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 (MSc, AE, CP)
 - Communications MBA
 - Digitaler Journalismus, CP
 - Digitale Kommunikation (MSc, AE, CP)
 - Fernstudium Public Relations
 - PR Professional Basic, CP
 - Informationsdesign (MA, AE, CP)
 - Informations- und Datenvisualisierung, CP
 - Innovationsmanagement (MSc, AE, CP)
 - Integrated Management Systems, MBA
 - Internationales Projektmanagement (MSc, AE, CP)
 - International Project Management, AE
 - Integrierte Krisenkommunikation, CP
 - Interne und Change-Kommunikation (MSc Advanced, MSc, CP)
 - Kommunikation mit Medien und Öffentlichkeit, CP
 - Kommunikation und Management (MSc Advanced, MSc, AE, CP)
 - Lean Operations Management (MSc, AE, CP)
 - Methodische Öffentlichkeitsarbeit, CP
 - Organisational Communications MSc
 - Politische Kommunikation (MSc, AE, CP)
 - Printjournalismus, CP
 - Professional MSc
 - Professional MSc - Vertiefung Technische Kommunikation
 - Professional MSc - Vertiefung Wissensmanagement
 - Professional MSc - Vertiefung Bibliotheks- und Informationsmanagement
 - PR dual, AE
 - PR: Gesundheitskommunikation (MSc Advanced, MSc, CP)
 - Prozessmanagement (MSc, AE, CP)
 - Qualitätsjournalismus (MA, AE)
 - Qualitätsmanagement (MSc, AE, CP)
 - Radiojournalismus, CP
 - Risikomanagement, MSc
 - Risikomanagement, CP
 - Strategisches Informationsmanagement (MSc, AE, CP)
 - Strategische Kommunikation und PR (MSc, CP)
 - Technische Kommunikation und Medienmanagement, MSc
 - TV-Produktion, CP
 - Wirtschaftskommunikation, AE
 - Wissensmanagement (MSc, CP)

§ 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 Universitätslehrganges
- und Umsetzung der aufgezeigten Verbesserungspotentiale.

§ 12. Abschluss

- 1) Nach erfolgreicher Ablegung der Abschlussprüfung ist den Studierenden ein Abschlussprüfungszeugnis auszustellen.
- 2) Den AbsolventInnen ist die akademische Bezeichnung „Akademische/r Experte/in für Strategische Kommunikation und PR“ zu verleihen.

§ 13. Inkrafttreten

Das vorliegende Curriculum tritt mit dem ersten Tag des Monats in Kraft, der auf die Kundmachung folgt.

46. Einrichtung des Universitätslehrganges „Strategische Kommunikation und PR AE“ (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung)

Aufgrund des Curriculums über den Universitätslehrgang „Strategische Kommunikation und PR AE“ und der Stellungnahme des Rektorats vom 17.02.2020 wird der Universitätslehrgang an der Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung eingerichtet.

47. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang „Strategische Kommunikation und PR AE“

Der Lehrgangsbeitrag für den Universitätslehrgang „Strategische Kommunikation und PR AE“ wird mit € 9.900,- festgelegt.

Mag. Friedrich Faulhammer
Rektor

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