

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

### **§ 1. Weiterbildungsziel**

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

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

#### Lernergebnisse:

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

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

### **§ 2. Studienform**

Der Universitätslehrgang wird als berufsbegleitendes Studium angeboten.

### **§ 3. Lehrgangsleitung**

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

### **§ 4. Wissenschaftlicher Beirat**

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

### **§ 5. Dauer**

Der Universitätslehrgang umfasst berufsbegleitend zwei (2) Semester.

### § 6. Zulassungsvoraussetzungen

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

### § 7. Nachweis der Unterrichtssprache

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

### § 8 Studienplätze

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

### § 9. Zulassung

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

### § 10. Unterrichtsprogramm

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

Fächer	UE	ECTS-Punkte/Fach	ECTS-Punkte gesamt	Workload
<b>Pflichtfächer</b>			<b>7</b>	<b>175</b>
Grundlagen der Kommunikation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Modelle und Theorien der Kommunikationswissenschaft</li> <li>• Public Relations, Marketing und Werbung</li> <li>• Kommunikationspsychologie und persuasives Marketing</li> </ul>				
<b>Wahlfächer:</b>			<b>21</b>	<b>525</b>

<b>Wahlfachgruppe A</b>				
General Management	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Allgemeine Betriebswirtschaftslehre</li> <li>• Strategisches Management</li> <li>• Rechnungswesen</li> </ul>				
Kommunikationskompetenz als Führungsinstrument	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Führungskonzepte</li> <li>• Gesprächsführung und Verhandlungstechniken</li> <li>• Konfliktbearbeitung</li> </ul>				
Management für Führungskräfte	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Problemlösungsansätze</li> <li>• Controlling</li> <li>• Bilanzanalyse</li> </ul>				
<b>Wahlfachgruppe B</b>				
Anwendungsfelder der Organisationskommunikation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategische Kommunikation in, über und von Organisationen</li> <li>• Medienarbeit</li> <li>• PR-Konzeption und Kampagnen</li> </ul>				
Arbeitsfelder im Journalismus	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Darstellungsformen im quattromedialen Kontext</li> <li>• Journalistische Ressorts</li> <li>• Aktuelle Herausforderungen im Berufsfeld Journalismus</li> </ul>				
Führungskommunikation	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommunikationskompetenz als Führungsinstrument</li> <li>• Kommunikation von schwierigen Unternehmensentscheidungen</li> <li>• Präsenz, Authentizität und Wirkung in der Kommunikation</li> </ul>				
Anwendungsfelder digitaler Medien	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Technologien und Tools digitaler Kommunikation</li> <li>• Strategisches Online-Marketing</li> <li>• Crossmediale Kommunikation</li> </ul>				
Ausgewählte Themen der Wirtschaftswissenschaften	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Management für Führungskräfte</li> <li>• Strategisches Leadership</li> <li>• Wirtschaftliche Einflussfaktoren auf Organisationen</li> </ul>				
Managementsysteme in wissensorientierten Organisationen	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arten von Managementsystemen (Prozess, Qualität, Risiko, etc.)</li> <li>• Standards und Normen für Managementsysteme</li> <li>• Einführung von Managementsystemen</li> </ul>				
Methoden der Operational Excellence	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Methoden zur Messung und Steigerung der Leistungsfähigkeit einer Organisation</li> <li>• Förderung innovativer Organisationskultur</li> <li>• Organisatorische Verankerung nachhaltiger Verbesserungen</li> </ul>				
Gesellschaftlicher und politischer Wandel	40	7		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Finanzierung von Unternehmen und Staat</li> <li>• Gesellschaftspolitische Rahmenbedingungen für Kommunikation</li> <li>• Anwendungsfelder der politischen Kommunikation</li> </ul>				
Informationssysteme und Digitale Transformation	40	7		

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

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

### § 11. Lehrveranstaltungen

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

### § 12. Prüfungsordnung

- (1) Die Studierenden haben eine Abschlussprüfung abzulegen.
- (2) Diese Abschlussprüfung besteht aus folgenden Prüfungen:
  - a) Einer (1) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfung und/oder Hausarbeit aus dem Pflichtfach
  - b) Drei (3) mündlichen und/oder schriftlichen Fachprüfungen und/oder Hausarbeiten aus den Wahlfächern
  - c) Einer (1) schriftlichen Abschlussarbeit
- (3) Die Abschlussarbeit ist als Hausarbeit zu erstellen. Das Thema der Abschlussarbeit ist den lehrgangsspezifischen Fächern zu entnehmen. Die/der Studierende ist

berechtigt, ein Thema vorzuschlagen oder aus einer Anzahl von Vorschlägen auszuwählen.

- (4) Mit der Koordinierung der Prüfungen und der Abschlussarbeit ist die Lehrgangsführung beauftragt.
- (5) Leistungen, die an universitären oder außeruniversitären Einrichtungen erbracht wurden, können anerkannt werden, wenn eine Gleichwertigkeit dieser Leistungen vorliegt.
- (6) Leistungen aus folgenden Universitätslehrgängen der Donau-Universität Krems sind bei Gleichwertigkeit anzuerkennen:
- Change Management ( AE, CP)
  - Change Management MSc  
*vormals: Change Management MSc / Veränderungsmanagement MSc*
  - Communications MBA
  - Digitaler Journalismus CP
  - Digitale Kommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)  
*vormals: Social Media and Global Communication (Advanced MSc, MSc, CP)*
  - Fernsehjournalismus
  - Fernstudium Public Relations
  - Fernstudium Communications Master of Science (MSc)
  - Informationsdesign (MA, AE, CP)
  - Informations- und Datenvisualisierung CP
  - Innovationsmanagement (MSc, AE, CP)
  - Integrated Management Systems MBA  
*vormals: Integrated Management Systems MBA/Integrierte Managementsysteme MBA*
  - Internationales Informations- und Kommunikationssystemmanagement MSc
  - Internationales Projektmanagement (MSc, AE,CP)  
*vormals: International Project Management MSc / Internationales Projektmanagement MSc sowie International Project Management (AE,CP)*
  - Integrierte Krisenkommunikation (CP)
  - Interne und Change-Kommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
  - Kommunikation mit Medien und Öffentlichkeit CP
  - Kommunikation und Management (Advanced MSc, MSc, AE)
  - Lean Operations Management (MSc, AE, CP)
  - Methodische Öffentlichkeitsarbeit (CP)
  - Printjournalismus CP
  - Professional MSc
  - Prozessmanagement (MSc, AE, CP)
  - PR dual (AE)
  - PR Professional Basic CP
  - PR: Gesundheitskommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)
  - Qualitätsjournalismus MA
  - Qualitätsmanagement (MSc, AE, CP)
  - Radiojournalismus CP
  - Risikomanagement MSc  
*vormals: Risk Management MSc / Risikomanagement MSc*
  - Strategisches Informationsmanagement (MSc, AE, CP)
  - Strategische Kommunikation und PR (Advanced MSc, MSc, CP)  
*vormals: PR und Integrierte Kommunikation (Advanced MSc, MSc, CP)*
  - Technische Kommunikation und Medienmanagement MSc
  - TV-Produktion CP

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

### **§ 13. Evaluation und Qualitätsverbesserung**

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

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

### **§ 14. Abschluss**

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

### **§ 15. Inkrafttreten**

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

### **§ 16. Übergangsbestimmungen**

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

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