

131. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Qualitätsjournalismus (MA)“ (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)

§ 1. Weiterbildungsziel

Ziel des Universitätslehrgangs Qualitätsjournalismus ist die Weiterbildung der Studierenden zu qualifizierten Journalistinnen und Journalisten in den Bereichen Printmedien, Audiovisuelle Medien und Neue Medien. Den Studierenden sollen neben den theoretischen Grundlagen die praktischen Applikationen vermittelt werden. Darüber hinaus wird die notwendige Verbindung von Theorie und Praxis des journalistischen Handelns insbesondere in den Themengebieten Medienrecht, Public Relations, Politik, Wirtschaft und Management sowie ethischen Normen hergestellt. Ziel der Weiterbildung ist die Mitwirkung an der Etablierung eines internationalen journalistischen Qualitätsstandards.

Lernergebnisse

AbsolventInnen des Universitätslehrgangs Qualitätsjournalismus sind in der Lage,

- relevante Kriterien für Qualität im Journalismus zu erkennen, diese zu diskutieren und anzuwenden.
- praktisch erworbene Handlungsweisen durch Beschäftigung mit den theoretischen Grundlagen einzuordnen, abzugrenzen und mit neuen Erkenntnissen zu verknüpfen.
- theoretisches Know-how in eigenständigen Beiträgen, Projekten bzw. in journalistischen Produkten umzusetzen.
- relevante Schnittstellen zwischen den einzelnen Medien zu identifizieren und Kohärenzen für den weiterführenden fachlichen Austausch zu finden.
- branchenübergreifend ihr Publikum zu identifizieren und zielgruppenspezifisch zu kommunizieren.
- ihre persönlichen und fachlichen Fähigkeiten zu analysieren und zu reflektieren sowie daraus Entwicklungspotentiale abzuleiten.

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

§ 2. Studienform

Der Universitätslehrgang ist als berufsbegleitende Studienvariante anzubieten.

§ 3. Lehrgangsführung

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

§ 4. Fachbeirat

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

§ 5. Dauer

Der Universitätslehrgang umfasst berufsbegleitend vier Semester. Würde das Studium in einer Vollzeitvariante angeboten, so dauerte es 3 Semester (90 ECTS-Punkte).

§ 6. Zulassungsvoraussetzungen

- 1) Voraussetzungen für die Zulassung zum Universitätslehrgang sind
 - a) ein abgeschlossenes österreichisches Hochschulstudium oder
 - b) ein nach Maßgabe ausländischer Studienvorschriften abgeschlossenes gleichwertiges Hochschulstudium oder
 - c) Vorliegen der allgemeinen Universitätsreife und mindestens vier (4) Jahre studienrelevante, qualifizierte Berufserfahrung in adäquater Position, wenn damit eine dem Abs. 1a gleichzuhaltende Qualifikation erreicht wird. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.
 - d) Ohne Vorliegen der allgemeinen Universitätsreife mindestens acht (8) Jahre Berufserfahrung, davon mindestens vier (4) Jahre studienrelevante, qualifizierte Berufserfahrung in adäquater Position, wenn damit eine dem Abs. 1a gleichzuhaltende Qualifikation erreicht wird. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.

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

§ 7. Nachweis der Unterrichtssprache

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

§ 8. Studienplätze

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

§ 9. Zulassung

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

§ 10. Unterrichtsprogramm

- 1) Es sind insgesamt fünf (5) Pflichtfächer und fünf (5) Wahlfächer zu absolvieren.
- 2) Zusätzlich ist das „Seminar zum Master Piece“ vor der Abgabe des Master

- Piece zu absolvieren.
- 3) Für Studierende, die aufgrund §6 (1) c-d zum Universitätslehrgang zugelassen wurden, ist das Wahlfach aus der „Wahlfachgruppe A“ verpflichtend, mit Ausnahme von AbsolventInnen von Masterprogrammen der Donau-Universität Krems.
 - 4) Es müssen mindestens zwei Wahlfächer aus der „Wahlfachgruppe B“ (mit thematischem Bezug zum Lehrgangsthema) absolviert werden.
 - 5) Die Auswahl sämtlicher Wahlfächer muss durch die Lehrgangsleitung genehmigt werden. In begründeten Ausnahmefällen können Studierende auch weniger als zwei Wahlfächer aus der „Wahlfachgruppe B“ wählen.
 - 6) Die im Rahmen des Unterrichtsprogramms des Universitätslehrgangs angebotenen Wahlfächer werden nach Maßgabe der organisatorischen Rahmenbedingungen bzw. vorbehaltlich der MindestteilnehmerInnenzahl angeboten.

Fächer	UE	ECTS-Punkte/Fach	ECTS-Punkte gesamt	Workload
Pflichtfächer			35	875
Grundlagen im Journalismus und Medien	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Qualität und Ethik im Journalismus • Macht der Medien • Medienpsychologie 				
Journalistisches Schreiben	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Schreibwerkstatt zu ausgewählten Darstellungsformen • tatsachenorientierte Darstellungsformen • meinungsbasierte Darstellungsformen 				
Mit den Ohren sehen: Grundlagen des Radiomachens	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Radiotechnik • Meldungen schreiben, Shorties formulieren • Grundlagen des Radiomachens: Wortradio 				
Visuelle Berichterstattung: Kurzbeitrag im TV	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in den TV-Schnitt • Einführung in dieameratechnik • Kurzbeiträge im TV 				
Digitaler Journalismus	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • aktuelle Entwicklungen im Multimedia-Journalismus • zielgruppenspezifisches Texten • kontextbezogene Aufbereitung von Inhalten für unterschiedliche Endgeräte 				
Wahlfächer:			35	875
Wahlfachgruppe A				
Einführung und Basiskompetenzen	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Arbeiten in interdisziplinären Teams • Lern- und Lesetechniken • Recherchieren, Zitieren, 				

Literaturverwaltung				
Wahlfachgruppe B				
Foto und Bildkommunikation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • technische, inhaltliche und ästhetische Kriterien von Bildern • Fotoworkshop • rechtliche Rahmenbedingungen 				
Radiolangformat als Kunstform: Dramaturgie, Regie und künstlerischer Umgang mit dem Originalton	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Dramaturgie und Regie von Radiolangformaten • kreativer Umgang mit Sounds, Atmosphären, Sprache und Musik • Aufschlüsse und Handlungsanleitungen im Diskurs mit erfahrenen RadiomacherInnen 				
TV-Reportage und Dokumentation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Charakteristika von TV-Reportage und Dokumentation • Genrespezifischer Zugang zu einem Thema • Praktische Umsetzung 				
Media Entrepreneurship: Unternehmerische Grundlagen für Medienschaffende	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Aufbau und Pflege von Human Brands • Grundlagen des (Selbst-)Marketings • Reflexion der unternehmerischen Identität 				
Studienreise: Journalismus „On Air“	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Einblicke in den Redaktionsalltag deutscher Medienhäuser • Sprache und Moderation in audiovisuellen Medien • Hintergrundgespräche mit Medienprofis 				
Mediendramaturgie, Bild- und Lichtgestaltung	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Mediendramaturgie • Werkzeuge der Emotionen • Montage 				
Wahlfachgruppe C				
Anwendungsfelder der Organisationskommunikation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Strategische Kommunikation in, über und von Organisationen • Medienarbeit • PR-Konzeption und Kampagnen 				
Arbeitsfelder im Journalismus	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Darstellungsformen im quattromedialen Kontext • Journalistische Ressorts • Aktuelle Herausforderungen im Berufsfeld Journalismus 				

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

Anwendungsfelder im Informationsdesign	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Verbales, visuelles und komplexes Informationsdesign in realen und virtuellen Räumen • Usability und User-Centered Design • Daten- und Informationsvisualisierung 				
Transdisziplinäre Methoden	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> • Komplexität und Systemdynamik • Agent-based modeling • Angewandte Methoden der Transdisziplinarität 				
Seminar zum Master Piece	16	4	4	100
Master Piece		16	16	400
Gesamt	416		90	2250

§ 11. Lehrveranstaltungen

- (1) Die Lehrveranstaltungen sind von der Lehrgangsleitung jeweils für einen Lehrgangstart vor dessen Beginn in Form von Vorlesungen, Übungen, Seminaren oder Fernstudieneinheiten festzulegen und in geeigneter Form kundzumachen. Geringfügige organisationsbedingte Abweichungen hiervon sind zulässig.
- (2) Lehrveranstaltungen können, sofern pädagogisch und didaktisch zweckmäßig, als Fernstudieneinheiten angeboten werden. Dabei ist die Erreichung des Lehrziels mittels geeigneter Unterrichtsmaterialien sicherzustellen. Die Aufgliederung der Fernstudieneinheiten ist den Studierenden vor Beginn der Lehrveranstaltung in geeigneter Weise bekannt zu machen.

§ 12. Prüfungsordnung

- 1) Die Studierenden haben eine Abschlussprüfung abzulegen.
- 2) Diese Abschlussprüfung besteht aus folgenden Prüfungen:
 - a) Fünf (5) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen und/oder Hausarbeiten aus den Pflichtfächern
 - b) Fünf (5) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen und/oder Hausarbeiten aus den Wahlfächern
 - c) Einer (1) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfung und/oder Hausarbeit aus dem „Seminar zum Master Piece“
 - d) Einer (1) praktischen Abschlussarbeit („Master Piece“)
- 3) Das Master Piece ist als Hausarbeit eigenständig zu gestalten und nach positiver Beurteilung mündlich zu verteidigen. Das Thema des Master Piece ist den Pflichtfächern des Universitätslehrgangs zu entnehmen. Die/der Studierende ist berechtigt, ein Thema vorzuschlagen oder aus einer Anzahl von Vorschlägen auszuwählen.
- 4) Mit der Koordinierung der Prüfungen und des Master Piece ist die Lehrgangsleitung beauftragt.
- 5) Leistungen, die an universitären oder außeruniversitären Einrichtungen erbracht wurden, können anerkannt werden, wenn eine Gleichwertigkeit dieser Leistungen vorliegt.
- 6) Leistungen aus folgenden Universitätslehrgängen der Donau-Universität Krems sind bei Gleichwertigkeit anzuerkennen:
 - Change Management (AE, CP)
 - Change Management MSc

vormals: Change Management MSc / Veränderungsmanagement MSc

- Communications MBA
- Digitaler Journalismus CP
- Digitale Kommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
vormals: Social Media and Global Communication (Advanced MSc, MSc, CP)

- Fernsehjournalismus
- Fernstudium Public Relations
- Fernstudium Communications Master of Science (MSc)
- Informationsdesign (MA, AE, CP)
- Informations- und Datenvisualisierung CP
- Innovationsmanagement (MSc, AE, CP)
- Integrated Management Systems MBA
vormals: Integrated Management Systems MBA/Integrierte Managementsysteme MBA

- Internationales Informations- und Kommunikationssystemmanagement MSc
- Internationales Projektmanagement (MSc, AE, CP)
vormals: International Project Management MSc / Internationales Projektmanagement MSc sowie International Project Management (AE, CP)

- Integrierte Krisenkommunikation (CP)
- Interne und Change-Kommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
- Kommunikation mit Medien und Öffentlichkeit CP
- Kommunikation und Management (Advanced MSc, MSc, AE, CP)
- Lean Operations Management (MSc, AE, CP)
- Methodische Öffentlichkeitsarbeit (CP)
- Printjournalismus CP
- Professional MSc
- Prozessmanagement (MSc, AE, CP)
- PR dual (AE)
- PR Professional Basic CP
- PR: Gesundheitskommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
- Qualitätsmanagement (MSc, AE, CP)
- Radiojournalismus CP
- Risikomanagement MSc

vormals: Risk Management MSc / Risikomanagement MSc

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

§ 13. Evaluation und Qualitätsverbesserung

Die Evaluation und Qualitätsverbesserung erfolgt durch

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

§ 14. Abschluss

- 1) Nach erfolgreicher Ablegung der Abschlussprüfung ist der/dem Studierenden ein Abschlussprüfungszeugnis auszustellen.
- 2) Der Absolventin oder dem Absolventen ist der akademische Grad „Master of Arts (Journalism in Print, Radio, Television and Online)“, abgekürzt MA zu verleihen.

§ 15. Inkrafttreten

Das Curriculum tritt mit WS 2017/18 in Kraft.

§ 16. Übergangsbestimmungen

Studierende, die vor WS 2009/10 zugelassen wurden, schließen nach der Verordnung, veröffentlicht im Mitteilungsblatt 50/31.08.2009, ab. Diese Verordnung tritt mit 31.12.2021 außer Kraft.

Studierende, die ab WS 2009/10 und vor in Kraft treten der vorliegenden Verordnung zugelassen wurden, schließen nach der Verordnung im Mitteilungsblatt 72/18.09.2014 ab. Diese Verordnung tritt mit 31.12.2021 außer Kraft.

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