

2014/ Nr. 55 vom 17. Juli 2014

Der Senat hat am 8. Juli 2014 folgende Verordnungen erlassen, das Rektorat hat die Studien eingerichtet.

**193. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Ökologisches Garten- und Grünraummanagement“
(Fakultät für Bildung, Kunst und Architektur, Department für Bauen und Umwelt)**

**194. Einrichtung des Universitätslehrganges „Ökologisches Garten- und Grünraummanagement“
(Fakultät für Bildung, Kunst und Architektur, Department für Bauen und Umwelt)**

195. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang „Ökologisches Garten- und Grünraummanagement“

**196. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „PR: B2B-Kommunikation CP“
(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)**

**197. Einrichtung des Universitätslehrganges „PR: B2B-Kommunikation CP“
(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)**

198. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang „PR: B2B-Kommunikation CP“

199. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „PR: B2B-Kommunikation MSc“

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

200. Einrichtung des Universitätslehrganges „PR: B2B-Kommunikation MSc“

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

201. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang „PR: B2B-Kommunikation MSc“

202. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „PR: B2B-Kommunikation – Advanced, MSc“

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

203. Einrichtung des Universitätslehrganges „PR: B2B-Kommunikation – Advanced, MSc“

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

204. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang „PR: B2B-Kommunikation – Advanced, MSc“

193. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Ökologisches Garten- und Grünraummanagement (Fakultät für Bildung, Kunst und Architektur, Department für Bauen und Umwelt)

§ 1. Weiterbildungsziel

Der Universitätslehrgang „Ökologisches Garten- und Grünraummanagement“ hat zum Ziel, Menschen im professionellen Bereich des Gartenbaues (Planung, Gestaltung und Pflege) berufsrelevante naturwissenschaftliche, technische und sozialwissenschaftliche Fachgrundlagen vertiefend zu vermitteln, und einen Überblick über aktuelles Wissen zum naturnahen und ökologischen Management von Gärten und Grünräumen zu geben. Die Weiterbildung zu Theorie und Praxis in der ökologischen Gestaltung und Pflege von naturnahen Gärten und Grünräumen wird hierbei durch wirtschaftliches, rechtliches, architektonisches und touristisches Know-how ergänzt.

Dieser Universitätslehrgang ist eine Zusatzqualifikation für ökologisch interessierte Menschen mit vorhandener Berufsqualifikation im Gartenbereich, z. B. im Verantwortungsbereich von öffentlichen Gartenanlagen, MitarbeiterInnen von Gartenmärkten, Planungsbüros und Gärtnereien.

Angestrebte Lernergebnisse sind:

- Die LehrgangsteilnehmerInnen verstehen naturwissenschaftliche, technische und sozialwissenschaftliche Grundlagen zum Ökosystem Garten.
- Die LehrgangsteilnehmerInnen verstehen Zusammenhänge von Klima, Boden, Pflanze und Mensch.
- Die LehrgangsteilnehmerInnen können aktuelles Praxiswissen zum Gartenmanagement anwenden und die Bewirtschaftung von naturnahen und ökologischen Gärten und Grünanlagen durchführen.
- Die LehrgangsteilnehmerInnen können die Errichtung von naturnahen und ökologischen Gärten und Grünanlagen planen und organisieren.
- Die LehrgangsteilnehmerInnen können die Nutzung von öffentlichen (z.B. Parkanlagen und Schaugärten) und halböffentlichen (z.B. Freianlagen von Spitälern, Altenheimen und Kindergärten) naturnahen und ökologischen Gärten und Grünanlagen organisieren.

Durch den Abschluss dieses Lehrganges sind die LehrgangsteilnehmerInnen im Stande Gärten und Grünräume von neuer Qualität im Sinne ökologischer, ökonomischer und sozialer Nachhaltigkeit zu organisieren. Dies entspricht sowohl dem gesellschaftlichen Wunsch nach GartenexpertInnen mit Wissen um Naturkreisläufe und die Wirkung von Pflanzen auf menschliches Wohlbefinden. Und kommt auch dem entsprechenden Bedarf von öffentlichen und privaten Garten- und Grünraumbetreibern nach ManagerInnen und BeraterInnen für naturnahe Gärten nach.

§ 2. Studienform

Der Universitätslehrgang „Ökologisches Garten- und Grünraummanagement“ wird als berufsbegleitendes Bildungsprogramm angeboten. Durch geeignete Blockung der Lehrveranstaltungen wird auf die Besonderheiten des berufsbegleitenden Studierens Rücksicht genommen.

Der Unterricht erfolgt in deutscher Sprache.

§ 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. Dauer

In der berufsbegleitenden Variante dauert der Universitätslehrgang 3 Semester. Die gesamte ECTS Punkteanzahl beträgt 60, die Gesamtzahl der Unterrichtseinheiten (UE) ist 450.

§ 5. Zulassungsvoraussetzungen

Voraussetzung für die Zulassung zum Universitätslehrgang „Ökologisches Garten- und Grünraummanagement“ ist:

- (1) ein abgeschlossenes, facheinschlägiges österreichisches Hochschulstudium oder ein nach Maßgabe ausländischer Studienvorschriften abgeschlossenes, gleichwertiges ausländisches Hochschulstudium.
- (2) Zugelassen können ferner auch Personen werden, die die Voraussetzungen des § 5 Abs. 1 nicht erfüllen, sofern diese Personen mit Studienberechtigung (mit Matura) mindestens 2 Jahre einschlägige Berufserfahrung bzw. ohne Studienberechtigung (ohne Matura) mindestens 5 Jahre einschlägige Berufserfahrung nachweisen können. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.
- (3) Für die Bewerberinnen und Bewerber ist in Übereinstimmung mit § 6 und § 7 ein geeignetes Bewerbungsverfahren einzurichten.

§ 6. Studienplätze

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

§ 7. Zulassung

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

§ 8. Unterrichtsprogramm

Das Unterrichtsprogramm des Universitätslehrganges „Ökologisches Garten- und Grünraummanagement“ setzt sich aus sechs Unterrichtsfächern, aufgeteilt auf drei Semester, zusammen. Ferner ist unter individueller Betreuung eine Abschlussarbeit zum Studienabschluss zu verfassen.

Fächer	Lehrveranstaltungen	LV-Art	UE	ECTS
Fach 1: Grundlagen naturnaher Gartenökologie			75	8
	LV 1 Ökologische Grundlagen des naturnahen Gartenbaus	VO	20	3
	LV 2 Pflanzenstandorte in Österreich	EX	15	1

	LV 3 Pflanzengesundheit und -diagnostik	SE	20	2
	LV 4 Pflanzenschutz- und -stärkungsmittel	SE	20	2
Fach 2: Ökologie und Soziologie			75	8
	LV 1 Geschichte des Gartenbaus und zeitgenössische Gartenkonzepte	VO	15	2
	LV 2 Ökologische Wirkung von Gärten und Grünräumen	VO	20	2
	LV 3 Soziologische Wirkung von Gärten und Grünräumen	VO	20	2
	LV 4 Grundlagen von Nutzungskonzepten für Gärten und Grünräume	VO	20	2
Fach 3: Ökonomie und Recht			75	8
	LV 1 Betriebswirtschaft und Kostenrechnung	VO	20	2
	LV 2 Baurecht, Raumordnung und Flächenwidmung	VO	10	1
	LV 3 Projektmanagement (Baustellenmanagem ent)	KS	25	3
	LV 4 Einführung in wissenschaftliches Arbeiten	KS	20	2
Fach 4: Planung und Gestaltung			75	8
	LV 1 Gärten und Grünräume mit besonderen Nutzungsansprüchen	VO	20	2
	LV 2 Planung und Gestaltung von Grünräumen	KS	20	2
	LV 3 Bauklimatik und Solararchitektur	VO	20	2

	LV 4 Modularbeit Nutzungskonzept	SE	15	2
Fach 5: Boden- und Standortkunde			75	8
	LV 1 Standortkunde	VO	30	3
	LV 2 Boden und Substrate	VO	20	2
	LV 3 Bodenverbesserung und Bodenpraxis	UE	15	2
	LV 4 Bodenschutz und Flächenverwendung	VO	10	1
Fach 6: Pflanzenpflege und Management-Praxis			75	8
	LV 1 Ökologische Pflegepraxis	KS	25	3
	LV 2 Garten- und Grünraummanageme nt	KS	20	2
	LV 3 Biologischer Pflanzenschutz und Pflege	UE	20	2
	LV 4 Best-Practice- Beispiele	EX	10	1
Abschlussarbeit				12
Gesamtsumme			450	60

§ 9. Lehrveranstaltungen

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

§ 10. Prüfungsordnung

(1) Die Abschlussprüfung umfasst mündliche oder schriftliche Fachprüfungen oder Prüfungsarbeiten über Fächer des Curriculums und die Verfassung, Präsentation und Verteidigung der Abschlussarbeit nach Abs. 2.

Inhalte / Fächer	Prüfungsart
Grundlagen naturnaher Gartenökologie	Mündliche Fachprüfung
Ökologie und Soziologie	Schriftliche Fachprüfung
Ökonomie und Recht	Schriftliche Fachprüfung
Planung und Gestaltung	Modularbeit
Boden- und Standortkunde	Schriftliche Fachprüfung
Pflanzenpflege und Management-Praxis	Schriftliche Fachprüfung

(2) Präsentation und Verteidigung der Abschlussarbeit:

- Die Präsentation und Verteidigung der Abschlussarbeit hat als letzte Prüfung zu erfolgen und ist eine kommissionelle Prüfung.
- Die Zulassung zu der in Ziffer 2 genannten kommissionellen Prüfung setzt eine positive Beurteilung der Fachprüfungen und der schriftlichen Abschlussarbeit nach Abs. 1 voraus.

(3) Leistungen, die an universitären oder außer-universitären Einrichtungen erbracht wurden, können anerkannt werden, wenn eine Gleichwertigkeit dieser Leistungen vorliegt.

§ 11. Evaluation und Qualitätsverbesserung

Die Evaluation und Qualitätsverbesserung erfolgt durch

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

und Umsetzung der aufgezeigten Verbesserungspotentiale.

§ 12. Abschluss

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

(2) Der Absolventin oder dem Absolventen ist die Bezeichnung „Akademische Expertin für Ökologisches Garten- und Grünraummanagement bzw. „Akademischer Experte für Ökologisches Garten- und Grünraummanagement“ zu verleihen.

§ 13. Inkrafttreten

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

194. Einrichtung des Universitätslehrganges „Ökologisches Garten- und Grünraummanagement“

(Fakultät für Bildung, Kunst und Architektur, Department für Bauen und Umwelt)

Aufgrund des Curriculums über den Universitätslehrgang „Ökologisches Garten- und Grünraummanagement“ und der Stellungnahme des Rektorats vom 14.07.2014 wird der Universitätslehrgang an der Fakultät für Bildung, Kunst und Architektur eingerichtet.

195. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang „Ökologisches Garten- und Grünraummanagement“

Der Lehrgangsbeitrag für den Universitätslehrgang „Ökologisches Garten- und Grünraummanagement“ wird mit € 7.500,-- festgelegt.

196. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „PR: B2B-Kommunikation CP“ (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)

§ 1. Weiterbildungsziel

Der Universitätslehrgang „PR: B2B-Kommunikation CP“ versteht sich als intensives Kurzstudium im Bereich Public Relations mit dem Fokus auf Business-to-Business (B2B) Unternehmen.

Das Certified Program „PR: B2B-Kommunikation CP“ hat das Ziel, die Studierenden zu kompetenten und interdisziplinär handelnden KommunikationsmanagerInnen im B2B-Bereich weiterzubilden. Das Fundament des Lehrplans bildet das kommunikationswissenschaftliche Konzept der Integrierten Kommunikation. In den Vertiefungsfächern werden die besonderen Bedürfnisse der Kommunikation in B2B Märkten aufgegriffen und Möglichkeiten der Gestaltung aufgezeigt, um diese mit speziellen Kommunikations- und Marketinginstrumenten zu beeinflussen und zu steuern. Das bedeutet Themen, wie Event- und Messekommunikation, Online-Kommunikation (Social Media), Direktmarketing und CRM, Medienarbeit und -planung, PR und Werbung, sowie E-Commerce sind Schwerpunkte im Lehrgang.

Diesem Lehrgang liegt weiters 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.

Die Studierenden werden auf die anspruchsvollen Aufgaben in der B2B-Kommunikation vorbereitet, die sie in Unternehmen oder als KommunikationsberaterInnen bspw. in Agenturen, erfüllen.

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.
- können die Grundlagen des strategischen Managements einordnen und Marken- und Kommunikationsmanagement im B2B-Bereich gemeinsam mit der Führung eines Unternehmens implementieren.
- können fachlich bewerten, welche Maßnahmen ein Unternehmen/eine Organisation implementieren muss, um die spezifischen Zielgruppen im B2B-Umfeld mit den entsprechenden Dialoginstrumenten erreichen zu können.
- verfügen über zusätzliche Qualifikation in einem weiteren Feld der Public Relations mit Fokus auf den B2B-Markt und können in diesem Feld relevantes Wissen jederzeit in die Organisation einordnen und umsetzen.

§ 2. Studienform

Der Universitätslehrgang wird als berufsbegleitendes Studium angeboten.

§ 3. Lehrgangsleitung

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

§ 4. Wissenschaftlicher Beirat

Am Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement kann ein wissenschaftlicher Beirat eingerichtet werden, der die Lehrgangsleitung in der fachlichen Weiterentwicklung 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. 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 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
Markenkommunikation in B2B	40	7		
Messe- und Eventkommunikation	40	7		
Online-Kommunikation und Marketing in B2B	40	7		
Medienarbeit	40	7		
Abschlussarbeit		2	2	50
Gesamt	160		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:
- Eine (1) mündliche und/oder schriftliche Fachprüfung aus dem Pflichtfach
 - Drei (3) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen aus den Wahlfächern
 - 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 Lehrgängen der Donau-Universität Krems sind bei Gleichwertigkeit **bis zu einem Höchstausmaß von max. 25 Prozent** anzuerkennen:
- Communications MSc (neuer Name: Kommunikation und Management MSc)
 - Kommunikation und Management – Advanced, MSc
 - Kommunikation und Management CP

 - PR und Integrierte Kommunikation MSc
 - PR und Integrierte Kommunikation – Advanced, MSc
 - PR und Integrierte Kommunikation CP

 - Social Media and Global Communication MSc
 - Social Media and Global Communication – Advanced, MSc
 - Social Media and Global Communication CP

 - PR: Gesundheitskommunikation MSc
 - PR: Gesundheitskommunikation - Advanced, MSc
 - PR: Gesundheitskommunikation CP

 - Fernstudium Public Relations
 - Fernstudium Communications Master of Science (MSc)

 - Qualitätsjournalismus, MA

 - Interne und Change-Kommunikation MSc
 - Interne und Change-Kommunikation – Advanced, MSc
 - Interne und Change-Kommunikation CP

 - PR: B2B-Kommunikation MSc
 - PR: B2B-Kommunikation – Advanced, MSc

 - Methodische Öffentlichkeitsarbeit CP
 - PR Professional Basic CP
 - Kommunikation mit Medien und Öffentlichkeit CP
 - Integrierte Krisenkommunikation CP

§ 13. Evaluation und Qualitätsverbesserung

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

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

§ 14. Abschluss

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

§ 15. Inkrafttreten

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

197. Einrichtung des Universitätslehrganges „PR: B2B-Kommunikation CP“ (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)

Aufgrund des Curriculums über den Universitätslehrgang „PR: B2B-Kommunikation CP“ und der Stellungnahme des Rektorats vom 14.07.2014 wird der Universitätslehrgang an der Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung eingerichtet.

198. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang „PR: B2B-Kommunikation CP“

Der Lehrgangsbeitrag für den Universitätslehrgang „PR: B2B-Kommunikation CP“ wird mit € 4.800,-- festgelegt.

199. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „PR: B2B-Kommunikation MSc“ (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)

§ 1. Weiterbildungsziel

Der Universitätslehrgang „PR: B2B-Kommunikation MSc“ ist eine universitäre Weiterbildung im Bereich Public Relations mit dem Fokus auf Business-to-Business (B2B) Unternehmen.

Der Universitätslehrgang „PR: B2B-Kommunikation, MSc“ hat das Ziel, die Studierenden zu kompetenten und interdisziplinär handelnden KommunikationsmanagerInnen im B2B-Bereich weiterzubilden. Das Fundament des Lehrplans bildet das kommunikationswissenschaftliche Konzept der Integrierten Kommunikation, sowie Grundlagen des Managements. Weiters werden Kompetenzen im Bereich Recht und Wissen über politische und soziale Systeme vermittelt. In den Vertiefungsfächern werden die besonderen Bedürfnisse der Kommunikation in B2B Märkten aufgegriffen und Möglichkeiten der Gestaltung aufgezeigt, um diese mit speziellen Kommunikations- und Marketinginstrumenten zu beeinflussen und zu steuern.

Unter B2B-Kommunikation wird die Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit von Unternehmen zu Unternehmen verstanden – im Gegensatz zu Beziehungen zwischen Unternehmen und Kunden als Privatpersonen (B2C, Business to Consumer). Auch wenn es in der B2B-Kommunikation selbstverständlich um Menschen geht die miteinander kommunizieren, tun sie das nicht in ihrer Funktion als Privatperson, sondern als Funktionsträger eines Unternehmens, die in organisatorische Regeln und Abläufe eingebunden sind. Anstelle einer Einzelperson sind mehrere MitarbeiterInnen aus verschiedenen Unternehmensbereichen (Buying Center) an der Kaufentscheidung beteiligt. Deshalb gilt es, deren unterschiedliche Bedürfnisse zu bedienen.

Das Aufgabenspektrum der PR- und Kommunikations-Verantwortlichen hat sich in den vergangenen Jahren erheblich erweitert. Neue Kommunikationskanäle, Tools und eine immer stärker divergierende Zielgruppe erhöhen den Wettbewerbsdruck und erfordern ein Umdenken in den Kommunikationsabteilungen. Es gilt die strikte Trennung zwischen PR und Marketing aufzuweichen und eine Zusammenarbeit zwischen Marketing, Vertrieb, HR und weiteren Unternehmensdisziplinen zu forcieren. Kommunikations-verantwortliche, die auf Business-to-Business Märkten agieren, sind somit gefordert interdisziplinäres Arbeiten zu ermöglichen, um die Schnittstellen zur Öffentlichkeit zu steuern und um den Vertrieb in der direkten Kommunikation mit dem Kunden noch stärker als im B2C-Bereich zu unterstützen. Das bedeutet Themen, wie Event- und Messekommunikation, Online-Kommunikation (Social Media), Direktmarketing und CRM, Medienarbeit und -planung, PR und Werbung, sowie E-Commerce sind Schwerpunkte im Lehrgang.

Die Studierenden werden auf die anspruchsvollen Aufgaben in der B2B-Kommunikation vorbereitet, die sie in Unternehmen oder als KommunikationsberaterInnen bspw. in Agenturen, erfüllen.

Der Universitätslehrgang „PR: B2B-Kommunikation, MSc“ richtet sich an KommunikationsberaterInnen in Agenturen und Kommunikationsverantwortliche in Unternehmen, sowie an Führungskräfte mittelständischer Unternehmen, die Kommunikations-, Marketing- und Markenprojekte realisieren und dafür praktische Leitlinien und den theoretischen und akademisch fundierten Background suchen.

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.
- können die Grundlagen des strategischen Managements einordnen und Marken- und Kommunikationsmanagement im B2B-Bereich gemeinsam mit der Führung eines Unternehmens implementieren.
- können die rechtlichen und politischen Aspekte darlegen und die Interessen eines Unternehmens oder einer Organisation auf der Grundlage geltender Gesetze zu vertreten und argumentieren.
- verstehen es, kommunikative Herausforderungen in einem Unternehmen bzw. einer Organisation zu analysieren, zu bewerten und daraus geeignete Handlungsoptionen, speziell für den B2B-Bereich abzuleiten.
- können fachlich bewerten, welche Maßnahmen ein Unternehmens/eine Organisation implementieren muss, um die spezifischen Zielgruppen im B2B-Umfeld mit den entsprechenden Dialoginstrumenten erreichen zu können.
- verfügen über zusätzliche Qualifikation in einem weiteren Feld der Public Relations mit Fokus auf den B2B-Markt und können in diesem Feld relevantes Wissen jederzeit in die Organisation einordnen und umsetzen.

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 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

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 (bestehend aus 4 Basisfächern und 4 Vertiefungsfächern) sowie zwei (2) Wahlfächer zu absolvieren.

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

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

Freie Wahlfächer				
Communicating the EU	40	7		
Präsentation, Beratung und Interview	40	7		
Text und Visualisierung	40	7		
Kommunikative Schnittstellen und Herausforderungen im Gesundheitssektor	40	7		
Authentic Leadership and Ethics	40	7		
Medienmanagement	40	7		
Praktischer Print-Journalismus	40	7		
Seminar zur Master Thesis	24	4	4	100
Master Thesis		16	16	400
Gesamt	424		90	2250

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

§ 11. Lehrveranstaltungen

- (1) Die Lehrveranstaltungen sind von der Lehrgangsleitung jeweils für einen Lehrgang vor dessen Beginn in Form von Vorlesungen, Übungen, Seminaren oder Fernstudieneinheiten festzulegen und 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 (neuer Name: Kommunikation und Management MSc)
 - Kommunikation und Management – Advanced, MSc
 - Kommunikation und Management CP

 - PR und Integrierte Kommunikation MSc
 - PR und Integrierte Kommunikation – Advanced, MSc
 - PR und Integrierte Kommunikation CP

 - Social Media and Global Communication MSc
 - Social Media and Global Communication – Advanced, MSc
 - Social Media and Global Communication CP

 - PR: Gesundheitskommunikation MSc
 - PR: Gesundheitskommunikation - Advanced, MSc
 - PR: Gesundheitskommunikation CP

 - Fernstudium Public Relations
 - Fernstudium Communications Master of Science (MSc)

 - Qualitätsjournalismus, MA

 - Interne und Change-Kommunikation MSc
 - Interne und Change-Kommunikation – Advanced, MSc
 - Interne und Change-Kommunikation CP

 - PR: B2B-Kommunikation – Advanced, MSc
 - PR: B2B-Kommunikation CP

 - Methodische Öffentlichkeitsarbeit CP
 - PR Professional Basic CP
 - Kommunikation mit Medien und Öffentlichkeit CP
 - Integrierte Krisenkommunikation CP

§ 13. Evaluation und Qualitätsverbesserung

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

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

§ 14. Abschluss

- (1) Nach erfolgreicher Ablegung der Abschlussprüfung ist der/dem Studierenden ein Abschlussprüfungszeugnis auszustellen.
- (2) Den AbsolventInnen ist der akademische Grad „Master of Science“, abgekürzt MSc zu verleihen.

§ 15. Inkrafttreten

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

200. Einrichtung des Universitätslehrganges „PR: B2B-Kommunikation MSc“ (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)

Aufgrund des Curriculums über den Universitätslehrgang „PR: B2B-Kommunikation MSc“ und der Stellungnahme des Rektorats vom 14.07.2014 wird der Universitätslehrgang an der Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung eingerichtet.

201. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang „PR: B2B-Kommunikation MSc“

Der Lehrgangsbeitrag für den Universitätslehrgang „PR: B2B-Kommunikation MSc“ wird mit € 14.900,-- festgelegt.

202. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „PR: B2B-Kommunikation – Advanced, MSc“

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

§ 1. Weiterbildungsziel

Der Universitätslehrgang „PR: B2B-Kommunikation – Advanced, MSc“ ist eine universitäre Weiterbildung im Bereich Public Relations mit dem Fokus auf Business-to-Business (B2B) Unternehmen.

Der Universitätslehrgang „PR: B2B-Kommunikation – Advanced, MSc“ hat das Ziel, die Studierenden zu kompetenten und interdisziplinär handelnden KommunikationsmanagerInnen im B2B-Bereich weiterzubilden. Das Fundament des Lehrplans bildet das kommunikationswissenschaftliche Konzept der Integrierten Kommunikation, sowie Grundlagen des Managements. Weiters werden Kompetenzen im Bereich Recht und Wissen über politische und soziale Systeme vermittelt. In den Vertiefungsfächern werden die besonderen Bedürfnisse der Kommunikation in B2B Märkten aufgegriffen und Möglichkeiten der Gestaltung aufgezeigt, um diese mit speziellen Kommunikations- und Marketinginstrumenten zu beeinflussen und zu steuern.

Das Aufgabenspektrum der PR- und Kommunikations-Verantwortlichen hat sich in den vergangenen Jahren erheblich erweitert. Neue Kommunikationskanäle, Tools und eine immer stärker divergierende Zielgruppe erhöhen den Wettbewerbsdruck und erfordern ein Umdenken in den Kommunikationsabteilungen. Es gilt die strikte Trennung zwischen PR und Marketing aufzuweichen und eine Zusammenarbeit zwischen Marketing, Vertrieb, HR und weiteren Unternehmensdisziplinen zu forcieren. Kommunikations-verantwortliche, die auf Business-to-Business Märkten agieren, sind somit gefordert interdisziplinäres Arbeiten zu ermöglichen, um die Schnittstellen zur Öffentlichkeit zu steuern und um den Vertrieb in der direkten Kommunikation mit dem Kunden noch stärker als im B2C-Bereich zu unterstützen. Das bedeutet Themen, wie Event- und Messekommunikation, Online-Kommunikation (Social Media), Direktmarketing und CRM, Medienarbeit und -planung, PR und Werbung, sowie E-Commerce sind Schwerpunkte im Lehrgang.

Die Studierenden werden auf die anspruchsvollen Aufgaben in der B2B-Kommunikation vorbereitet, die sie in Unternehmen oder als KommunikationsberaterInnen bspw. 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 Feld der Kommunikation 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.

- können die Grundlagen des strategischen Managements einordnen und Marken- und Kommunikationsmanagement im B2B-Bereich gemeinsam mit der Führung eines Unternehmens implementieren.
- können die rechtlichen und politischen Aspekte darlegen und die Interessen eines Unternehmens oder einer Organisation auf der Grundlage geltender Gesetze zu vertreten und argumentieren.
- verstehen es, kommunikative Herausforderungen in einem Unternehmen bzw. einer Organisation zu analysieren, zu bewerten und daraus geeignete Handlungsoptionen, speziell für den B2B-Bereich abzuleiten.
- können fachlich bewerten, welche Maßnahmen ein Unternehmens/eine Organisation implementieren muss, um die spezifischen Zielgruppen im B2B-Umfeld mit den entsprechenden Dialoginstrumenten erreichen zu können.
- verfügen über zusätzliche Qualifikation in einem weiteren Feld der Public Relations mit Fokus auf den B2B-Markt und können in diesem Feld relevantes Wissen jederzeit in die Organisation einordnen und umsetzen.

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 kann ein wissenschaftlicher Beirat eingerichtet werden, der die Lehrgangsleitung in der fachlichen Weiterentwicklung 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. 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
- je nach gewünschter Zusatzqualifikation: die vier (4) Fächer 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) Fächer des Wahlfach-Pakets „PR: Gesundheitskommunikation“ (Grundlagen der Gesundheitskommunikation, Organisationskommunikation im Gesundheitswesen, Public Affairs für GesundheitskommunikatorInnen, Konflikt- und Beschwerdemanagement)
- ODER die vier (4) Fächer des Wahlfach-Pakets „Interne und Change-Kommunikation“ (Anwendungsfelder der Internen Kommunikation, Organisation und Kommunikation, Grundlagen im Change Management, Interne Kommunikation und Management)
- ODER die vier (4) Fächer des Wahlfach-Pakets „Kommunikation und Management“ (Kommunikation als Führungsinstrument, Kommunikation von Unternehmensentscheidungen, Managementdisziplinen für Führungskräfte, Marketingorientierte Unternehmensführung und Markenkommunikation)
- ODER die drei (3) Fächer des Wahlfach-Pakets „PR und Integrierte Kommunikation“ (Management in Kommunikationsberufen, Kommunikation als gesellschaftspolitisches Instrument, Krisenkommunikation und Krisenmanagement) und ein (1) weiteres freies Wahlfach
- 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	Work-load ¹
Pflichtfächer			56	1400
Basisfächer				
Kommunikation und Wissenschaft	40	7		
Integrierte Kommunikation	40	7		
Management	40	7		
Recht und Politik	40	7		
Vertiefungsfächer				
Markenkommunikation in B2B	40	7		
Messe- und Eventkommunikation	40	7		
Online-Kommunikation und Marketing in B2B	40	7		
Medienarbeit	40	7		
Wahlfächer²			42	1050
Social Media and Global Communication				
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		
PR: Gesundheitskommunikation				
Grundlagen der Gesundheitskommunikation	40	7		
Organisationskommunikation im Gesundheitswesen	40	7		
Public Affairs für GesundheitskommunikatorInnen	40	7		
Konflikt- und Beschwerdemanagement	40	7		
PR und Integrierte Kommunikation				
Management in Kommunikationsberufen	40	7		
Kommunikation als gesellschaftspolitisches Instrument	40	7		
Krisenkommunikation und Krisenmanagement	40	7		
Interne und Change-Kommunikation				
Anwendungsfelder der Internen Kommunikation	40	7		
Organisation und Kommunikation	40	7		
Grundlagen im Change Management	40	7		
Interne Kommunikation und Management	40	7		
Kommunikation und Management				
Kommunikation als Führungsinstrument	40	7		
Managementdisziplinen für Führungskräfte	40	7		
Kommunikation von Unternehmensentscheidungen	40	7		
Marketingorientierte Unternehmensführung und Markenkommunikation	40	7		

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

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

§ 11. Lehrveranstaltungen

- (1) Die Lehrveranstaltungen sind von der 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:
- Acht (8) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen aus den Pflichtfächern
 - 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 des gewählten Wahlfachpakets 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 Lehrgangsführung beauftragt.
- (6) Leistungen, die an universitären oder außeruniversitären Einrichtungen erbracht wurden, können anerkannt werden, wenn eine Gleichwertigkeit dieser Leistungen vorliegt.
- (7) Leistungen aus folgenden Lehrgängen der Donau-Universität Krems sind bei Gleichwertigkeit **bis zu einem Höchstausmaß von 30 ECTS (max. 25 Prozent)** anzuerkennen:
- Communications MSc (neuer Name: Kommunikation und Management MSc)
 - Kommunikation und Management – Advanced, MSc
 - Kommunikation und Management CP

 - PR und Integrierte Kommunikation MSc
 - PR und Integrierte Kommunikation – Advanced, MSc
 - PR und Integrierte Kommunikation CP

 - Social Media and Global Communication MSc
 - Social Media and Global Communication – Advanced, MSc
 - Social Media and Global Communication CP

 - PR: Gesundheitskommunikation MSc
 - PR: Gesundheitskommunikation – Advanced, MSc
 - PR: Gesundheitskommunikation CP

 - Fernstudium Public Relations
 - Fernstudium Communications Master of Science (MSc)

 - Qualitätsjournalismus, MA

 - Interne und Change-Kommunikation MSc
 - Interne und Change-Kommunikation – Advanced, MSc
 - Interne und Change-Kommunikation CP

 - PR: B2B-Kommunikation MSc
 - PR: B2B-Kommunikation CP

- Methodische Öffentlichkeitsarbeit CP
- PR Professional Basic CP
- Kommunikation mit Medien und Öffentlichkeit CP
- Integrierte Krisenkommunikation CP

§ 13. Evaluation und Qualitätsverbesserung

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

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

§ 14. Abschluss

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

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

§ 15. Inkrafttreten

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

203. Einrichtung des Universitätslehrganges „PR: B2B-Kommunikation – Advanced, MSc“ (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)

Aufgrund des Curriculums über den Universitätslehrgang „PR: B2B-Kommunikation – Advanced, MSc“ und der Stellungnahme des Rektorats vom 14.07.2014 wird der Universitätslehrgang an der Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung eingerichtet.

204. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang „PR: B2B-Kommunikation – Advanced, MSc“

Der Lehrgangsbeitrag für den Universitätslehrgang „PR: B2B-Kommunikation – Advanced, MSc“ wird mit € 17.900,- festgelegt.

Mag. Friedrich Faulhammer
Rektor

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