

2017 / Nr. 43 vom 23. Mai 2017

Der Senat hat in der Sitzung vom 9. Mai 2017 die Änderungen folgender Verordnungen genehmigt. Das Rektorat hat diese Änderungen nicht untersagt.

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

**Vormals: „Social Media and Global Communication CP“
(Fakultät für Wirtschaft und Gesundheit, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)**

117. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrgangs „Digitale Kommunikation MSc“ der Donau-Universität Krems

**Vormals: „Social Media and Global Communication MSc“
(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)**

118. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrgangs „Strategische Kommunikation und PR CP“

**Vormals: „PR und Integrierte Kommunikation CP“
(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)**

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

**Vormals: „PR und Integrierte Kommunikation MSc“
(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)**

120. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Kommunikation und Management CP“

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

121. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Kommunikation und Management MSc“

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

122. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Integrierte Krisenkommunikation CP“

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

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

§ 1. Weiterbildungsziel

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

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

Lernergebnisse:

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

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

§ 2. Studienform

Der Universitätslehrgang wird als berufsbegleitendes Studium angeboten.

§ 3. 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. Wissenschaftlicher Beirat

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

§ 5. Dauer

Der Universitätslehrgang umfasst berufsbegleitend zwei (2) Semester.

§ 6. Zulassungsvoraussetzungen

- 1) Voraussetzung für die Zulassung zum Universitätslehrgang ist
 - a) ein abgeschlossenes österreichisches Hochschulstudium oder

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

§ 7. Nachweis der Unterrichtssprache

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

§ 8. Studienplätze

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

§ 9. Zulassung

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

§ 10. Unterrichtsprogramm

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

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

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

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

§ 11. Lehrveranstaltungen

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

§ 12. Prüfungsordnung

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

- c) Einer (1) schriftlichen Abschlussarbeit
- (3) Die Abschlussarbeit ist als Hausarbeit zu erstellen. Das Thema der Abschlussarbeit ist den lehrgangsspezifischen Fächern zu entnehmen. Die/der Studierende ist berechtigt, ein Thema vorzuschlagen oder aus einer Anzahl von Vorschlägen auszuwählen.
- (4) Mit der Koordinierung der Prüfungen und der Abschlussarbeit ist die Lehrgangsleitung beauftragt.
- (5) Leistungen, die an universitären oder außeruniversitären Einrichtungen erbracht wurden, können anerkannt werden, wenn eine Gleichwertigkeit dieser Leistungen vorliegt.
- (6) Leistungen aus folgenden Universitätslehrgängen der Donau-Universität Krems sind bei Gleichwertigkeit anzuerkennen:
- Change Management (AE, CP)
 - Change Management MSc
vormals: Change Management MSc / Veränderungsmanagement MSc
 - Communications MBA
 - Digitaler Journalismus CP
 - Digitale Kommunikation (Advanced MSc, MSc)
vormals: Social Media and Global Communication (Advanced MSc, MSc)
 - Fernsehjournalismus
 - Fernstudium Public Relations
 - Fernstudium Communications Master of Science (MSc)
 - Informationsdesign (MA, AE, CP)
 - Informations- und Datenvisualisierung CP
 - Innovationsmanagement (MSc, AE, CP)
 - Integrated Management Systems MBA
vormals: Integrated Management Systems MBA/Integrierte Managementsysteme MBA
 - Internationales Informations- und Kommunikationssystemmanagement MSc
 - Internationales Projektmanagement (MSc, AE,CP)
vormals: International Project Management MSc / Internationales Projektmanagement MSc sowie International Project Management (AE,CP)
 - Integrierte Krisenkommunikation (CP)
 - Interne und Change-Kommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
 - Kommunikation mit Medien und Öffentlichkeit CP
 - Kommunikation und Management (Advanced MSc, MSc, AE, CP)
 - Lean Operations Management (MSc, AE, CP)
 - Methodische Öffentlichkeitsarbeit (CP)
 - Printjournalismus CP
 - Professional MSc
 - Prozessmanagement (MSc, AE, CP)
 - PR dual (AE)
 - PR Professional Basic CP
 - PR: Gesundheitskommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
 - Qualitätsjournalismus MA
 - Qualitätsmanagement (MSc, AE, CP)
 - Radiojournalismus CP
 - Risikomanagement MSc
vormals: Risk Management MSc / Risikomanagement MSc
 - Strategisches Informationsmanagement (MSc, AE, CP)
 - Strategische Kommunikation und PR (Advanced MSc, MSc, CP)
vormals: PR und Integrierte Kommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
 - Technische Kommunikation und Medienmanagement MSc

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

§ 13. Evaluation und Qualitätsverbesserung

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

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

§ 14. Abschluss

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

§ 15. Inkrafttreten

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

§ 16. Übergangsbestimmungen

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

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

117. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrgangs „Digitale Kommunikation MSc“ der Donau-Universität Krems

Vormals: „Social Media and Global Communication MSc“

(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 werden nach Abschluss des Lernprozesses in der Lage sein,

- fundiertes Basiswissen zu allen relevanten Feldern der digitalen Kommunikation und Kommunikationswissenschaft zu beschreiben und darauf aufbauend Kommunikationsstrategien zu entwickeln.
- digitale Kommunikation in der Medientheorie einzuordnen und sie als integralen Bestandteil von Kommunikationsstrategien zu klassifizieren.
- kommunikative Herausforderungen zu analysieren, zu bewerten und gegebenenfalls Lösungsstrategien zu entwerfen und umzusetzen.
- Geschäftsmodelle im Social-Web zu identifizieren und abzuwägen.
- die rechtlichen Rahmenbedingungen im Bereich der Kommunikation – und als Digital ManagerIn im Speziellen – einzuschätzen und Fragestellungen einzuordnen.
- die Wirkung von Stories und Bildern zu entsinnen und diese Instrumente-zielgenau einzusetzen.

§ 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 Universitätslehrgangs, soweit sie nicht anderen Organen zugeordnet sind.

§ 4. Wissenschaftlicher Beirat

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

§ 5. Dauer

Der Universitätslehrgang umfasst berufsbegleitend vier (4) Semester.

§ 6. 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 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 dem Abs. 1a gleichzuhaltende Qualifikation erreicht wird. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.
- 2) Zusätzlich sind im Aufnahmeverfahren Aufnahmegespräche zu führen, in denen die Lehrgangsleitung gemeinsam mit den BewerberInnen die Auswahl der Wahlfächer vornimmt und in einem „Learning Agreement“ festhält.

§ 7. Nachweis der Unterrichtssprache

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

§ 8. Studienplätze

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

- 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 §6 (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 MindestteilnehmerInnenzahl angeboten.

Fächer	UE	ECTS-Punkte/Fach	ECTS-Punkte gesamt	Workload
Pflichtfächer			35	875
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 				
Seminar zu aktuellen Kommunikationsthemen	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • aktuelle Entwicklungen • State-of-the-art Instrumente • 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				
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 inkl. Vorgehensmodelle zur Einführung 				
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	4	100
Master Thesis		16	16	400
Gesamt	416		90	2250

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

§ 11. Lehrveranstaltungen

- (1) Die Lehrveranstaltungen sind von der 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 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) Fünf (5) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen und/oder Hausarbeiten aus den Pflichtfächern
 - b) Fünf (5) 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 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 Universitätslehrgängen der Donau-Universität Krems sind bei Gleichwertigkeit anzuerkennen:
- Change Management (AE, CP)
 - Change Management MSc
vormals: Change Management MSc / Veränderungsmanagement MSc
 - Communications MBA
 - Digitaler Journalismus CP
 - Digitale Kommunikation (Advanced MSc, CP)
vormals: Social Media and Global Communication (Advanced MSc, CP)
 - Fernsehjournalismus
 - Fernstudium Public Relations
 - Fernstudium Communications Master of Science (MSc)
 - Informationsdesign (MA, AE, CP)
 - Informations- und Datenvisualisierung CP
 - Innovationsmanagement (MSc, AE, CP)
 - Integrated Management Systems MBA
vormals: Integrated Management Systems MBA/Integrierte Managementsysteme MBA
 - Internationales Informations- und Kommunikationssystemmanagement MSc
 - Internationales Projektmanagement (MSc, AE,CP)
vormals: International Project Management MSc / Internationales Projektmanagement MSc sowie International Project Management (AE,CP)
 - Integrierte Krisenkommunikation (CP)
 - Interne und Change-Kommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
 - Kommunikation mit Medien und Öffentlichkeit CP
 - Kommunikation und Management (Advanced MSc, MSc, AE, CP)
 - Lean Operations Management (MSc, AE, CP)
 - Methodische Öffentlichkeitsarbeit (CP)
 - Printjournalismus CP
 - Professional MSc
 - Prozessmanagement (MSc, AE, CP)
 - PR dual (AE)
 - PR Professional Basic CP
 - PR: Gesundheitskommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
 - Qualitätsjournalismus MA
 - Qualitätsmanagement (MSc, AE, CP)
 - Radiojournalismus CP
 - Risikomanagement MSc
vormals: Risk Management MSc / Risikomanagement MSc
 - Strategisches Informationsmanagement (MSc, AE, CP)
 - Strategische Kommunikation und PR (Advanced MSc, MSc, CP)
vormals: PR und Integrierte Kommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
 - Technische Kommunikation und Medienmanagement MSc
 - TV-Produktion CP
 - Wirtschaftskommunikation AE
vormals: Wirtschaftsjournalismus (AE)
 - Wissensmanagement (MSc, AE, CP)

§ 13. Evaluation und Qualitätsverbesserung

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

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

§ 14. Abschluss

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

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

§ 15. Inkrafttreten

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

§ 16. Übergangsbestimmungen

Studierende, die vor WS 2014/15 zugelassen wurden, haben bis 30. Nov. 2017 noch die Möglichkeit nach der Verordnung vom Mitteilungsblatt 111/2013 abzuschließen. Sie können nach Rücksprache und Genehmigung durch die Lehrgangsleitung jedoch das Studium auch nach der vorliegenden Verordnung absolvieren.

Studierende, die ab WS 2014/15 und vor WS 2017/2018 zugelassen wurden, schließen nach der Verordnung veröffentlicht im Mitteilungsblatt 66/29.08.2014 ab. Diese Verordnung tritt mit 31.12.2021 außer Kraft.

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

118. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrgangs „Strategische Kommunikation und PR CP“

Vormals: „PR und Integrierte Kommunikation CP“

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

§ 1. Weiterbildungsziel

Der Universitätslehrgang versteht sich als intensives, fachspezifisches Kurzstudium im Bereich Public Relations. Es hat das Ziel, den Studierenden Fachkenntnisse in der internen Kommunikation, der externen Kommunikation sowie im integrierten Kommunikationsmanagement zu vermitteln. Die Studierenden werden darauf vorbereitet, das Planen und Umsetzen von Kommunikationszielen, -strategien und -maßnahmen professionell im eigenen Arbeitsumfeld anzuwenden. Darüber hinaus sind sie in der Lage, das im Studium erworbene Wissen im Sinne eines Know-How-Transfers an MitarbeiterInnen und Vorgesetzte weiterzugeben.

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 werden nach Abschluss des Lernprozesses in der Lage sein,

- fundiertes Basiswissen zu Kommunikationswissenschaft, Integrierter Kommunikation und Public Relations anzuwenden und können darauf aufbauend geeignete Kommunikationsstrategien sowie Kommunikationsmaßnahmen ~~in der~~ entwickeln.
- Instrumente der Medienarbeit zielgerichtet zu planen und anzuwenden.
- für Unternehmen, Organisationen oder Einzelpersonen Krisenkommunikation zu planen, umzusetzen und zu evaluieren.
- die rechtlichen-Rahmenbedingungen der professionellen Public Relations einzuordnen und die Interessen eines Unternehmens oder einer Organisation auf der Grundlage geltender Gesetze einzuschätzen.

§ 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 Universitätslehrgangs, soweit sie nicht anderen Organen zugeordnet sind.

§ 4. Wissenschaftlicher Beirat

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

§ 5. Dauer

Der Universitätslehrgang umfasst berufsbegleitend zwei (2) Semester.

§ 6. Zulassungsvoraussetzungen

(1) Voraussetzung für die Zulassung zum Universitätslehrgang ist

- a. ein abgeschlossenes österreichisches Hochschulstudium oder
- b. ein nach Maßgabe ausländischer Studienvorschriften abgeschlossenes gleichwertiges Hochschulstudium oder
- c. Vorliegen der allgemeinen Universitätsreife und mindestens zwei (2) Jahre studienrelevante, qualifizierte Berufserfahrung in adäquater Position. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.
- d. Ohne Vorliegen der allgemeinen Universitätsreife mindestens fünf (5) Jahre Berufserfahrung, davon mindestens drei (3) Jahre studienrelevante, qualifizierte Berufserfahrung in adäquater Position. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.

(2) Zusätzlich sind im Aufnahmeverfahren Aufnahmegespräche zu führen, in denen die Lehrgangsleitung gemeinsam mit den BewerberInnen die Auswahl der Wahlfächer vornimmt und in einem „Learning Agreement“ festhält.

§ 7. Nachweis der Unterrichtssprache

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

§ 8. Studienplätze

(1) Die Zulassung zum Universitätslehrgang erfolgt jeweils nach Maßgabe vorhandener Studienplätze.

(2) Die Höchstzahl an Studienplätzen, die jeweils für einen Lehrgangsstart zur Verfügung stehen, ist von der Lehrgangsleitung nach pädagogischen und organisatorischen Gesichtspunkten festzusetzen.

§ 9. Zulassung

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

§ 10. Unterrichtsprogramm

(1) Es sind insgesamt ein (1) Pflichtfach und drei (3) Wahlfächer zu absolvieren.

(2) Es müssen zwei Wahlfächer aus der „Wahlfachgruppe A“ (mit thematischem Bezug zum Lehrgangsthema) absolviert werden, sowie ein Wahlfach aus der „Wahlfachgruppe B“.

(3) Die Auswahl sämtlicher Wahlfächer muss durch die Lehrgangsleitung genehmigt werden.

(4) Die im Rahmen des Unterrichtsprogramms des Universitätslehrgangs angebotenen Wahlfächer werden nach Maßgabe der organisatorischen Rahmenbedingungen bzw. vorbehaltlich der Anzahl der MindestteilnehmerInnen angeboten.

Fächer	UE	ECTS-Punkte/Fach	ECTS-Punkte gesamt	Workload
Pflichtfächer			7	175
Grundlagen der Kommunikation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Modelle und Theorien der Kommunikationswissenschaft • Public Relations, Marketing und Werbung • Kommunikationspsychologie und persuasives Marketing 				
Wahlfächer:			21	525
Wahlfachgruppe A				
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 				
Wahlfachgruppe B				
Anwendungsfelder der Organisationskommunikation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Strategische Kommunikation in, über und von Organisationen • Medienarbeit • PR-Konzeption und Kampagnen 				
Arbeitsfelder im Journalismus	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Darstellungsformen im quattromedialen Kontext • Journalistische Ressorts • Aktuelle Herausforderungen im Berufsfeld Journalismus 				

Führungskommunikation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Kommunikationskompetenz als Führungsinstrument • Kommunikation von schwierigen Unternehmensentscheidungen • Präsenz, Authentizität und Wirkung in der Kommunikation 				
Anwendungsfelder digitaler Medien	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Technologien und Tools digitaler Kommunikation • Strategisches Online-Marketing • Crossmediale Kommunikation 				
Ausgewählte Themen der Wirtschaftswissenschaften	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Management für Führungskräfte • Strategisches Leadership • Wirtschaftliche Einflussfaktoren auf Organisationen 				
Managementsysteme in wissensorientierten Organisationen	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Arten von Managementsystemen (Prozess, Qualität, Risiko, etc.) • Standards und Normen für Managementsysteme • Einführung von Managementsystemen 				
Methoden der Operational Excellence	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Methoden zur Messung und Steigerung der Leistungsfähigkeit einer Organisation • Förderung innovativer Organisationskultur • Organisatorische Verankerung nachhaltiger Verbesserungen 				
Gesellschaftlicher und politischer Wandel	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Finanzierung von Unternehmen und Staat • Gesellschaftspolitische Rahmenbedingungen für Kommunikation • Anwendungsfelder der politischen Kommunikation 				
Informationssysteme und Digitale Transformation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Methoden und Tools im Umgang mit strukturierten und unstrukturierten Daten und Information • Information Governance zum Aufbau einer Informationsmanagementstrategie • Herausforderungen durch die digitale Transformation in Organisationen 				
Kognition und Kreativität	40	7		

<ul style="list-style-type: none"> • Neuromanagement und emotionale Intelligenz • Kreativität und Innovation • Theorien, Phänomene und Prozesse menschlicher Informationsverarbeitung 				
Anwendungsfelder im Informationsdesign	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Verbales, visuelles und komplexes Informationsdesign in realen und virtuellen Räumen • Usability und User-Centered Design • Daten- und Informationsvisualisierung 				
Transdisziplinäre Methoden	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Komplexität und Systemdynamik • Agent-based modeling • Angewandte Methoden der Transdisziplinarität 				
Abschlussarbeit		2	2	50
Gesamt	160		30	750

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

§ 11. Lehrveranstaltungen

(1) Die Lehrveranstaltungen sind von der Lehrgangsführung jeweils für einen Universitätslehrgang vor dessen Beginn in Form von Vorlesungen, Übungen, Seminaren oder Fernstudieneinheiten festzulegen und in geeigneter Form kundzumachen. Geringfügige organisationsbedingte Abweichungen hiervon sind zulässig.

(2) Lehrveranstaltungen können, sofern pädagogisch und didaktisch zweckmäßig, als Fernstudieneinheiten angeboten werden. Dabei ist die Erreichung des Lehrzieles durch die planmäßige Abfolge von Präsenz-Unterricht und Selbststudium der Studierenden mittels geeigneter Lehrmaterialien sicherzustellen. Die Aufgliederung der Fernstudieneinheiten auf Präsenz-Unterricht und Selbststudium, der Stundenplan und die vorgesehenen Lernmaterialien sind den Studierenden vor Beginn der Lehrveranstaltung in geeigneter Weise bekannt zu machen.

§ 12. Prüfungsordnung

(1) Die Studierenden haben eine Abschlussprüfung abzulegen.

(2) Diese Abschlussprüfung besteht aus folgenden Prüfungen:

- a) Einer (1) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfung und/oder Hausarbeit aus dem Pflichtfach
- b) Drei (3) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen und/oder Hausarbeiten aus den Wahlfächern
- c) Einer (1) schriftlichen Abschlussarbeit

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

- Strategisches Informationsmanagement (MSc, AE, CP)
- Strategische Kommunikation und PR (Advanced MSc, MSc)
vormals: PR und Integrierte Kommunikation (Advanced MSc, MSc)
- Technische Kommunikation und Medienmanagement MSc
- TV-Produktion CP
- Wirtschaftskommunikation AE
vormals: Wirtschaftsjournalismus (AE)
- Wissensmanagement (MSc, AE, CP)

§ 13. Evaluation und Qualitätsverbesserung

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

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

§ 14. Abschluss

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

§ 15. Inkrafttreten

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

§ 16. Übergangsbestimmungen

Studierende, die vor dem WS 2014/15 zugelassen wurden, schließen nach der Verordnung, veröffentlicht im Mitteilungsblatt 110/27.11.2013 ab. Diese Verordnung tritt mit 30.11.2017 außer Kraft.

Studierende, die vor dem WS 2017/2018 zugelassen wurden, schließen nach der Verordnung, veröffentlicht im Mitteilungsblatt 57/21.07.2014 ab. Diese Verordnung tritt mit 31.12.2021 außer Kraft.

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

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

**Vormals: „PR und Integrierte Kommunikation MSc“
(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)**

§ 1. Weiterbildungsziel

Der Universitätslehrgang hat das Ziel, die Studierenden zu vielseitig kompetenten und interdisziplinär handelnden KommunikationsmanagerInnen weiterzubilden. Das Fundament des Lehrplans bildet das kommunikationswissenschaftliche Konzept der Integrierten Kommunikation. Gemeint ist die strategische Vernetzung aller Kommunikations-Disziplinen (z.B. Public Relations, Corporate Identity, Marketing, Werbung), Kommunikations-Instrumenten und -Kanälen in zeitlicher, formaler und inhaltlicher Hinsicht mit dem Ziel eines konsistenten, überzeugenden Erscheinungsbilds von Unternehmen, Organisationen oder Personen. Unter diesem Leitgedanken vermitteln ExpertInnen aus der Kommunikationswissenschaft wie auch der Kommunikationspraxis Modelle und Theorien der Kommunikationswissenschaft, Disziplinen, Strategien und Instrumente der Public Relations und der Organisationskommunikation sowie Kompetenzen im Bereich Recht. Die Studierenden werden auf anspruchsvolle 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 werden nach Abschluss des Lernprozesses in der Lage sein,

- fundiertes Basiswissen zu Kommunikationswissenschaft, Integrierter Kommunikation und Public Relations anzuwenden und können darauf aufbauend geeignete Kommunikationsstrategien sowie Kommunikationsmaßnahmen entwickeln.
- kommunikative Herausforderungen in einem Unternehmen bzw. einer Organisation zu analysieren, zu bewerten und daraus geeignete Handlungsoptionen abzuleiten.
- die Grundlagen der strategischen Kommunikation und der Unternehmenskommunikation zu benennen und deren Umsetzung im sinnvollen Zusammenspiel mit der Führung eines Unternehmen zu planen.
- für Unternehmen, Organisationen oder Einzelpersonen Medienarbeit, Krisenkommunikation und zahlreiche weitere Teildisziplinen der professionellen Public Relations zu planen, umzusetzen und zu evaluieren.
- die rechtlichen Rahmenbedingungen der professionellen Public Relations einzuordnen und die Interessen eines Unternehmens oder einer Organisation auf der Grundlage geltender Gesetze einzuschätzen.
- zu bewerten, welche Themen eines Unternehmens/einer Organisation

allenfalls ein Anlass für Krisenkommunikation und gezieltes Reputationsmanagement sind und welche Dialog-Instrumente dafür in Frage kommen.

§ 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 Universitätslehrgangs, soweit sie nicht anderen Organen zugeordnet sind.

§ 4. Wissenschaftlicher Beirat

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

§ 5. Dauer

Der Universitätslehrgang umfasst berufsbegleitend vier (4) Semester.

§ 6. 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 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 dem Abs. 1a gleichzuhaltende Qualifikation erreicht wird. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.

2) Zusätzlich sind im Aufnahmeverfahren Aufnahmegespräche zu führen, in denen die Lehrgangsleitung gemeinsam mit den BewerberInnen die Auswahl der Wahlfächer vornimmt und in einem „Learning Agreement“ festhält.

§ 7. Nachweis der Unterrichtssprache

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

§ 8. Studienplätze

(1) Die Zulassung zum Universitätslehrgang erfolgt jeweils nach Maßgabe vorhandener Studienplätze.

(2) Die Höchstzahl an Studienplätzen, die jeweils für einen Lehrgangsstart zur Verfügung stehen, ist von der Lehrgangsleitung nach pädagogischen und organisatorischen Gesichtspunkten festzusetzen.

§ 9. Zulassung

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

§ 10. Unterrichtsprogramm

1) Es sind insgesamt 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 §6 (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 MindestteilnehmerInnenzahl angeboten.

Fächer	UE	ECTS-Punkte/Fach	ECTS-Punkte gesamt	Workload
Pflichtfächer			35	875
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 				

Seminar zu aktuellen Kommunikationsthemen	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> aktuelle Entwicklungen State-of-the-art Instrumente 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				
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 Master Thesis	16	4	4	100
Master Thesis		16	16	400
Gesamt	416		90	2250

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

§ 11. Lehrveranstaltungen

(1) Die Lehrveranstaltungen sind von der Lehrgangsführung jeweils für einen 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 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) Fünf (5) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen und/oder Hausarbeiten aus den Pflichtfächern
- b) Fünf (5) 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 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 anzuerkennen:

- Change Management (AE, CP)
- Change Management MSc
vormals: Change Management MSc / Veränderungsmanagement MSc
- Communications MBA
- Digitaler Journalismus CP
- Digitale Kommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
vormals: Social Media and Global Communication (Advanced MSc, MSc, CP)
- Fernsehjournalismus
- Fernstudium Public Relations
- Fernstudium Communications Master of Science (MSc)
- Informationsdesign (MA, AE, CP)
- Informations- und Datenvisualisierung CP
- Innovationsmanagement (MSc, AE, CP)
- Integrated Management Systems MBA
vormals: Integrated Management Systems MBA/Integrierte Managementsysteme MBA
- Internationales Informations- und Kommunikationssystemmanagement MSc
- Internationales Projektmanagement (MSc, AE,CP)
vormals: International Project Management MSc / Internationales Projektmanagement MSc sowie International Project Management (AE,CP)
- Integrierte Krisenkommunikation (CP)
- Interne und Change-Kommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
- Kommunikation mit Medien und Öffentlichkeit CP

- Kommunikation und Management (Advanced MSc, MSc, AE, CP)
- Lean Operations Management (MSc, AE, CP)
- Methodische Öffentlichkeitsarbeit (CP)
- Printjournalismus CP
- Professional MSc
- Prozessmanagement (MSc, AE, CP)
- PR dual (AE)
- PR Professional Basic CP
- PR: Gesundheitskommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
- Qualitätsjournalismus MA
- Qualitätsmanagement (MSc, AE, CP)
- Radiojournalismus CP
- Risikomanagement MSc
vormals: Risk Management MSc / Risikomanagement MSc
- Strategisches Informationsmanagement (MSc, AE, CP)
- Strategische Kommunikation und PR (Advanced MSc, CP)
vormals: PR und Integrierte Kommunikation (Advanced MSc, CP)
- Technische Kommunikation und Medienmanagement MSc
- TV-Produktion CP
- Wirtschaftskommunikation AE
vormals: Wirtschaftsjournalismus (AE)
- Wissensmanagement (MSc, AE, CP)

§ 13. Evaluation und Qualitätsverbesserung

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

(2) Die bei der Evaluation aufgezeigten Verbesserungspotentiale sind nach Maßgabe der Möglichkeiten von der 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 2017/18 in Kraft.

§ 16. Übergangsbestimmungen

Studierende, die vor WS 2014/15 zugelassen wurden, haben bis 30. Nov. 2017 noch die Möglichkeit, nach der Verordnung vom MBL110/13 abzuschließen.

Studierende, die ab WS 2014/15 und vor WS 2017/2018 zugelassen wurden, schließen nach der Verordnung, veröffentlicht im MBL 57/14 vom 21.07.2014 ab. Diese Verordnung tritt mit 31.12.2021 außer Kraft.

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

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

§ 1. Weiterbildungsziel

Der Universitätslehrgang versteht sich als intensives Kurzstudium zu den Fachbereichen Kommunikation und Management und hat das Ziel, den Studierenden die Verbindung zwischen diesen Disziplinen innerhalb Organisationen zu vermitteln. Das Thema Führung wird aus der Perspektive verschiedener Forschungsrichtungen betrachtet, wobei die Kommunikationswissenschaft einen besonderen Stellenwert einnimmt. Um die Interdisziplinarität zu vertiefen, werden darüber hinaus die Grundlagen der angewandten Betriebswirtschaft gelehrt.

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 verknüpft, dass damit eine Kompetenzentwicklung auf hohem Niveau gewährleistet wird.

Lernergebnisse:

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

- fundiertes Basiswissen zu Kommunikationswissenschaft, Integrierter Kommunikation und Management anzuwenden und können darauf aufbauend geeignete Kommunikationsstrategien sowie Managementinstrumente entwickeln.
- kommunikative Herausforderungen und Managementaufgaben in einem Unternehmen bzw. einer Organisation zu analysieren, zu bewerten und daraus geeignete Handlungsoptionen abzuleiten.
- fachlich zu bewerten, welche Themen eines Unternehmens/einer Organisation allenfalls gesellschaftspolitische Bedeutung haben und welche Kommunikationsinstrumente dafür in Frage kommen.

§ 2. Studienform

Der Universitätslehrgang wird als berufsbegleitendes Studium angeboten.

§ 3. Lehrgangsführung

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

§ 4. Wissenschaftlicher Beirat

Am Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement kann ein wissenschaftlicher Beirat eingerichtet werden, der die Lehrgangsführung in der fachlichen Weiterentwicklung unterstützt.

§ 5. Dauer

Der Universitätslehrgang umfasst berufsbegleitend zwei (2) Semester.

§ 6. Zulassungsvoraussetzungen

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

§ 7. Nachweis der Unterrichtssprache

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

§ 8 Studienplätze

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

§ 9. Zulassung

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

§ 10. Unterrichtsprogramm

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

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

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

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

§ 11. Lehrveranstaltungen

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

§ 12. Prüfungsordnung

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

- c) Einer (1) schriftlichen Abschlussarbeit
- (3) Die Abschlussarbeit ist als Hausarbeit zu erstellen. Das Thema der Abschlussarbeit ist den lehrgangsspezifischen Fächern zu entnehmen. Die/der Studierende ist berechtigt, ein Thema vorzuschlagen oder aus einer Anzahl von Vorschlägen auszuwählen.
- (4) Mit der Koordinierung der Prüfungen und der Abschlussarbeit ist die Lehrgangsleitung beauftragt.
- (5) Leistungen, die an universitären oder außeruniversitären Einrichtungen erbracht wurden, können anerkannt werden, wenn eine Gleichwertigkeit dieser Leistungen vorliegt.
- (6) Leistungen aus folgenden Universitätslehrgängen der Donau-Universität Krems sind bei Gleichwertigkeit anzuerkennen:
- Change Management (AE, CP)
 - Change Management MSc
vormals: Change Management MSc / Veränderungsmanagement MSc
 - Communications MBA
 - Digitaler Journalismus CP
 - Digitale Kommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
vormals: Social Media and Global Communication (Advanced MSc, MSc, CP)
 - Fernsehjournalismus
 - Fernstudium Public Relations
 - Fernstudium Communications Master of Science (MSc)
 - Informationsdesign (MA, AE, CP)
 - Informations- und Datenvisualisierung CP
 - Innovationsmanagement (MSc, AE, CP)
 - Integrated Management Systems MBA
vormals: Integrated Management Systems MBA/Integrierte Managementsysteme MBA
 - Internationales Informations- und Kommunikationssystemmanagement MSc
 - Internationales Projektmanagement (MSc, AE,CP)
vormals: International Project Management MSc / Internationales Projektmanagement MSc sowie International Project Management (AE,CP)
 - Integrierte Krisenkommunikation (CP)
 - Interne und Change-Kommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
 - Kommunikation mit Medien und Öffentlichkeit CP
 - Kommunikation und Management (Advanced MSc, MSc, AE)
 - Lean Operations Management (MSc, AE, CP)
 - Methodische Öffentlichkeitsarbeit (CP)
 - Printjournalismus CP
 - Professional MSc
 - Prozessmanagement (MSc, AE, CP)
 - PR dual (AE)
 - PR Professional Basic CP
 - PR: Gesundheitskommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
 - Qualitätsjournalismus MA
 - Qualitätsmanagement (MSc, AE, CP)
 - Radiojournalismus CP
 - Risikomanagement MSc
vormals: Risk Management MSc / Risikomanagement MSc
 - Strategisches Informationsmanagement (MSc, AE, CP)
 - Strategische Kommunikation und PR (Advanced MSc, MSc, CP)
vormals: PR und Integrierte Kommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
 - Technische Kommunikation und Medienmanagement MSc

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

§ 13. Evaluation und Qualitätsverbesserung

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

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

§ 14. Abschluss

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

§ 15. Inkrafttreten

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

§ 16. Übergangsbestimmungen

Studierende, die vor dem WS 2017/2018 zugelassen wurden, schließen nach der Verordnung veröffentlicht im Mitteilungsblatt 54/16.07.2014 ab. Diese Verordnung tritt mit 31.12.2021 außer Kraft.

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

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

§ 1. Weiterbildungsziel

Der Universitätslehrgang ist eine Weiterbildung in der Kommunikation mit dem Fokus auf Management und hat das Ziel, den Studierenden die Verbindung zwischen den Disziplinen Kommunikation und Management innerhalb Organisationen zu vermitteln. Studierende erhalten die Entwicklungsmöglichkeit zu einer Führungskraft, die interne und externe kommunikative und organisatorische Zusammenhänge versteht und darauf aufbauend Managemententscheidungen treffen kann.

Die Studierenden werden befähigt durch Selbstreflexion ihre Führungskompetenzen auszubauen und den Menschen in den Mittelpunkt ihrer Entscheidungen zu stellen. Das Thema Führung wird aus der Perspektive verschiedener Forschungsrichtungen betrachtet, wobei die Kommunikationswissenschaft einen besonderen Stellenwert einnimmt. Um die Interdisziplinarität zu vertiefen, werden darüber hinaus die Grundlagen der angewandten Betriebswirtschaft gelehrt.

Lernergebnisse:

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

- fundiertes Basiswissen zu Kommunikationswissenschaft, Integrierter Kommunikation und Management anzuwenden und können darauf aufbauend geeignete Kommunikationsstrategien sowie Managementinstrumente entwickeln.
- kommunikative Herausforderungen und Managementaufgaben in einem Unternehmen bzw. einer Organisation zu analysieren, zu bewerten und daraus geeignete Handlungsoptionen abzuleiten.
- die Grundlagen des strategischen Managements einzuordnen und Managementdisziplinen im sinnvollen Zusammenspiel mit der Führung eines Unternehmens umzusetzen.
- fachlich zu bewerten, welche Themen eines Unternehmens/einer Organisation allenfalls gesellschaftspolitische Bedeutung haben und welche Kommunikationsinstrumente dafür in Frage kommen.

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.

§ 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 Universitätslehrgangs, soweit sie nicht anderen Organen zugeordnet sind.

§ 4. Wissenschaftlicher Beirat

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

§ 5. Dauer

Der Universitätslehrgang umfasst berufsbegleitend vier (4) Semester.

§ 6. 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 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 dem Abs. 1a gleichzuhaltende Qualifikation erreicht wird. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.
- 2) Zusätzlich sind im Aufnahmeverfahren Aufnahmegespräche zu führen, in denen die Lehrgangsleitung gemeinsam mit den BewerberInnen die Auswahl der Wahlfächer vornimmt und in einem „Learning Agreement“ festhält.

§ 7. Nachweis der Unterrichtssprache

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

§ 8. Studienplätze

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

- 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 §6 (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 MindestteilnehmerInnenzahl angeboten.

Fächer	UE	ECTS-Punkte/Fach	ECTS-Punkte gesamt	Workload
Pflichtfächer			35	875
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 				
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 				
Management für Führungskräfte	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Problemlösungsansätze • Controlling • Bilanzanalyse 				
Seminar zu aktuellen Kommunikationsthemen	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • aktuelle Entwicklungen • State-of-the-art Instrumente • 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				
Personalmanagement und -führung	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Zentrale HR-Aufgaben • Personal- und Organisationsentwicklung • Führen von Personalgesprächen 				
Studienreise: Leadership and Management	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Entrepreneurship • Business Ethics • Leadership 				
Business Improvisation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und Theorien der Business Improvisation • VUCA-Welten und Arbeitswelten 4.0 • Methoden und Techniken des Improvisationstheaters 				

Organisationsentwicklung	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> Phasen der Organisationsentwicklung Interventionstechniken auf den Ebenen Individuum, Gruppe, Organisation 				
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 				
Intercultural Communication and Competence	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> Interkulturelle Kommunikation Diversity Management Verhaltenskompetenzen in Interkulturellen und internationalen Projektteams 				
Strategische Online-Kommunikation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> Strategien digitaler Kommunikation Social Media Marketing Geschäftsmodelle im Netz 				
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	4	100
Master Thesis		16	16	400
Gesamt	416		90	2250

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

§ 11. Lehrveranstaltungen

- (1) Die Lehrveranstaltungen sind von der 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 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) Fünf (5) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen und/oder Hausarbeiten aus den Pflichtfächern
 - b) Fünf (5) 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 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 Universitätslehrgängen der Donau-Universität Krems sind bei Gleichwertigkeit anzuerkennen:
- Change Management (AE, CP)
 - Change Management MSc
vormals: Change Management MSc / Veränderungsmanagement MSc
 - Communications MBA
 - Digitaler Journalismus CP
 - Digitale Kommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
vormals: Social Media and Global Communication (Advanced MSc, MSc, CP)
 - Fernsehjournalismus
 - Fernstudium Public Relations
 - Fernstudium Communications Master of Science (MSc)
 - Informationsdesign (MA, AE, CP)
 - Informations- und Datenvisualisierung CP
 - Innovationsmanagement (MSc, AE, CP)
 - Integrated Management Systems MBA
vormals: Integrated Management Systems MBA/Integrierte Managementsysteme MBA
 - Internationales Informations- und Kommunikationssystemmanagement MSc
 - Internationales Projektmanagement (MSc, AE,CP)
vormals: International Project Management MSc / Internationales Projektmanagement MSc sowie International Project Management (AE,CP)
 - Integrierte Krisenkommunikation (CP)
 - Interne und Change-Kommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
 - Kommunikation mit Medien und Öffentlichkeit CP
 - Kommunikation und Management (Advanced MSc, AE, CP)
 - Lean Operations Management (MSc, AE, CP)
 - Methodische Öffentlichkeitsarbeit (CP)
 - Printjournalismus CP
 - Professional MSc
 - Prozessmanagement (MSc, AE, CP)
 - PR dual (AE)
 - PR Professional Basic CP
 - PR: Gesundheitskommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
 - Qualitätsjournalismus MA
 - Qualitätsmanagement (MSc, AE, CP)
 - Radiojournalismus CP
 - Risikomanagement MSc
vormals: Risk Management MSc / Risikomanagement MSc
 - Strategisches Informationsmanagement (MSc, AE, CP)

- Strategische Kommunikation und PR (Advanced MSc, MSc, CP)
vormals: PR und Integrierte Kommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
- Technische Kommunikation und Medienmanagement MSc
- TV-Produktion CP
- Wirtschaftskommunikation AE
vormals: Wirtschaftsjournalismus (AE)
- Wissensmanagement (MSc, AE, CP)

§ 13. Evaluation und Qualitätsverbesserung

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

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

§ 14. Abschluss

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

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

§ 15. Inkrafttreten

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

§ 16. Übergangsbestimmungen

Studierende, die vor WS 2017/2018 zugelassen wurden, schließen nach der Verordnung, veröffentlicht im Mitteilungsblatt 54/16.07.2014 ab. Diese Verordnung tritt mit 31.12.2021 außer Kraft.

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

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

§ 1. Weiterbildungsziel

Der Universitätslehrgang „Integrierte Krisenkommunikation CP“ hat das Ziel, den Studierenden wissenschaftlich fundierte, anwendungsorientierte und praktische Kenntnisse der Kommunikation - insbesondere in der Internen Kommunikation und in der Krisenkommunikation im Zusammenspiel mit der externen Kommunikation - zu vermitteln. Der Universitätslehrgang ist interdisziplinär ausgerichtet. Es handelt sich um ein berufsbegleitendes Angebot zum Aufbau und zur Professionalisierung von Handlungskompetenzen im Bereich der Internen Kommunikation und der Krisenkommunikation.

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 werden nach Abschluss des Lernprozesses in der Lage sein,

- die Grundprinzipien der Internen und externen Krisenkommunikation und deren Zusammenspiel anzuwenden.
- für Unternehmen, Organisationen oder Einzelpersonen Krisenkommunikation zu planen, umzusetzen und zu evaluieren.

§ 2. Studienform

Der Universitätslehrgang wird als berufsbegleitendes Studium angeboten. Der Universitätslehrgang „Integrierte Krisenkommunikation CP“ wird in Deutsch, Englisch oder einer anderen Unterrichtssprache abgehalten, die rechtzeitig bekannt gegeben wird.

§ 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. Wissenschaftlicher Beirat

Am Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement besteht ein wissenschaftlicher Beirat, der die Lehrgangsleitung in der fachlichen Weiterentwicklung unterstützt.

§ 5. Dauer

Der Universitätslehrgang umfasst berufsbegleitend ein (1) Semester.

§ 6. Zulassungsvoraussetzungen

- 1) Voraussetzung für die Zulassung zum Universitätslehrgang ist
 - a. ein abgeschlossenes österreichisches Hochschulstudium oder

- b. ein nach Maßgabe ausländischer Studienvorschriften abgeschlossenes gleichwertiges Hochschulstudium oder
- c. Vorliegen der allgemeinen Universitätsreife und mindestens zwei (2) Jahre studienrelevante, qualifizierte Berufserfahrung in adäquater Position. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.
- d. Ohne Vorliegen der allgemeinen Universitätsreife mindestens fünf (5) Jahre Berufserfahrung, davon mindestens drei (3) Jahre studienrelevante, qualifizierte Berufserfahrung in adäquater Position. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.

2) Zusätzlich sind im Aufnahmeverfahren Aufnahmegespräche zu führen, in denen die Lehrgangsleitung gemeinsam mit den BewerberInnen die Auswahl der Wahlfächer vornimmt und in einem „Learning Agreement“ festhält.

§ 7. Nachweis von Sprachkenntnissen

Personen, deren Muttersprache nicht jene Sprache ist, in welcher der Universitätslehrgang abgehalten wird, haben vor ihrer Zulassung gute Kenntnisse der Unterrichtssprache nachzuweisen.

§ 8. Studienplätze

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

§ 9. Zulassung

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

§ 10. Unterrichtsprogramm

Es sind insgesamt ein (1) Pflichtfach und ein (1) Wahlfach zu absolvieren. Die Auswahl des Wahlfachs muss durch die Lehrgangsleitung genehmigt werden, da bei einigen Fächern bestimmte Voraussetzungen zu erfüllen sind. Zusätzlich ist eine schriftliche Abschlussarbeit zu erstellen.

Fächer	Inhalt	UE	ECTS	Summe ECTS	Workload ¹
<i>Pflichtfächer</i>				7	175
Interne Krisenkommunikation und Krisenmanagement	Interne Kommunikation (Ziele, Aufgaben, Werkzeuge), Krisenkommunikation (Potenziale, Strategien), Zusammenspiel interner und externer Kommunikation	40	7		
<i>Wahlfächer²</i>	<i>im Ausmaß von</i>			7	175
Strategische Organisationskommunikation	* Grundlagen und praktische Anwendung von Integrierter Kommunikation und Stakeholder Management * Strategieentwicklung im Bereich Kommunikation * Corporate Citizenship und CSR-Kommunikation	40	7		

Grundlagen im Change Management	<ul style="list-style-type: none"> * Unterschiedliche Veränderungstypen: Optimierung vs. Musterwechsel * Zugänge zum Change Management nach den idealtypischen Kategorien: Lösungsdesign, Prozessdesign, Lerndesign * Change Communication 	40	7		
Grundlagen im Wissensmanagement	<ul style="list-style-type: none"> * Treiber und Motivation für WM * Konzepte und Modelle des WM * Überblick über Methoden des Wissensmanagements inkl. Vorgehensmodelle zur Einführung 	40	7		
Grundlagen im Innovationsmanagement	<ul style="list-style-type: none"> * Einführung in das Fach * Treiber und Motivation für Innovationsmanagement * Konzepte und Modelle des Innovationsmanagements 	40	7		
Teammanagement und Teamdynamik	<ul style="list-style-type: none"> * Grundlagen der Systemtheorie * Teammanagement aus systemischer Sicht * Konflikte in Teams und Organisationen 	40	7		
Grundlagen im Risikomanagement	<ul style="list-style-type: none"> * Basiswissen Risikomanagement * Überblick über Normen * Managementkreisläufe und Managementsysteme 	40	7		
Präsentieren, Beratung, Interview	Präsentationstechniken und -trainings, Beratungssituationen, Interviewtraining, eigene Präsentation durchführen	40	7		
Anwendungsfelder der Organisationskommunikation	<ul style="list-style-type: none"> * Strategische Kommunikation in, über und von Organisationen * Medienarbeit * PR-Konzeption und Kampagnen 	40	7		
Anwendungsfelder digitaler Medien	<ul style="list-style-type: none"> * Technologien und Tools digitaler Kommunikation * Strategisches Online-Marketing * Crossmediale Kommunikation 	40	7		
Arbeitsfelder im Journalismus	<ul style="list-style-type: none"> * Darstellungsformen im quattromedialen Kontext * Journalistische Ressorts * Aktuelle Herausforderungen im Berufsfeld Journalismus 	40	7		

Führungskommunikation	* Kommunikationskompetenz als Führungsinstrument * Kommunikation von schwierigen Unternehmensentscheidungen * Präsenz, Authentizität und Wirkung in der Kommunikation	40	7		
Reflexionsarbeit			1	1	25
Gesamt				15	375

- (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 ist insgesamt ein (1) Wahlfach aus der Liste der Wahlfächer zu absolvieren.

§ 11. Lehrveranstaltungen

- (1) Die Lehrveranstaltungen sind von der Lehrgangsleitung jeweils für einen Lehrgangstart 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:
- Einer (1) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfung und/oder Hausarbeit aus dem Pflichtfach
 - Einer (1) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfung und/oder Hausarbeit aus dem Wahlfach
 - Erstellung und positive Beurteilung der Reflexionsarbeit.
- (3) Mit der Koordinierung der Prüfungen und der Reflexionsarbeit ist die Lehrgangsleitung beauftragt.
- (4) Leistungen, die an universitären oder außeruniversitären Einrichtungen erbracht wurden, können anerkannt werden, wenn eine Gleichwertigkeit dieser Leistungen vorliegt.

§ 13. Evaluation und Qualitätsverbesserung

(1) Die Qualitätskontrolle erfolgt durch regelmäßige Evaluation aller ReferentInnen durch die Studierenden sowie durch eine Befragung der AbsolventInnen nach Beendigung des Universitätslehrgangs.

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

§ 14. Abschluss

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

§ 15. Inkrafttreten

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

Mag. Friedrich Faulhammer
Rektor

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