

Verordnung der Universität für Weiterbildung Krems über das Curriculum des Weiterbildungsprogramms „Public Relations“

(bisher: „Strategische Kommunikation und PR CP“)

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

Studium gemäß § 56 (1) UG, Certificate Program / CP, 24 ECTS-Punkte

§ 1. Qualifikationsprofil

Das Certificate Program (CP) „Public Relations“ an der Universität für Weiterbildung Krems versteht sich als intensives, fachspezifisches Kurzprogramm im Bereich Public Relations. Es hat das Ziel, den Studierenden Fachkenntnisse in strategischer Medienarbeit und Kampagnenführung, im Markenmanagement und in der Krisenkommunikation zu vermitteln. Weiters haben Studierende die Möglichkeit, im Rahmen des Moduls „Überzeugen und ethisch handeln“ Kurse zu unterschiedlichen thematischen Schwerpunkten zu wählen. Das im Weiterbildungsprogramm erworbene Wissen kann in der PR-Praxis angewendet und im Sinne eines Know-how-Transfers an Mitarbeiter_innen und Vorgesetzte weitergegeben werden.

Diesem Weiterbildungsprogramm 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.

Nach Absolvierung des Weiterbildungsprogramms können die Studierenden:

- strategische Medienarbeit auf analogen und digitalen Kanälen unter Einhaltung ethischer Grundsätze und Einbeziehung relevanter Dialogpartner_innen umsetzen.
- strategische Markenentwicklung sowie das Management bestehender Produkt-, Dienstleistungs- und Unternehmensmarken gestalten.
- unter Berücksichtigung von Nachhaltigkeitskriterien, Gender- und Diversitätsaspekten sowie rechtlichen Vorgaben eine glaubwürdige Unternehmenskommunikation umsetzen.
- bei unterschiedlichen Krisenereignissen die Krisenkommunikation sowie das Krisenmanagement für Unternehmen und Interessensvertretungen durchführen.

§ 2. Studienform und Dauer

Das Weiterbildungsstudium dauert 2 Semester und umfasst 24 ECTS-Punkte. Der Ablauf des Weiterbildungsprogramms ist so organisiert, dass berufsbegleitend studiert werden kann.

§ 3. Studienleitung

- (1) Es ist eine Studienleitung zu bestellen. Diese kann aus einer oder mehreren hierfür wissenschaftlich und organisatorisch qualifizierten Personen bestehen. Im Falle mehrerer Personen muss ein_e Koordinator_in bestimmt werden und zumindest eine der Personen muss die wissenschaftlichen Anforderungen durch Nachweis eines abgeschlossenen einschlägigen PhD- oder Doktoratsstudiums erfüllen.
- (2) Die Studienleitung entscheidet in allen Angelegenheiten des Weiterbildungsprogramms, soweit diesbezüglich keine andere Zuständigkeit vorliegt. Besteht die Studienleitung aus mehreren Personen, werden Entscheidungen mit einfacher Mehrheit getroffen. Bei Stimmgleichheit entscheidet der_die Koordinator_in.

§ 4. Zulassungsvoraussetzungen

- (1) Allgemeine Universitätsreife,
oder
- (2) abgeschlossene Ausbildung auf mindestens NQR-Niveau VI
oder
- (3) mehrjährige einschlägige Berufserfahrung
und in allen Fällen
- (4) positiver Abschluss eines Auswahlverfahrens in Form eines Aufnahmegesprächs.
- (5) Es ist im Zulassungsverfahren ein Aufnahmegespräch zu führen, in dem die Studienleitung gemeinsam mit den Bewerber_innen die Auswahl der Wahlmöglichkeiten vornimmt und in einem „Learning Agreement“ festhält.

§ 5. Studienplätze

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

§ 6. Zulassung

Die endgültige Entscheidung und Zulassung der Studierenden bei Vorliegen der Voraussetzungen gemäß § 4 und § 5 obliegt gemäß § 60 Abs. 1 UG dem Rektorat.

§ 7. Aufbau und Gliederung

- (1) Es sind insgesamt vier (4) Module zu absolvieren.
- (2) Im Rahmen des Moduls „Überzeugen und ethisch handeln“ haben die Studierenden die Möglichkeit, Kurse zu unterschiedlichen thematischen Schwerpunkten zu wählen.

Module	ECTS-Punkte
Strategische Medienarbeit und Kampagnenführung	6
Markenkommunikation und Markenmanagement	6
Überzeugen und ethisch handeln	6
Krisenkommunikation und Krisenmanagement	6
Summe	24

§ 8. Kurse

Die Module können aus mehreren Kursen bestehen. Angaben zu den Kursen sind von der Studienleitung vor dem jeweiligen Programmstart kundzumachen. Detaillierte Informationen sind den Modul- und Kursbeschreibungen zu entnehmen.

§ 9. Prüfungsordnung

Für die positive Absolvierung des Weiterbildungsprogramms sind folgende Leistungen zu erbringen:

Positive Beurteilung aller Module, die in diesem Curriculum festgelegt sind, in Form von Teilprüfungen über die Kurse.

Die detaillierten Prüfungsmodalitäten sind den Modul- und Kursbeschreibungen zu entnehmen.

§ 10. Evaluierung und Qualitätsentwicklung

Alle Studienangebote sind in das gem. Hochschul-Qualitätssicherungsgesetz zertifizierte Qualitätsmanagement-System der UWK eingebunden. Die Kurse und das gesamte

Weiterbildungsprogramm werden durch die Studierenden bzw. Absolvent_innen regelmäßig evaluiert. Die Rückmeldungen von Studierenden und Lehrenden sind maßgeblich für die qualitätsvolle Weiterentwicklung des Studienangebots.

§ 11. Abschluss

(1) Nach der positiven Beurteilung aller Leistungen ist dem_der Studierenden ein Abschlusszeugnis auszustellen.

§ 12. Inkrafttreten

Das vorliegende Curriculum tritt mit Wintersemester 2024/2025 in Kraft.

§ 13. Übergangsbestimmungen

Studierende, die vor dem WS 2024/25 zugelassen wurden, schließen nach der Verordnung, veröffentlicht im Mitteilungsblatt Nr. 43/2017 ab. Diese Verordnung tritt mit 31.12.2026 außer Kraft.

Nach Abstimmung mit der Studienleitung können Studierende bereits vor dem 31.12.2026 auf die aktuelle Verordnung umsteigen.