

2013/ Nr. 110 vom 27. November 2013

Der Senat hat am 12. November 2013 folgende Verordnungen erlassen, das Rektorat hat die Studien eingerichtet.

328. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges PR und Integrierte Kommunikation CP

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

329. Einrichtung des Universitätslehrganges PR und Integrierte Kommunikation CP

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

330. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang PR und Integrierte Kommunikation CP

331. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges PR und Integrierte Kommunikation MSc

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

332. Einrichtung des Universitätslehrganges PR und Integrierte Kommunikation MSc

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

333. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang PR und Integrierte Kommunikation MSc

334. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges PR und Integrierte Kommunikation – Advanced, MSc

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

335. Einrichtung des Universitätslehrganges PR und Integrierte Kommunikation – Advanced, MSc

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

336. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang PR und Integrierte Kommunikation – Advanced, MSc

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

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

338. Einrichtung des Universitätslehrganges Social Media and Global Communication – Advanced, MSc

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

339. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang Social Media and Global Communication – Advanced, MSc

340. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges PR: Gesundheitskommunikation CP

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

341. Einrichtung des Universitätslehrganges PR: Gesundheitskommunikation CP

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

- 342. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den
Universitätslehrgang PR: Gesundheitskommunikation CP**
- 343. Verordnung der Donau-Universität Krems über das
Curriculum des Universitätslehrganges PR:
Gesundheitskommunikation MSc
(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für
Wissens- und Kommunikationsmanagement)**
- 344. Einrichtung des Universitätslehrganges PR:
Gesundheitskommunikation MSc
(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für
Wissens- und Kommunikationsmanagement)**
- 345. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den
Universitätslehrgang PR: Gesundheitskommunikation MSc**
- 346. Verordnung der Donau-Universität Krems über das
Curriculum des Universitätslehrganges PR:
Gesundheitskommunikation – Advanced, MSc
(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für
Wissens- und Kommunikationsmanagement)**
- 347. Einrichtung des Universitätslehrganges PR:
Gesundheitskommunikation – Advanced, MSc
(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für
Wissens- und Kommunikationsmanagement)**
- 348. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den
Universitätslehrgang PR: Gesundheitskommunikation –
Advanced, MSc**
- 349. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den
Universitätslehrgang „Traditionelle Chinesische
Gesundheitspflege (Akademische/r Experte/in)“**

328. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges PR und Integrierte Kommunikation CP (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)

§ 1. Weiterbildungsziel

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

Lernergebnisse:

AbsolventInnen des Universitätslehrgangs

- verfügen über fundiertes Basiswissen zu Kommunikationswissenschaft, Integrierter Kommunikation und Public Relations und können darauf aufbauend geeignete Kommunikationsstrategien sowie Kommunikationsmaßnahmen entwickeln.
- sind in der Lage Instrumente der Medienarbeit zielgerichtet zu planen und anzuwenden
- verstehen es, für Unternehmen, Organisationen oder Einzelpersonen Krisenkommunikation zu planen, umzusetzen und zu evaluieren
- sind mit den rechtlichen und politischen Rahmenbedingungen der professionellen Public Relations vertraut und verstehen es, die Interessen eines Unternehmens oder einer Organisation auf der Grundlage geltender Gesetze zu vertreten

§ 2. Studienform

Der Universitätslehrgang wird als berufsbegleitendes Studium angeboten.

§ 3. Lehrgangsleitung

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

§ 4. Wissenschaftlicher Beirat

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

§ 5. Dauer

Der Universitätslehrgang umfasst berufsbegleitend zwei (2) Semester.

§ 6. Zulassungsvoraussetzungen

Voraussetzungen für die Zulassung zum Universitätslehrgang sind

- a) ein abgeschlossenes österreichisches Hochschulstudium oder
- b) ein nach Maßgabe ausländischer Studienvorschriften abgeschlossenes gleichwertiges Hochschulstudium oder
- c) eine Qualifikation wie folgt:
 - Vorliegen der Universitätsreife (Studienberechtigung) und mindestens zwei (2) Jahre einschlägige, qualifizierte Berufserfahrung in adäquater Position. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.
 - Ohne Vorliegen der Universitätsreife (Studienberechtigung) mindestens fünf (5) Jahre Berufserfahrung. Davon mindestens drei (3) Jahre einschlägige, qualifizierte Berufserfahrung in adäquater Position. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.

§ 7. Deutsch-Nachweis

Personen, deren Muttersprache nicht Deutsch ist, haben vor ihrer Zulassung gute Kenntnisse der deutschen Sprache nachzuweisen.

§ 8. Studienplätze

- (1) Die Zulassung zum Universitätslehrgang erfolgt jeweils nach Maßgabe vorhandener Studienplätze.
- (2) Die Höchstzahl an Studienplätzen, die jeweils für einen Studiengang zur Verfügung stehen, ist von der 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 drei (3) Wahlfächer zu absolvieren. Die Auswahl der Wahlfächer muss durch die Lehrgangsleitung genehmigt werden, da bei einigen Fächern bestimmte Voraussetzungen zu erfüllen sind. Zusätzlich ist eine schriftliche Abschlussarbeit zu erstellen.

	UE	ECTS-Punkte/ Fach	ECTS-Punkte gesamt	Work- load ¹
Pflichtfach			7	175
Integrierte Kommunikation	40	7		
Wahlfächer²			21	525
Management in Kommunikationsberufen	40	7		
Medienarbeit	40	7		
Kommunikation als gesellschaftspolitisches Instrument	40	7		
Krisenkommunikation und Krisenmanagement	40	7		
Abschlussarbeit		2	2	50
Gesamt			30	750

- (1) Der studentische Workload (1 ECTS = 25 Stunden Workload) beinhaltet Präsenzübungseinheiten, Vor- und Nachbereitungen, das Anfertigen von Modul- bzw. Seminararbeiten, Exkursionen, Prüfungsvorbereitungen sowie das eigenständige vertiefende Studium im Unterrichtsfach.
- (2) Die im Rahmen des Unterrichtsprogramms des Universitätslehrgangs angebotenen Wahlfächer werden nach Maßgabe der organisatorischen Rahmenbedingungen bzw. vorbehaltlich der Mindest-Teilnehmeranzahl angeboten. Es sind insgesamt drei (3) Wahlfächer aus der Liste der Wahlfächer zu absolvieren.

§ 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 aus dem Pflichtfach
 - b) Drei (3) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen aus den Wahlfächern
 - c) Einer (1) schriftlichen Abschlussarbeit
- (3) Die Abschlussarbeit ist als Hausarbeit zu erstellen und am Ende des Studiums mündlich zu präsentieren und zu verteidigen. 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 Lehrgängen der Donau-Universität Krems sind bei Gleichwertigkeit **bis zu einem Höchstausmaß von max. 25 Prozent** anzuerkennen:
 - Communication MSc
 - Qualitätsjournalismus, MA
 - PR und Integrierte Kommunikation MSc
 - PR und Integrierte Kommunikation – Advanced, MSc
 - Certified Program Social Media and Global Communication
 - Social Media and Global Communication MSc
 - Social Media and Global Communicatons – Advanced, MSc
 - PR: Gesundheitskommunikation MSc
 - PR: Gesundheitskommunikation MSc – Advanced, MSc
 - Certified Program PR: Gesundheitskommunikation

§ 13. Evaluation und Qualitätsverbesserung

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

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

§ 14. Abschluss

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

§ 15. Inkrafttreten

Das vorliegende Curriculum tritt mit WS 2013/14 in Kraft.

329. Einrichtung des Universitätslehrganges PR und Integrierte Kommunikation CP (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)

Aufgrund des Curriculums über den Universitätslehrgang PR und Integrierte Kommunikation CP und der Stellungnahme des Rektorats vom 26.11.2013 wird der Universitätslehrgang an der Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung eingerichtet.

330. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang PR und Integrierte Kommunikation CP

Der Lehrgangsbeitrag für den Universitätslehrgang PR und Integrierte Kommunikation CP wird mit € 4.800,-- festgelegt.

331. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges PR und Integrierte Kommunikation MSc (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)

§ 1. Weiterbildungsziel

Der Universitätslehrgang „PR und Integrierte Kommunikation MSc“ 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-Instrumente und -Kanäle in zeitlicher, formaler und inhaltlicher Hinsicht mit dem Ziel eines konsistenten, überzeugenden Erscheinungsbild von Unternehmen, Organisationen oder Personen. Unter diesem Leitgedanken vermitteln ExpertInnen aus der Kommunikationswissenschaft wie auch der Kommunikationspraxis Strategien und Instrumente der Public Relations und des Marketings, Kompetenzen im Bereich Recht, Wissen über politische und soziale Systeme sowie Managementfähigkeiten. 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 Lehrgang liegt ein integratives didaktisches Konzept zugrunde, das in Abstimmung auf die zu erreichenden Weiterbildungsziele adäquate mediale Unterstützungsformen in Präsenz- und Online-Phasen kombiniert. Diese werden derart miteinander kombiniert, dass damit eine Kompetenzentwicklung auf hohem Niveau gewährleistet wird.

Lernergebnisse:

AbsolventInnen des Universitätslehrgangs

- verfügen über fundiertes Basiswissen zu Kommunikationswissenschaft, Integrierter Kommunikation und Public Relations und können darauf aufbauend geeignete Kommunikationsstrategien sowie Kommunikationsmaßnahmen in der Unternehmenspraxis entwickeln.
- verstehen es, kommunikative Herausforderungen in einem Unternehmen bzw. einer Organisation zu analysieren, zu bewerten und daraus geeignete Handlungsoptionen ableiten.
- sind mit den Grundlagen des strategischen Managements vertraut und können Unternehmenskommunikation im sinnvollen Zusammenspiel mit der Führung eines Unternehmen umsetzen

- sind in der Lage für Unternehmen, Organisationen oder Einzelpersonen Medienarbeit, Krisenkommunikation und zahlreiche weitere Teildisziplinen der professionellen Public Relations zu planen, umzusetzen und zu evaluieren
- sind mit den rechtlichen und politischen Rahmenbedingungen der professionellen Public Relations vertraut und verstehen es, die Interessen eines Unternehmens oder einer Organisation auf der Grundlage geltender Gesetze zu vertreten
- können fachlich bewerten, welche Themen eines Unternehmens/einer Organisation allenfalls gesellschaftspolitische Bedeutung haben 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 Lehrgangs, soweit sie nicht anderen Organen zugeordnet sind.

§ 4. Wissenschaftlicher Beirat

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

§ 5. Dauer

Der Universitätslehrgang umfasst berufsbegleitend vier (4) Semester.

§ 6. Zulassungsvoraussetzungen

Voraussetzungen für die Zulassung zum Universitätslehrgang sind

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

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

§ 7. Deutsch-Nachweis

Personen, deren Muttersprache nicht Deutsch ist, haben vor ihrer Zulassung gute Kenntnisse der deutschen Sprache nachzuweisen.

§ 8. Studienplätze

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

§ 9. Zulassung

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

§ 10. Unterrichtsprogramm

Es sind insgesamt acht (8) Pflichtfächern (bestehend aus 4 Basisfächern und 4 Vertiefungsfächern) sowie zwei (2) Wahlfächer zu absolvieren.

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

	UE	ECTS-Punkte/ Fach	ECTS-Punkte gesamt	Work- load ¹
Pflichtfächer			56	1400
Kommunikation und Wissenschaft	40	7		
Integrierte Kommunikation	40	7		
General Management	40	7		
Recht und Politik	40	7		
Management in Kommunikationsberufen	40	7		
Medienarbeit	40	7		
Kommunikation als gesellschaftspolitisches Instrument	40	7		
Krisenkommunikation und Krisenmanagement	40	7		
Wahlfächer²			14	350
Strategische Kommunikation mit Netzöffentlichkeiten	40	7		
PR-Konzeption und Online-Kampagnen	40	7		
Social Media in der Marktkommunikation	40	7		
Bildsprache und Cross Media Storytelling	40	7		
Auslandsmodul Brüssel: Communicating the EU	40	7		
Präsentation, Beratung und Interview	40	7		
Text und Visualisierung	40	7		
Grundlagen der Gesundheitskommunikation	40	7		
Organisationskommunikation im Gesundheitswesen	40	7		
Public Affairs für GesundheitskommunikatorInnen	40	7		
Konflikt- und Beschwerdemanagement	40	7		
Exkursion Kommunikative Schnittstellen und Herausforderungen im Gesundheitssektor	40	7		
Auslandsmodul Authentic Leadership and Business Ethics	40	7		
Seminar zur Master Thesis	24	4	4	100
Master Thesis		16	16	400
Gesamt			90	2250

- (1) Der studentische Workload (1 ECTS = 25 Stunden Workload) beinhaltet Präsenzübungseinheiten, Vor- und Nachbereitungen, das Anfertigen von Modul- bzw. Seminararbeiten, Exkursionen, Prüfungsvorbereitungen sowie das eigenständige vertiefende Studium im Unterrichtsfach.
- (2) Die im Rahmen des Unterrichtsprogramms des Universitätslehrgangs angebotenen Wahlfächer werden nach Maßgabe der organisatorischen Rahmenbedingungen bzw. vorbehaltlich der Mindest-Teilnehmeranzahl angeboten. Es sind insgesamt zwei (2) Wahlfächer aus der Liste der Wahlfächer zu absolvieren.

§ 11. Lehrveranstaltungen

- (1) Die Lehrveranstaltungen sind von der Lehrgangsleitung jeweils für einen Lehrgang vor dessen Beginn in Form von Vorlesungen, Übungen, Seminaren oder Fernstudieneinheiten festzulegen und 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) Acht (8) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen aus den Pflichtfächern
 - b) Zwei (2) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen aus den Wahlfächern
 - c) Einer (1) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfung aus dem Seminar zur Master Thesis
 - d) Einer (1) schriftlichen Abschlussarbeit („Master Thesis“)
- (3) Die Master Thesis ist als Hausarbeit zu erstellen und am Ende des Studiums mündlich zu präsentieren und zu verteidigen. Das Thema der Master Thesis ist den lehrgangsspezifischen Fächern zu entnehmen. Die/der Studierende ist berechtigt, ein Thema vorzuschlagen oder aus einer Anzahl von Vorschlägen auszuwählen.
- (4) Mit der Koordinierung der Prüfungen und der Master Thesis ist die Lehrgangsleitung beauftragt.
- (5) Leistungen, die an universitären oder außeruniversitären Einrichtungen erbracht wurden, können anerkannt werden, wenn eine Gleichwertigkeit dieser Leistungen vorliegt.
- (6) Leistungen aus folgenden Lehrgängen der Donau-Universität Krems sind bei Gleichwertigkeit **bis zu einem Höchstausmaß von max. 25 Prozent** anzuerkennen:
 - Communication MSc
 - Certified Program PR und Integrierte Kommunikation
 - PR und Integrierte Kommunikation – Advanced, MSc
 - Social Media and Global Communication MSc
 - Social Media and Global Communication – Advanced, MSc
 - Certified Program Social Media and Global Communication
 - PR: Gesundheitskommunikation MSc
 - PR: Gesundheitskommunikation MSc – Advanced, MSc
 - Certified Program PR: Gesundheitskommunikation
 - Qualitätsjournalismus, MA

§ 13. Evaluation und Qualitätsverbesserung

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

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

§ 14. Abschluss

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

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

§ 15. Inkrafttreten

Das vorliegende Curriculum tritt mit WS 2013/14 in Kraft.

332. Einrichtung des Universitätslehrganges PR und Integrierte Kommunikation MSc (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)

Aufgrund des Curriculums über den Universitätslehrgang PR und Integrierte Kommunikation MSc und der Stellungnahme des Rektorats vom 26.11.2013 wird der Universitätslehrgang an der Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung eingerichtet.

333. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang PR und Integrierte Kommunikation MSc

Der Lehrgangsbeitrag für den Universitätslehrgang PR und Integrierte Kommunikation MSc wird mit € 14.900,- festgelegt.

334. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges PR und Integrierte Kommunikation – Advanced, MSc (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)

§ 1. Weiterbildungsziel

Der Universitätslehrgang „PR und Integrierte Kommunikation – Advanced, MSc“ 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-Instrumente und -Kanäle in zeitlicher, formaler und inhaltlicher Hinsicht mit dem Ziel eines konsistenten, überzeugenden Erscheinungsbild von Unternehmen, Organisationen oder Personen. Unter diesem Leitgedanken vermitteln ExpertInnen aus der Kommunikationswissenschaft wie auch der Kommunikationspraxis Strategien und Instrumente der Public Relations und des Marketings, Kompetenzen im Bereich Recht, Wissen über politische und soziale Systeme sowie Managementfähigkeiten. 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.

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

Lernergebnisse:

AbsolventInnen des Universitätslehrgangs

- verfügen über fundiertes Basiswissen zu Kommunikationswissenschaft, Integrierter Kommunikation und Public Relations und können darauf aufbauend geeignete Kommunikationsstrategien sowie Kommunikationsmaßnahmen in der Unternehmenspraxis entwickeln.
- verstehen es, kommunikative Herausforderungen in einem Unternehmen bzw. einer Organisation zu analysieren, zu bewerten und daraus geeignete Handlungsoptionen ableiten.
- sind mit den Grundlagen des strategischen Managements vertraut und können Unternehmenskommunikation im sinnvollen Zusammenspiel mit der Führung eines Unternehmen umsetzen
- sind in der Lage für Unternehmen, Organisationen oder Einzelpersonen Medienarbeit, Krisenkommunikation und zahlreiche weitere Teildisziplinen der professionellen Public Relations zu planen, umzusetzen und zu evaluieren
- sind mit den rechtlichen und politischen Rahmenbedingungen der professionellen Public Relations vertraut und verstehen es, die Interessen eines Unternehmens oder einer Organisation auf der Grundlage geltender Gesetze zu vertreten
- können fachlich bewerten, welche Themen eines Unternehmens/einer Organisation allenfalls gesellschaftspolitische Bedeutung haben und welche Dialog-Instrumente dafür in Frage kommen
- verfügen über zusätzliche Qualifikation in einem weiteren Feld der PR und können in diesem Feld relevantes Wissen jederzeit ableiten und einsetzen.

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

§ 2. Studienform

Der Universitätslehrgang wird als berufsbegleitendes Studium angeboten.

§ 3. Lehrgangsleitung

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

§ 4. Wissenschaftlicher Beirat

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

§ 5. Dauer

Der Universitätslehrgang umfasst berufsbegleitend fünf (5) Semester.

§ 6. Zulassungsvoraussetzungen

Voraussetzungen für die Zulassung zum Universitätslehrgang sind

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

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

§ 7. Deutsch-Nachweis

Personen, deren Muttersprache nicht Deutsch ist, haben vor ihrer Zulassung gute Kenntnisse der deutschen Sprache nachzuweisen.

§ 8. Studienplätze

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

§ 9. Zulassung

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

§ 10. Unterrichtsprogramm

Es sind insgesamt:

- Acht (8) Pflichtfächer
- je nach gewünschter Zusatzqualifikation: die vier (4) Vertiefungsfächer des Wahlfach-Pakets „Social Media and Global Communication“ (Strategische Kommunikation mit Netzöffentlichkeiten, PR-Konzeption und Online-Kampagnen, Bildsprache und Cross Media Storytelling,, Social Media in der Marktkommunikation) ODER die vier (4) Vertiefungsfächer des Wahlfach-Pakets „PR und Gesundheitskommunikation“ (Grundlagen der Gesundheitskommunikation, Organisationskommunikation im Gesundheitswesen, Public Affairs für GesundheitskommunikatorInnen, Konflikt- und Beschwerdemanagement) sowie
- zwei (2) weitere, in diesen Paketen nicht enthaltene Wahlfächer zu absolvieren.

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

	UE	ECTS-Punkte/Fach	ECTS-Punkte gesamt	Workload ¹
Pflichtfächer			56	1400
Kommunikation und Wissenschaft	40	7		
Integrierte Kommunikation	40	7		
General Management	40	7		
Recht und Politik	40	7		
Management in Kommunikationsberufen	40	7		
Medienarbeit	40	7		
Kommunikation als gesellschaftspolitisches Instrument	40	7		
Krisenkommunikation und Krisenmanagement	40	7		
Wahlfächer²			42	1050
Strategische Kommunikation mit Netzöffentlichkeiten	40	7		
PR-Konzeption und Online-Kampagnen	40	7		
Bildsprache und Cross Media Storytelling	40	7		
Social Media in der Marktkommunikation	40	7		
Auslandsmodul Brüssel: Communicating the EU	40	7		
Präsentation, Beratung und Interview	40	7		
Text und Visualisierung	40	7		
Grundlagen der Gesundheitskommunikation	40	7		
Organisationskommunikation im Gesundheitswesen	40	7		
Public Affairs für GesundheitskommunikatorInnen	40	7		
Konflikt- und Beschwerdemanagement	40	7		
Kommunikative Schnittstellen und Herausforderungen im Gesundheitssektor	40	7		
Authentic Leadership and Business Ethics	40	7		
Reflexionsarbeit		2	2	50
Seminar zur Master Thesis	24	4	4	100
Master Thesis		16	16	400
Gesamt			120	3000

- (1) Der studentische Workload (1 ECTS = 25 Stunden Workload) beinhaltet Präsenzübungseinheiten, Vor- und Nachbereitungen, das Anfertigen von Modul- bzw. Seminararbeiten, Exkursionen, Prüfungsvorbereitungen sowie das eigenständige vertiefende Studium im Unterrichtsfach.
- (2) Die im Rahmen des Unterrichtsprogramms des Universitätslehrgangs angebotenen Wahlfächer werden nach Maßgabe der organisatorischen Rahmenbedingungen bzw. vorbehaltlich der Mindest-Teilnehmeranzahl angeboten. Es sind insgesamt sechs (6) Wahlfächer aus der Liste der Wahlfächer zu absolvieren.

§ 11. Lehrveranstaltungen

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

§ 12. Prüfungsordnung

- (1) Die Studierenden haben eine Abschlussprüfung abzulegen.
- (2) Diese Abschlussprüfung besteht aus folgenden Prüfungen:
 - a) Acht (8) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen aus den Pflichtfächern
 - b) Sechs (6) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen aus den Wahlfächern
 - c) Einer (1) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfung aus dem Seminar zur Master Thesis
 - d) Einer (1) schriftlichen Abschlussarbeit („Master Thesis“)
 - e) Einer (1) schriftlichen Reflexionsarbeit aus den Wahlfächern
- (3) Die Master Thesis ist als Hausarbeit zu erstellen und am Ende des Studiums mündlich zu präsentieren und zu verteidigen. Das Thema der Master Thesis ist den lehrgangsspezifischen Fächern zu entnehmen. Die/der Studierende ist berechtigt, ein Thema vorzuschlagen oder aus einer Anzahl von Vorschlägen auszuwählen.
- (4) Die Reflexionsarbeit ist als Hausarbeit zu erstellen und nach Absolvierung der Wahlfächer abzugeben. Das Thema der Reflexionsarbeit ist den Inhalten der gewählten Wahlfächer zu entnehmen. Die/der Studierende ist berechtigt, ein Thema vorzuschlagen oder aus einer Anzahl von Vorschlägen auszuwählen.
- (5) Mit der Koordinierung der Prüfungen und der Master Thesis ist die Lehrgangsleitung beauftragt.
- (6) Leistungen, die an universitären oder außeruniversitären Einrichtungen erbracht wurden, können anerkannt werden, wenn eine Gleichwertigkeit dieser Leistungen vorliegt.
- (7) Leistungen aus folgenden Lehrgängen der Donau-Universität Krems sind bei Gleichwertigkeit **bis zu einem Höchstausmaß von 30 ECTS (max. 25 Prozent)** anzuerkennen:
 - Communication MSc
 - PR und Integrierte Kommunikation MSc
 - Certified Program PR und Integrierte Kommunikation
 - Social Media and Global Communication MSc
 - Social Media and Global Communication – Advanced, MSc
 - Certified Program Social Media and Global Communication
 - PR: Gesundheitskommunikation MSc
 - PR: Gesundheitskommunikation MSc – Advanced, MSc

- Certified Program PR: Gesundheitskommunikation
- Qualitätsjournalismus, MA

§ 13. Evaluation und Qualitätsverbesserung

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

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

§ 14. Abschluss

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

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

§ 15. Inkrafttreten

Das vorliegende Curriculum tritt mit WS 2013/14 in Kraft.

335. Einrichtung des Universitätslehrganges PR und Integrierte Kommunikation – Advanced, MSc (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)

Aufgrund des Curriculums über den Universitätslehrgang PR und Integrierte Kommunikation – Advanced MSc und der Stellungnahme des Rektorats vom 26.11.2013 wird der Universitätslehrgang an der Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung eingerichtet.

336. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang PR und Integrierte Kommunikation – Advanced, MSc

Der Lehrgangsbeitrag für den Universitätslehrgang PR und Integrierte Kommunikation – Advanced, MSc wird mit € 17.900,- festgelegt.

337. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges Social Media and Global Communication – Advanced, MSc (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)

§ 1. Weiterbildungsziel

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

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

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

Lernergebnisse:

AbsolventInnen des Universitätslehrgangs

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

§ 2. Studienform

Der Universitätslehrgang wird als berufsbegleitendes Studium angeboten. Die Unterrichtssprache ist am Studienort Krems Deutsch. Sollte das Studium durch eine Kooperation auch im Ausland angeboten werden, kann eine andere Unterrichtssprache als Deutsch vereinbart werden.

§ 3. Lehrgangsbleitung

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

§ 4. Wissenschaftlicher Beirat

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

§ 5. Dauer

Der Universitätslehrgang umfasst berufsbegleitend fünf (5) Semester.

§ 6. Zulassungsvoraussetzungen

Voraussetzungen für die Zulassung zum Universitätslehrgang sind

- a) ein abgeschlossenes sterreichisches Hochschulstudium oder
- b) ein nach Maßgabe ausländischer Studienvorschriften abgeschlossenes gleichwertiges Hochschulstudium oder
- c) eine Qualifikation wie folgt, wenn damit eine den Abs. a) und b) gleichzuhaltende Qualifikation, erreicht wird:
 - Vorliegen der Universitätsreife (Studienberechtigung) und mindestens vier (4) Jahre einschlägige, qualifizierte Berufserfahrung in adäquater Position. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.
 - Ohne Vorliegen der Universitätsreife (Studienberechtigung) mindestens acht (8) Jahre Berufserfahrung. Davon mindestens vier (4) Jahre einschlägige, qualifizierte Berufserfahrung in adäquater Position. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.

§ 7. Nachweis der Unterrichtssprache

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

§ 8. Studienplätze

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

§ 9. Zulassung

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

§ 10. Unterrichtsprogramm

Es sind insgesamt:

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

Gesundheitskommunikation, Organisationskommunikation im Gesundheitswesen, Public Affairs für GesundheitskommunikatorInnen, Konflikt- und Beschwerdemanagement) sowie

- zwei (2) weitere, in diesen Paketen nicht enthaltene Wahlfächer zu absolvieren.

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

	UE	ECTS-Punkte/ Fach	ECTS-Punkte gesamt	Workload ¹
Pflichtfächer			56	1400
Kommunikation und Wissenschaft	40	7		
Integrierte Kommunikation	40	7		
General Management	40	7		
Recht und Politik	40	7		
Strategische Kommunikation mit Netzöffentlichkeiten	40	7		
PR-Konzeption und Online-Kampagnen	40	7		
Bildsprache und Cross Media Storytelling	40	7		
Social Media in der Marktkommunikation	40	7		
Wahlfächer²			42	1050
Medienarbeit	40	7		
Kommunikation als gesellschaftspolitisches Instrument	40	7		
Krisenkommunikation und Krisenmanagement	40	7		
Management in Kommunikationsberufen	40	7		
Auslandsmodul Brüssel: Communicating the EU	40	7		
Präsentation, Beratung und Interview	40	7		
Text und Visualisierung	40	7		
Grundlagen der Gesundheitskommunikation	40	7		
Organisationskommunikation im Gesundheitswesen	40	7		
Public Affairs für GesundheitskommunikatorInnen	40	7		
Konflikt- und Beschwerdemanagement	40	7		
Kommunikative Schnittstellen und Herausforderungen im Gesundheitssektor	40	7		
Authentic Leadership and Business Ethics	40	7		
Reflexionsarbeit		2	2	50
Seminar zur Master Thesis	24	4	4	100
Master Thesis		16	16	400
Gesamt			120	3000

- (1) Der studentische Workload (1 ECTS = 25 Stunden Workload) beinhaltet Präsenzübungseinheiten, Vor- und Nachbereitungen, das Anfertigen von Modul- bzw. Seminararbeiten, Exkursionen, Prüfungsvorbereitungen sowie das eigenständige vertiefende Studium im Unterrichtsfach.
- (2) Die im Rahmen des Unterrichtsprogramms des Universitätslehrgangs angebotenen Wahlfächer werden nach Maßgabe der organisatorischen Rahmenbedingungen bzw. vorbehaltlich der Mindest-Teilnehmeranzahl angeboten. Es sind insgesamt sechs (6) Wahlfächer aus der Liste der Wahlfächer zu absolvieren.

§ 11. Lehrveranstaltungen

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

§ 12. Prüfungsordnung

- (1) Die Studierenden haben eine Abschlussprüfung abzulegen.
- (2) Diese Abschlussprüfung besteht aus folgenden Prüfungen:
 - a) Acht (8) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen aus den Pflichtfächern
 - b) Sechs (6) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen aus den Wahlfächern
 - c) Einer (1) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfung aus dem Seminar zur Master Thesis
 - d) Einer (1) schriftlichen Abschlussarbeit („Master Thesis“)
 - e) Einer (1) schriftlichen Reflexionsarbeit aus den Wahlfächern
- (3) Die Master Thesis ist als Hausarbeit zu erstellen und am Ende des Studiums mündlich zu präsentieren und zu verteidigen. Das Thema der Master Thesis ist den lehrgangsspezifischen Fächern zu entnehmen. Die/der Studierende ist berechtigt, ein Thema vorzuschlagen oder aus einer Anzahl von Vorschlägen auszuwählen.
- (4) Die Reflexionsarbeit ist als Hausarbeit zu erstellen und nach Absolvierung der Wahlfächer abzugeben. Das Thema der Reflexionsarbeit ist den Inhalten der gewählten Wahlfächer zu entnehmen. Die/der Studierende ist berechtigt, ein Thema vorzuschlagen oder aus einer Anzahl von Vorschlägen auszuwählen.
- (5) Mit der Koordinierung der Prüfungen und der Master Thesis ist die Lehrgangsleitung beauftragt.
- (6) Leistungen, die an universitären oder außeruniversitären Einrichtungen erbracht wurden, können anerkannt werden, wenn eine Gleichwertigkeit dieser Leistungen vorliegt.
- (7) Leistungen aus folgenden Lehrgängen der Donau-Universität Krems sind bei Gleichwertigkeit **bis zu einem Höchstausmaß von 30 ECTS (max. 25 Prozent)** anzuerkennen:
 - Communication MSc
 - PR und Integrierte Kommunikation MSc
 - PR und Integrierte Kommunikation – Advanced, MSc
 - Certified Program PR und Integrierte Kommunikation
 - Certified Program Social Media and Global Communication
 - Social Media and Global Communication, MSc
 - PR: Gesundheitskommunikation MSc

- PR: Gesundheitskommunikation MSc – Advanced, MSc
- Certified Program PR: Gesundheitskommunikation
- Qualitätsjournalismus, MA

§ 13. Evaluation und Qualitätsverbesserung

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

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

§ 14. Abschluss:

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

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

§ 15. Inkrafttreten

Das vorliegende Curriculum tritt mit WS 2013/14 in Kraft.

338. Einrichtung des Universitätslehrganges Social Media and Global Communication – Advanced, MSc (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)

Aufgrund des Curriculums über den Universitätslehrgang Social Media and Global Communication – Advanced, MSc und der Stellungnahme des Rektorats vom 26.11.2013 wird der Universitätslehrgang an der Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung eingerichtet.

339. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang Social Media and Global Communication – Advanced, MSc

Der Lehrgangsbeitrag für den Universitätslehrgang Social Media and Global Communication – Advanced, MSc wird mit € 17.900,-- festgelegt.

340. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges PR: Gesundheitskommunikation CP (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)

§ 1. Weiterbildungsziel

Der Universitätslehrgang „PR: Gesundheitskommunikation CP“ versteht sich als intensives, fachspezifisches Kurzstudium im Bereich Gesundheitskommunikation. Es hat das Ziel, den Studierenden Grundlagen der Integrierten Kommunikation, der Organisationskommunikation und der Gesundheitskommunikation zu vermitteln und sie zu befähigen, diese Fachkenntnisse in Einrichtungen des öffentlichen wie privaten Gesundheitssektors anzuwenden. Zielgruppe sind Personen, die sich in unterschiedlichen Berufsbildern mit der Kommunikation von Gesundheitsthemen beschäftigen. Dazu zählen MitarbeiterInnen von Spitälern und Klinikenholdings, Behörden, Krankenkassen, Versicherungen, Pflege- und Kureinrichtungen, Vereinen mit Schwerpunkt Gesundheit; MitarbeiterInnen von PR- und Werbeagenturen sowie JournalistInnen mit Interessenschwerpunkt Gesundheit/ Medizin. 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 Lehrgang liegt ein integratives didaktisches Konzept zugrunde, das in Abstimmung auf die zu erreichenden Weiterbildungsziele adäquate mediale Unterstützungsformen in Präsenz- und Online-Phasen kombiniert. Diese werden derart miteinander kombiniert, dass damit eine Kompetenzentwicklung auf hohem Niveau gewährleistet wird.

Lernergebnisse:

AbsolventInnen des Universitätslehrgangs

- können das Konzept der Integrierten Unternehmenskommunikation erklären, Strukturen der internen und externen Kommunikation von Gesundheitsorganisationen analysieren und sie bei Bedarf optimieren
- können die Disziplin Gesundheitskommunikation einordnen und erklären, welche unterschiedlichen AkteurInnen und Dialoggruppen es dabei im Sinne eines integrierten Kommunikationsansatzes zu berücksichtigen gilt
- verfügen über fundiertes Basiswissen in Public Relations und Organisationskommunikation und können dieses in der täglichen Kommunikationspraxis von Unternehmen sowie Organisationen im Gesundheitssektor anwenden
- können Krisenszenarien und Konfliktpotenziale, die spezifisch für Gesundheitsorganisationen sind, beschreiben, kategorisieren und geeignete Maßnahmen zur Krisenprävention, zur Krisenkommunikation und einem professionellen Beschwerdemanagement ableiten
- sind in der Lage, Kommunikationskampagnen zu Gesundheitsthemen zu planen, umzusetzen und zu evaluieren
- sind in der Lage, Medienarbeit und Public Affairs-Aktivitäten für gesundheitsrelevante Themen professionell einzusetzen und Unternehmen/Organisationen/ Behörden im Gesundheitssektor bestmöglich nach außen zu positionieren

§ 2. Studienform

Der Universitätslehrgang wird als berufsbegleitendes Studium angeboten.

§ 3. Lehrgangsleitung

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

§ 4. Wissenschaftlicher Beirat

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

§ 5. Dauer

Der Universitätslehrgang umfasst berufsbegleitend zwei (2) Semester.

§ 6. Zulassungsvoraussetzungen

Voraussetzungen für die Zulassung zum Universitätslehrgang sind

- a) ein abgeschlossenes österreichisches Hochschulstudium oder
- b) ein nach Maßgabe ausländischer Studienvorschriften abgeschlossenes gleichwertiges Hochschulstudium oder
- c) eine Qualifikation wie folgt:
 - Vorliegen der Universitätsreife (Studienberechtigung) und mindestens zwei (2) Jahre einschlägige, qualifizierte Berufserfahrung in adäquater Position. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.
 - Ohne Vorliegen der Universitätsreife (Studienberechtigung) mindestens fünf (5) Jahre Berufserfahrung. Davon mindestens drei (3) Jahre einschlägige, qualifizierte Berufserfahrung in adäquater Position. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.

§ 7. Deutsch-Nachweis

Personen, deren Muttersprache nicht Deutsch ist, haben vor ihrer Zulassung gute Kenntnisse der deutschen Sprache nachzuweisen.

§ 8. Studienplätze

- (1) Die Zulassung zum Universitätslehrgang erfolgt jeweils nach Maßgabe vorhandener Studienplätze.
- (2) Die Höchstzahl an Studienplätzen, die jeweils für einen Studiengang zur Verfügung stehen, ist von der 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 drei (3) Wahlfächer zu absolvieren. Die Auswahl der Wahlfächer muss durch die Lehrgangsleitung genehmigt werden, da bei einigen Fächern bestimmte Voraussetzungen zu erfüllen sind. Zusätzlich ist eine schriftliche Abschlussarbeit zu erstellen.

	UE	ECTS-Punkte/ Fach	ECTS-Punkte gesamt	Work- load ¹
Pflichtfach			7	175
Integrierte Kommunikation	40	7		
Wahlfächer²			21	525
Grundlagen der Gesundheitskommunikation	40	7		
Organisationskommunikation im Gesundheitswesen	40	7		
Public Affairs für GesundheitskommunikatorInnen	40	7		
Konflikt- und Beschwerdemanagement	40	7		
Abschlussarbeit		2	2	50
Gesamt			30	750

- (1) Der studentische Workload (1 ECTS = 25 Stunden Workload) beinhaltet Präsenzübungseinheiten, Vor- und Nachbereitungen, das Anfertigen von Modul- bzw. Seminararbeiten, Exkursionen, Prüfungsvorbereitungen sowie das eigenständige vertiefende Studium im Unterrichtsfach.
- (2) Die im Rahmen des Unterrichtsprogramms des Universitätslehrgangs angebotenen Wahlfächer werden nach Maßgabe der organisatorischen Rahmenbedingungen bzw. vorbehaltlich der Mindest-Teilnehmeranzahl angeboten. Es sind insgesamt drei (3) Wahlfächer aus der Liste der Wahlfächer zu absolvieren.

§ 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 aus dem Pflichtfach
 - b) Drei (3) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen aus den Wahlfächern
 - c) Einer (1) schriftlichen Abschlussarbeit
- (3) Die Abschlussarbeit ist als Hausarbeit zu erstellen und am Ende des Studiums mündlich zu präsentieren und zu verteidigen. 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 Lehrgängen der Donau-Universität Krems sind bei Gleichwertigkeit **bis zu einem Höchstausmaß von max. 25 Prozent** anzuerkennen:
- Communication MSc
 - PR und Integrierte Kommunikation MSc
 - PR und Integrierte Kommunikation – Advanced, MSc
 - Certified Program PR und Integrierte Kommunikation
 - PR: Gesundheitskommunikation MSc
 - PR: Gesundheitskommunikation – Advanced, MSc
 - Social Media and Global Communication MSc
 - Social Media and Global Communication – Advanced, MSc
 - Certified Program Social Media and Global Communication
 - Qualitätsjournalismus, MA

§ 13. Evaluation und Qualitätsverbesserung

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

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

§ 14. Abschluss

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

§ 15. Inkrafttreten

Das vorliegende Curriculum tritt mit WS 2013/14 in Kraft.

341. Einrichtung des Universitätslehrganges PR: Gesundheitskommunikation CP (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)

Aufgrund des Curriculums über den Universitätslehrgang PR: Gesundheitskommunikation CP und der Stellungnahme des Rektorats vom 26.11.2013 wird der Universitätslehrgang an der Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung eingerichtet.

342. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang PR: Gesundheitskommunikation CP

Der Lehrgangsbeitrag für den Universitätslehrgang PR: Gesundheitskommunikation CP wird mit € 4.800,-- festgelegt.

343. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges PR: Gesundheitskommunikation MSc (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)

§ 1. Weiterbildungsziel

Der Universitätslehrgang PR: Gesundheitskommunikation MSc orientiert sich an der praktischen Anwendung von externer und interner Organisationskommunikation in Einrichtungen des Gesundheitswesens, wobei ein ganzheitlicher Ansatz verfolgt wird. Zu den Lehrinhalten zählen patientenzentrierte Kommunikation; Führungs-, MitarbeiterInnen- und KundInnenkommunikation – bis hin zur Planung und Umsetzung von Gesundheitskampagnen, zur Krisenkommunikation in Einrichtungen des Gesundheitswesens und zur massenmedialen Vermittlung von Gesundheitsthemen. Aufbauend auf kommunikations- und wirtschaftswissenschaftlichen Grundlagen werden fachspezifische Inhalte der Gesundheitskommunikation sowie Management-Fähigkeiten vermittelt. Außerdem erhalten die Studierenden einen Einblick in politisch-rechtliche Rahmenbedingungen der Gesundheitskommunikation. Das Studium richtet sich an Führungskräfte und Kommunikationsverantwortliche aus Organisationen des Gesundheitswesens im öffentlichen und privaten Sektor (Spitäler und Klinikenholdings, Behörden, Krankenkassen, Versicherungen, Pflege- und Kureinrichtungen, Vereine mit Schwerpunkt Gesundheit u. ähnl.); MitarbeiterInnen von PR- und Werbeagenturen, JournalistInnen mit Interessensschwerpunkt Gesundheit & Medizin. Die Studierenden werden zu vielseitigen Kommunikationsfachleuten im Bereich Gesundheit weitergebildet, die sowohl innerhalb einer Organisation, als auch als externe BeraterInnen oder als FachjournalistInnen tätig sein können.

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

Lernergebnisse:

AbsolventInnen des Universitätslehrgangs

- können die Disziplin Gesundheitskommunikation einordnen und erklären, welche unterschiedlichen AkteurInnen und Dialoggruppen es dabei im Sinne eines integrierten Kommunikationsansatzes zu berücksichtigen gilt

- verfügen über fundiertes Basiswissen zu Organisationskommunikation und Public Relations und können dieses in der täglichen Kommunikationspraxis von Unternehmen sowie Organisationen im Gesundheitssektor anwenden

- können Strukturen der internen und externen Kommunikation von Gesundheitsorganisationen analysieren und sie bei Bedarf optimieren
- können Krisenszenarien und Konfliktpotenziale, die spezifisch für Gesundheitsorganisationen sind, beschreiben, kategorisieren und geeignete Maßnahmen zur Krisenprävention, zur Krisenkommunikation und einem professionellen Beschwerdemanagement ableiten
- sind in der Lage, Kommunikationskampagnen zu Gesundheitsthemen zu planen, umzusetzen und zu evaluieren
- sind in der Lage, insbesondere Medienarbeit und Public Affairs-Aktivitäten für gesundheitsrelevante Themen professionell einzusetzen und Unternehmen/Organisationen/Behörden im Gesundheitssektor bestmöglich nach außen zu positionieren
- können beurteilen, wie sich geänderte wirtschaftliche, rechtliche und politische Rahmenbedingungen auf die Kommunikation einer Gesundheitsorganisation auswirken und sind in der Lage, geeignete Kommunikationsstrategien und –maßnahmen, die sich daraus für die Organisation ableiten lassen, zu entwickeln und umzusetzen

§ 2. Studienform

Der Universitätslehrgang wird als berufsbegleitendes Studium angeboten. Die Unterrichtssprache ist am Studienort Krems Deutsch. Sollte das Studium durch eine Kooperation auch im Ausland angeboten werden, kann eine andere Unterrichtssprache als Deutsch vereinbart werden.

§ 3. Lehrgangsleitung

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

§ 4. Wissenschaftlicher Beirat

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

§ 5. Dauer

Der Universitätslehrgang umfasst berufsbegleitend vier (4) Semester.

§ 6. Zulassungsvoraussetzungen

Voraussetzungen für die Zulassung zum Universitätslehrgang sind

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

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

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

§ 7. Nachweis der Unterrichtssprache

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

§ 8. Studienplätze

- (1) Die Zulassung zum Universitätslehrgang erfolgt jeweils nach Maßgabe vorhandener Studienplätze.
- (2) Die Höchstzahl an Studienplätzen, die jeweils für einen Studiengang zur Verfügung 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 acht (8) Pflichtfächer und zwei (2) Wahlfächer zu absolvieren. Die Auswahl der Wahlfächer muss durch die Lehrgangsleitung genehmigt werden, da bei einigen Fächern bestimmte Voraussetzungen zu erfüllen sind. Zusätzlich ist das „Seminar zur Master Thesis“ vor der Abgabe der Master Thesis zu absolvieren.

	UE	ECTS-Punkte/ Fach	ECTS-Punkte gesamt	Work- load ¹
Pflichtfächer			56	1400
Kommunikation und Wissenschaft	40	7		
Integrierte Kommunikation	40	7		
General Management	40	7		
Recht und Politik	40	7		
Grundlagen der Gesundheitskommunikation	40	7		
Organisationskommunikation im Gesundheitswesen	40	7		
Public Affairs für GesundheitskommunikatorInnen	40	7		
Konflikt- und Beschwerdemanagement	40	7		
Wahlfächer²			14	350
Strategische Kommunikation mit Netzöffentlichkeiten	40	7		
PR-Konzeption und Online-Kampagnen	40	7		
Social Media in der Marktkommunikation	40	7		
Bildsprache und Cross Media Storytelling	40	7		
Auslandsmodul Brüssel: Communicating the EU	40	7		
Präsentation, Beratung und Interview	40	7		
Text und Visualisierung	40	7		
Management in Kommunikationsberufen	40	7		
Medienarbeit	40	7		
Kommunikation als gesellschaftspolitisches Instrument	40	7		
Krisenkommunikation und Krisenmanagement	40	7		
Exkursion Kommunikative Schnittstellen und Herausforderungen im Gesundheitssektor	40	7		
Auslandsmodul Authentic Leadership and Business Ethics	40	7		
Seminar zur Master Thesis	24	4	4	100
Master Thesis		16	16	400
Gesamt			90	2250

- (1) Der studentische Workload (1 ECTS = 25 Stunden Workload) beinhaltet Präsenzübungseinheiten, Vor- und Nachbereitungen, das Anfertigen von Modul- bzw. Seminararbeiten, Exkursionen, Prüfungsvorbereitungen sowie das eigenständige vertiefende Studium im Unterrichtsfach.
- (2) Die im Rahmen des Unterrichtsprogramms des Universitätslehrgangs angebotenen Wahlfächer werden nach Maßgabe der organisatorischen Rahmenbedingungen bzw. vorbehaltlich der Mindest-Teilnehmeranzahl angeboten. Es sind insgesamt zwei (2) Wahlfächer aus der Liste der Wahlfächer zu absolvieren.

§ 11. Lehrveranstaltungen

- (1) Die Lehrveranstaltungen sind von der Lehrgangsleitung jeweils für einen Lehrgang vor dessen Beginn in Form von Vorlesungen, Übungen, Seminaren oder Fernstudieneinheiten festzulegen und 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) Acht (8) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen aus den Pflichtfächern
 - b) Zwei (2) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen aus den Wahlfächern
 - c) Einer (1) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfung aus dem Seminar zur Master Thesis
 - d) Einer (1) schriftlichen Abschlussarbeit („Master Thesis“)
- (3) Die Master Thesis ist als Hausarbeit zu erstellen und am Ende des Studiums mündlich zu präsentieren und zu verteidigen. Das Thema der Master Thesis ist den lehrgangsspezifischen Fächern zu entnehmen. Die/der Studierende ist berechtigt, ein Thema vorzuschlagen oder aus einer Anzahl von Vorschlägen auszuwählen.
- (4) Mit der Koordinierung der Prüfungen und der Master Thesis ist die Lehrgangsleitung beauftragt.
- (5) Leistungen, die an universitären oder außeruniversitären Einrichtungen erbracht wurden, können anerkannt werden, wenn eine Gleichwertigkeit dieser Leistungen vorliegt.
- (6) Leistungen aus folgenden Lehrgängen der Donau-Universität Krems sind bei Gleichwertigkeit **bis zu einem Höchstausmaß von max. 25 Prozent** anzuerkennen:
 - Communications MSc
 - PR: Gesundheitskommunikation – Advanced, MSc
 - Certified Programm PR: Gesundheitskommunikation
 - PR und Integrierte Kommunikation MSc
 - PR und Integrierte Kommunikation – Advanced, MSc
 - Certified Program PR und Integrierte Kommunikation
 - Social Media and Global Communication MSc
 - Social Media and Global Communication – Advanced, MSc
 - Certified Program Social Media and Global Communication
 - Qualitätsjournalismus, MA

§ 13. Evaluation und Qualitätsverbesserung

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

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

§ 14. Abschluss

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

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

§ 15. Inkrafttreten

Das vorliegende Curriculum tritt mit WS 2013/14 in Kraft.

344. Einrichtung des Universitätslehrganges PR: Gesundheitskommunikation MSc (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)

Aufgrund des Curriculums über den Universitätslehrgang PR: Gesundheitskommunikation MSc und der Stellungnahme des Rektorats vom 26.11.2013 wird der Universitätslehrgang an der Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung eingerichtet.

345. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang PR: Gesundheitskommunikation MSc

Der Lehrgangsbeitrag für den Universitätslehrgang PR: Gesundheitskommunikation MSc wird mit € 14.900,-- festgelegt.

346. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges PR: Gesundheitskommunikation – Advanced, MSc (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)

§ 1. Weiterbildungsziel

Der Universitätslehrgang PR: Gesundheitskommunikation - Advanced, MSc orientiert sich an der praktischen Anwendung von externer und interner Organisationskommunikation in Einrichtungen des Gesundheitswesens, wobei ein ganzheitlicher Ansatz verfolgt wird. Zu den Lehrinhalten zählen patientenzentrierte Kommunikation; Führungs-, MitarbeiterInnen- und KundInnenkommunikation – bis hin zur Planung und Umsetzung von Gesundheitskampagnen, zur Krisenkommunikation in Einrichtungen des Gesundheitswesens und zur massenmedialen Vermittlung von Gesundheitsthemen. Aufbauend auf kommunikations- und wirtschaftswissenschaftlichen Grundlagen werden fachspezifische Inhalte der Gesundheitskommunikation sowie Management-Fähigkeiten vermittelt. Außerdem erhalten die Studierenden einen Einblick in politisch-rechtliche Rahmenbedingungen der Gesundheitskommunikation. Das Studium richtet sich an Führungskräfte und Kommunikationsverantwortliche aus Organisationen des Gesundheitswesens im öffentlichen und privaten Sektor (Spitäler und Klinikenholdings,

Behörden, Krankenkassen, Versicherungen, Pflege- und Kureinrichtungen, Vereine mit Schwerpunkt Gesundheit u. ähnl.); MitarbeiterInnen von PR- und Werbeagenturen, JournalistInnen mit Interessenschwerpunkt Gesundheit & Medizin.

Die Studierenden werden zu vielseitigen Kommunikationsfachleuten im Bereich Gesundheit weitergebildet, die sowohl innerhalb einer Organisation, als auch als externe BeraterInnen oder als FachjournalistInnen tätig sein können.

Der Zusatz „Advanced“ im Lehrgangstitel bedeutet, dass sich Studierende dieses Universitätslehrgangs zusätzlich zu ihrer Fokussierung auf das Themenfeld Gesundheitskommunikation eine weitere Qualifikation im PR-Bereich aneignen.

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

Lernergebnisse:

AbsolventInnen des Universitätslehrgangs

- können die Disziplin Gesundheitskommunikation einordnen und erklären, welche unterschiedlichen AkteurInnen und Dialoggruppen es dabei im Sinne eines integrierten Kommunikationsansatzes zu berücksichtigen gilt
- verfügen über fundiertes Basiswissen zu Organisationskommunikation und Public Relations und können dieses in der täglichen Kommunikationspraxis von Unternehmen sowie Organisationen im Gesundheitssektor anwenden
- können Strukturen der internen und externen Kommunikation von Gesundheitsorganisationen analysieren und sie bei Bedarf optimieren
- können Krisenszenarien und Konfliktpotenziale, die spezifisch für Gesundheitsorganisationen sind, beschreiben, kategorisieren und geeignete Maßnahmen zur Krisenprävention, zur Krisenkommunikation und einem professionellen Beschwerdemanagement ableiten
- sind in der Lage, Kommunikationskampagnen zu Gesundheitsthemen zu planen, umzusetzen und zu evaluieren
- sind in der Lage, insbesondere Medienarbeit und Public Affairs-Aktivitäten für gesundheitsrelevante Themen professionell einzusetzen und Unternehmen/Organisationen/Behörden im Gesundheitssektor bestmöglich nach außen zu positionieren
- können beurteilen, wie sich geänderte wirtschaftliche, rechtliche und politische Rahmenbedingungen auf die Kommunikation einer Gesundheitsorganisation auswirken und sind in der Lage, geeignete Kommunikationsstrategien und –maßnahmen, die sich daraus für die Organisation ableiten lassen, zu entwickeln und umzusetzen
- verfügen über eine zusätzliche Qualifikation in einem weiteren Feld der PR und können in diesem Feld relevantes Wissen jederzeit ableiten und einsetzen.

§ 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 Lehrgangs, soweit sie nicht anderen Organen zugeordnet sind.

§ 4. Wissenschaftlicher Beirat

Am Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement wird ein wissenschaftlicher Beirat eingerichtet, der die Lehrgangsführung unterstützt.

§ 5. Dauer

Der Universitätslehrgang umfasst berufsbegleitend fünf (5) Semester.

§ 6. Zulassungsvoraussetzungen

Voraussetzungen für die Zulassung zum Universitätslehrgang sind

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

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

§ 7. Deutsch-Nachweis

Personen, deren Muttersprache nicht Deutsch ist, haben vor ihrer Zulassung gute Kenntnisse der deutschen Sprache nachzuweisen.

§ 8. Studienplätze

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

§ 9. Zulassung

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

§ 10. Unterrichtsprogramm

Es sind insgesamt:

- Acht (8) Pflichtfächer
- je nach gewünschter Zusatzqualifikation: die vier (4) Vertiefungsfächer des Wahlfach-Pakets „Social Media and Global Communication“ (Strategische Kommunikation mit

Netzöffentlichkeiten, PR-Konzeption und Online-Kampagnen, Bildsprache und Cross Media Storytelling, Social Media in der Marktkommunikation) ODER die vier (4) Vertiefungsfächer des Wahlfach-Pakets „PR und Integrierte Kommunikation“ (Management in Kommunikationsberufen, Medienarbeit, Kommunikation als gesellschaftspolitisches Instrument, Krisenkommunikation und Krisenmanagement) sowie

- zwei (2) weitere, in diesen Paketen nicht enthaltene Wahlfächer zu absolvieren.

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

	UE	ECTS-Punkte/ Fach	ECTS-Punkte gesamt	Work- load ¹
Pflichtfächer			56	1400
Kommunikation und Wissenschaft	40	7		
Integrierte Kommunikation	40	7		
General Management	40	7		
Recht und Politik	40	7		
Grundlagen der Gesundheitskommunikation	40	7		
Organisationskommunikation im Gesundheitswesen	40	7		
Public Affairs für GesundheitskommunikatorInnen	40	7		
Konflikt- und Beschwerdemanagement	40	7		
Wahlfächer²			42	1050
Strategische Kommunikation mit Netzöffentlichkeiten	40	7		
PR-Konzeption und Online-Kampagnen	40	7		
Bildsprache und Cross Media Storytelling	40	7		
Social Media in der Marktkommunikation	40	7		
Auslandsmodul Brüssel: Communicating the EU	40	7		
Präsentation, Beratung und Interview	40	7		
Text und Visualisierung	40	7		
Management in Kommunikationsberufen	40	7		
Medienarbeit	40	7		
Kommunikation als gesellschaftspolitisches Instrument	40	7		
Krisenkommunikation und Krisenmanagement	40	7		
Kommunikative Schnittstellen und Herausforderungen im Gesundheitssektor	40	7		
Authentic Leadership and Business Ethics	40	7		
Reflexionsarbeit		2	2	50
Seminar zur Master Thesis	24	4	4	100
Master Thesis		16	16	400
Gesamt			120	3000

- (1) Der studentische Workload (1 ECTS = 25 Stunden Workload) beinhaltet Präsenzübungseinheiten, Vor- und Nachbereitungen, das Anfertigen von Modul- bzw. Seminararbeiten, Exkursionen, Prüfungsvorbereitungen sowie das eigenständige vertiefende Studium im Unterrichtsfach.
- (2) Die im Rahmen des Unterrichtsprogramms des Universitätslehrgangs angebotenen Wahlfächer werden nach Maßgabe der organisatorischen Rahmenbedingungen bzw. vorbehaltlich der Mindest-Teilnehmeranzahl angeboten.

§ 11. Lehrveranstaltungen

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

§ 12. Prüfungsordnung

- (1) Die Studierenden haben eine Abschlussprüfung abzulegen.
- (2) Diese Abschlussprüfung besteht aus folgenden Prüfungen:
 - a) Acht (8) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen aus den Pflichtfächern
 - b) Sechs (6) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen aus den Wahlfächern
 - c) Einer (1) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfung aus dem Seminar zur Master Thesis
 - d) Einer (1) schriftlichen Abschlussarbeit („Master Thesis“)
 - e) Einer (1) schriftlichen Reflexionsarbeit aus den Wahlfächern
- (3) Die Master Thesis ist als Hausarbeit zu erstellen und am Ende des Studiums mündlich zu präsentieren und zu verteidigen. Das Thema der Master Thesis ist den lehrgangsspezifischen Fächern zu entnehmen. Die/der Studierende ist berechtigt, ein Thema vorzuschlagen oder aus einer Anzahl von Vorschlägen auszuwählen.
- (4) Die Reflexionsarbeit ist als Hausarbeit zu erstellen und nach Absolvierung der Wahlfächer abzugeben. Das Thema der Reflexionsarbeit ist den Inhalten der gewählten Wahlfächer zu entnehmen. Die/der Studierende ist berechtigt, ein Thema vorzuschlagen oder aus einer Anzahl von Vorschlägen auszuwählen.
- (5) Mit der Koordinierung der Prüfungen und der Master Thesis ist die Lehrgangsleitung beauftragt.
- (6) Leistungen, die an universitären oder außeruniversitären Einrichtungen erbracht wurden, können anerkannt werden, wenn eine Gleichwertigkeit dieser Leistungen vorliegt.
- (7) Leistungen aus folgenden Lehrgängen der Donau-Universität Krems sind bei Gleichwertigkeit **bis zu einem Höchstausmaß von 30 ECTS (max. 25 Prozent)** anzuerkennen:
 - Communication MSc
 - PR und Integrierte Kommunikation MSc
 - PR und Integrierte Kommunikation – Advanced, MSc
 - Certified Program PR und Integrierte Kommunikation
 - PR: Gesundheitskommunikation MSc

- Certified Program PR: Gesundheitskommunikation
- Social Media and Global Communication MSc
- Social Media and Global Communication – Advanced, MSc
- Certified Program Social Media and Global Communication
- Qualitätsjournalismus, MA

§ 13. Evaluation und Qualitätsverbesserung

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

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

§ 14. Abschluss

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

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

§ 15. Inkrafttreten

Das vorliegende Curriculum tritt mit WS 2013/14 in Kraft.

347. Einrichtung des Universitätslehrganges PR: Gesundheitskommunikation – Advanced, MSc (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)

Aufgrund des Curriculums über den Universitätslehrgang PR: Gesundheitskommunikation – Advanced, MSc und der Stellungnahme des Rektorats vom 26.11.2013 wird der Universitätslehrgang an der Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung eingerichtet.

348. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang PR: Gesundheitskommunikation – Advanced, MSc

Der Lehrgangsbeitrag für den Universitätslehrgang PR: Gesundheitskommunikation – Advanced, MSc wird mit € 17.900,- festgelegt.

349. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang „Traditionelle Chinesische Gesundheitspflege (Akademische/r Experte/in)“

Der Lehrgangsbeitrag für den Universitätslehrgang „Traditionelle Chinesische Gesundheitspflege (Akademische/r Experte/in)“ wird mit € 8.500,-- festgelegt.

Für AbsolventInnen des Lehrganges „Grundlagen der Chinesischen Medizin“, CP wird der Lehrgangsbeitrag für den Universitätslehrgang „Traditionelle Chinesische Gesundheitspflege (Akademische/r Experte/in)“ mit € 6.550,-- festgelegt.

Mag. Friedrich Faulhammer
Rektor

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