

**UNIVERSITÄT LEIPZIG**

Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie  
Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft

**Studienordnung  
für das B.A.- Schwerpunktfach Public  
Relations/Kommunikationsmanagement  
im Bakkalaureatstudiengang der Universität Leipzig**

**Vom 2. April 2002**

---

Aufgrund des § 21 i.V. m. § 8 Abs. 2 des Gesetzes über die Hochschulen im Freistaat Sachsen (Sächsisches Hochschulgesetz - SächsHG) vom 11. Juni 1999 (Sächs.GVBl.Nr. 11/1999 S. 293) hat die Universität Leipzig am 11. Dezember 2001 folgende Studienordnung beschlossen.

(Maskuline Personenbezeichnungen in dieser Studienordnung gelten ebenso für Personen weiblichen Geschlechts)

**Inhaltsübersicht:**

**I. Allgemeines**

- § 1 Geltungsbereich
- § 2 Zugangsvoraussetzungen
- § 3 Studienbeginn
- § 4 Studiendauer
- § 5 Ziele des Studiengangs
- § 6 Vermittlungsformen
- § 7 Studienberatung

## **II. Inhalt und Aufbau des Studiums**

§ 8 Bereiche des Studiums

§ 9 Studienaufbau

9.1 Allgemeines

9.2 Studiumumfang

9.3 Erstes und zweites Studienjahr (Grundstudium)

9.4 Drittes Studienjahr (Schwerpunktstudium)

## **III. Prüfungsvorleistungen**

§ 10 Prüfungsvorleistungen für die Zwischenprüfung

§ 11 Prüfungsvorleistungen für die B.A.-Abschlussprüfung

## **IV. Weitere Bestimmungen**

§ 12 Anrechenbarkeit von Studienleistungen

§ 13 Studienangebot

§ 14 In-Kraft-Treten und Veröffentlichung

## **V. Anlage**

Studienablaufplan (Empfehlungen)

## **I. Allgemeines**

### **§ 1 Geltungsbereich**

Die vorliegende Studienordnung regelt das Studium des Faches Public Relations/Kommunikationsmanagement an der Universität Leipzig auf Grundlage der Bakkalaureatrahmenprüfungsordnung der Universität Leipzig vom 4. Februar 1999. Die Studienordnung wird durch Studienordnungen der mit dem Schwerpunktfach kombinierbaren Haupt- und Nebenfächer ergänzt.

### **§ 2 Zugangsvoraussetzungen**

- (1) Die Qualifikation wird durch ein Zeugnis der Hochschulreife (allgemeine Hochschulreife oder einschlägig fachgebundene Hochschulreife) oder ein durch Rechtsvorschrift oder von der zuständigen staatlichen Stelle als gleichwertig anerkanntes Zeugnis nachgewiesen.
- (2) Kenntnisse in Englisch sind durch das Abiturzeugnis oder durch eine Feststellungsprüfung an einer Universität bzw. einer staatlichen oder staatlich anerkannten Bildungseinrichtung bei Studienaufnahme nachzuweisen.  
Der Kenntnissnachweis einer weiteren modernen Fremdsprache ist durch das Abiturzeugnis oder durch eine Feststellungsprüfung an einer Universität bzw. einer staatlichen oder staatlich anerkannten Bildungseinrichtung bei Studienaufnahme, spätestens bis zur Meldung zur Zwischenprüfung, zu erbringen.
- (3) Die Ableistung eines mindestens sechsmonatigen Vollzeit-Vorpraktikums in Pressestellen, PR-Agenturen, PR-Abteilungen, Redaktionen oder anderen publizistischen Einrichtungen (gemäß § 13 Abs. 4 und 5 SächsHG) ist bei der Bewerbung bzw. bis zum Studienantritt schriftlich nachzuweisen.
- (4) Es wird eine fachinterne Eignungsprüfung durchgeführt. Sie besteht aus der Bewertung von drei im Rahmen der Bewerbung einzureichenden publizistischen Arbeiten sowie einem persönlichen Eignungsgespräch, das nur dann geführt wird, wenn der Bewerber bei der Begutachtung der eingereichten publizistischen Arbeiten eine definierte Mindestpunktzahl erreicht hat. Näheres regelt die "Ordnung zur Eignungsfeststellung für den Bakkalaureatstudiengang Public Relations/Kommunikationsmanagement".

- (5) Die Einschreibebedingungen sind durch die Immatrikulationsordnung der Universität Leipzig geregelt.

### **§ 3**

#### **Studienbeginn**

Das Studium kann nur zu Beginn des Sommersemesters aufgenommen werden.

### **§ 4**

#### **Studiendauer**

Die Regelstudienzeit beträgt einschließlich der Zeit für die Anfertigung der B.A.-Abschlussarbeit und der Bakkalaureatprüfung drei Studienjahre (sechs Semester).

### **§ 5**

#### **Ziele des Studiengangs**

- (1) Das Studium bereitet auf die Tätigkeit des Kommunikationsmanagers (bzw. PR-Beraters oder PR-Referenten) in Tätigkeitsfeldern der Public Relations und Organisationskommunikation vor. Dazu gehören insbesondere PR-Abteilungen von Unternehmen, Verbänden, PR-Agenturen, Pressestellen in Parteien, Organisationen der Öffentlichen Hand, in Kultur, Sport, Wissenschaft, den Medien und anderen Organisationsformen. Weitere Tätigkeitsfelder lassen sich der internen Kommunikation und der Werbung zuordnen.
- (2) Im Verlauf des Studiums werden folgende Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten vermittelt: Grundlagen der Kommunikations- und Medienwissenschaft und breite Kenntnisse in Public Relations/Kommunikationsmanagement, Kenntnisse kommunikations- und vor allem PR-wissenschaftlicher Forschungsprobleme, -methoden und -ergebnisse, sowie fundierte Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten in der Analyse, Lösung, praktischen Umsetzung und Evaluation kommunikativer Probleme und Strategien.
- (3) Die Ausbildung verknüpft wissenschaftliches Studium mit berufspraktischer Orientierung und einem Grundbestand an berufspraktischen Fähigkeiten und Fertigkeiten. Sie zielt darauf ab, den Studierenden die Rolle von PR-Fachleuten in der demokratischen Gesellschaft zu verdeutlichen, ihnen eine berufsethische Orientierung zu vermitteln und den Erwerb einer hohen Fachkompetenz,

Sachkompetenz sowie der für die Berufsfelder notwendigen sozialen und kommunikativen Kompetenz zu ermöglichen.

## **§ 6**

### **Vermittlungsformen**

Vermittlungsformen sind:

- c Vorlesungen (V)
- c Seminare (S)
- c Hauptseminare (HS)
- c Konzeptionsseminare (KS)
- c Übungen (Ü)
- c Praktika (P)
- c Forschungsseminare (FS)
- c Kolloquien (K)

## **§ 7**

### **Studienberatung**

- (1) Die allgemeine Studienberatung erfolgt durch die Zentrale Studienberatung der Universität Leipzig. Sie erstreckt sich auf Fragen der Studienmöglichkeiten, Einschreibemodalitäten und allgemeine studentische Angelegenheiten.
- (2) Die studienbegleitende fachliche Beratung im Fach Public Relations/Kommunikationsmanagement ist Aufgabe des Instituts. Sie erfolgt durch die Hochschullehrer und wissenschaftlichen Mitarbeiter des B.A.-Studienganges Public Relations/Kommunikationsmanagement. Die studienbegleitende fachliche Beratung unterstützt die Studenten insbesondere in Fragen der Studiengestaltung.  
Der Prüfungsausschuss bzw. das ihm zugeordnete Prüfungsamt berät in Fragen der Prüfungsorganisation.
- (3) Für Studienanfänger werden Orientierungsveranstaltungen durchgeführt.
- (4) Studierende, die bis zu Beginn des dritten Semesters keinen Leistungsnachweis erbracht haben, sowie Studierende, die bis zu Beginn des fünften Semesters keine Zwischenprüfung abgelegt haben, müssen jeweils im dritten bzw. fünften Semester an einer Studienberatung teilnehmen.

## **II. Inhalt und Aufbau des Studiums**

### **§ 8**

#### **Bereiche des Studiums**

Der Bakkalaureatstudiengang setzt sich aus Angeboten folgender Bereiche zusammen:

Bereich 1: Public Relations/Kommunikationsmanagement

- ⌄ Theorie(n) der Public Relations
- ⌄ Geschichte der Public Relations
- ⌄ Ethische Grundfragen der PR und der persuasiven Kommunikation
- ⌄ Strukturen des PR-Berufsfeldes
- ⌄ Praxisfelder der Public Relations/Kommunikationsmanagement
- ⌄ Methoden und Instrumente der PR und PR-Forschung
- ⌄ Strategisches Kommunikationsmanagement

Bereich 2: Historische und Systematische Kommunikationswissenschaft (HSK)

- ⌄ Einführung in die Kommunikationswissenschaft/Grundbegriffe
- ⌄ Kommunikations- und Medientheorien
- ⌄ Nationale und internationale Medienstrukturen
- ⌄ Kommunikations- und Medienethik
- ⌄ Kommunikations- und Medienrecht

Bereich 3: Empirische Kommunikations- und Medienforschung (EMF)

- ⌄ Grundfragen und Ansätze der empirischen Kommunikations- und Medienforschung
- ⌄ Methoden der empirischen Medienforschung
- ⌄ Publikums-/Mediaforschung
- ⌄ Medienwirkungsforschung

Bereich 4: Medienwissenschaft und -kultur, Medienpädagogik,

Buchwissen  
schaft

- ⌄ Medienökonomie
- ⌄ Medienspezifik und Medienästhetik
- ⌄ Medienanalyse

Bereich 5: Journalistik

- o Grundfragen des Journalismus
- o Methodik des journalistischen Arbeitens (Recherchieren, Interviewen, Melden, Berichten, Kommentieren, Redigieren, etc.)

**§ 9**

**Studienaufbau**

**9.1 Allgemeines**

- (1) Das Bakkalaureatstudium ist ein dreijähriger Studiengang.
- (2) Das Studium gliedert sich in ein zweijähriges Grund- und in ein einjähriges Hauptstudium. Das Grundstudium wird mit der Zwischenprüfung abgeschlossen, das Hauptstudium endet nach dem dritten Studienjahr mit der Bakkalaureatprüfung (B.A.).
- (3) Im Grundstudium (erstes und zweites Studienjahr) können
  - a) zwei Hauptfächer oder
  - b) ein Hauptfach und zwei Nebenfächergewählt werden.  
Dabei ist Public Relations/Kommunikationsmanagement im Hauptfach zu belegen.
- (4) Public Relations/Kommunikationsmanagement - als das im Grundstudium studierte erste Hauptfach - wird im dritten Studienjahr als Schwerpunktfach belegt. Das zweite Hauptfach bzw. eines der Nebenfächer wird im dritten Studienjahr als Begleitfach studiert.
- (5) Bestandteil des B.A.-Studiengangs ist ein integriertes Berufspraktikum von mindestens vier Monaten Dauer. Dieses ist während der vorlesungsfreien Zeit zu absolvieren und soll zusammen mit dem sechsmonatigen Praktikum vor Beginn des Studiums dazu verhelfen, dem Absolventen die für seinen Berufseinstieg notwendigen praktischen Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten zu erbringen und zu festigen.

**9.2 Studienumfang**

- (1) Der Gesamtumfang der für den erfolgreichen Abschluss des Studiums erforderlichen Lehrveranstaltungen im Pflicht- und Wahlpflichtbereich beträgt 108 Semesterwochenstunden (SWS).

(2) Im Grundstudium umfasst ein Hauptfach 36 SWS, ein Nebenfach je 18 SWS.

(3) Im Schwerpunktstudium (im dritten Studienjahr) umfasst das Studium des Schwerpunktfaches 28 SWS, das Studium des Begleitfaches 8 SWS.

### **9.3 Erstes und zweites Studienjahr (Grundstudium)**

Das Grundstudium wird im ersten und zweiten Studienjahr absolviert. Im ersten Studienjahr sind einführende Vorlesungen, Seminare und Übungen in Public Relations/Kommunikationsmanagement (Bereich 1) und den übrigen Bereichen der Kommunikations- und Medienwissenschaft (Bereiche 2 bis 5) zu besuchen.

Das Grundstudium gliedert sich inhaltlich in Elementarblock I (8 SWS), Elementarblock II (10 SWS), in Aufbaublock (14 SWS) und Ergänzungsblock (4 SWS). Die zugeordneten Lehrveranstaltungen ergeben sich aus Anlage 1.

Im Elementarblock I (erstes Studienjahr) werden propädeutisches Grundwissen und allgemeines Grundlagenwissen in Public Relations/Kommunikationsmanagement sowie den anderen Bereichen der Kommunikations- und Medienwissenschaft (KMW) vermittelt. Die Seminare "Einführung in die Kommunikationswissenschaft" (2 SWS) und "Einführung in das Mediensystem der BRD" (2 SWS) sind Pflichtveranstaltungen. Es ist ein Leistungsnachweis (Klausur mit Inhalten beider Seminare) zu erwerben (Grundschein). Die Vorlesungen "Einführung in die Theorie und Praxis der Public Relations" (2 SWS) sowie "Einführung in die Methoden der empirischen Medienforschung" (2 SWS) sind obligatorisch zu belegen.

Im Elementarblock II (erstes und zweites Studienjahr) werden einführende Lehrveranstaltungen aus allen Bereichen (1 - 5) besucht, wobei der Bereich 1 (Public Relations/Kommunikationsmanagement) mit 2 SWS abzudecken ist.

Im Aufbaublock (zweites Studienjahr) wird durch Methoden-, Analyse- und Reflexionsveranstaltungen Fachwissen über Public Relations/Kommunikationsmanagement und die anderen Bereiche der Kommunikations- und Medienwissenschaft vermittelt, die Gegenstände des Hauptfaches Public Relations/Kommunikationsmanagement und der übrigen kommunikations- und medienwissenschaftlichen Bereiche einer genaueren Analyse unterzogen sowie theoretisch reflektiertes Fachwissen erarbeitet. Im Bereich 1 (Public Relations/Kommunikationsmanagement) sind 2 SWS als Pflicht und 4 SWS als Wahlpflicht, aus den Bereichen 2 (Historische und Systematische Kommunikationswissenschaft), 3 (Empirische Kommunikations- und Medienforschung), 4 (Medienwissenschaft und -kultur, Medienpädagogik, Buchwissenschaft) sowie dem Bereich 5 (Journalistik) jeweils 2 SWS als Wahlpflicht zu belegen.

Einer der beiden zu erbringenden Leistungsnachweise ist im Bereich 1 (Public



Relations/Kommunikationsmanagement), der andere in einem der Bereiche 2 bis 4, zu erwerben.

Im Ergänzungsblock (zweites Studienjahr) werden vertiefende Lehrveranstaltungen zu Schwerpunkten der jeweiligen Lehrbereiche besucht. Es können 4 SWS aus den Bereichen 1 bis 5 belegt werden; die Belegung kann aber auch durch zusätzliche Lehrveranstaltungen aus dem Aufbaublock nachgewiesen werden.

Der Gesamtumfang des Grundstudiums im B.A.-Studiengang Public Relations/Kommunikationsmanagement inklusive der übrigen kommunikations- und medienwissenschaftlichen Bereiche 2 bis 5 beträgt 36 SWS. Der Gesamtumfang im zweiten Hauptfach bzw. in den beiden Nebenfächern beträgt ebenfalls 36 SWS.

Auf die einzelnen Bereiche entfallen somit folgende Pflicht- (Pf.) und Wahlpflichtveranstaltungen (Wpf.) sowie zu erbringende Leistungsnachweise (L):

	Pf.	Wpf.	L
<b>Elementarblock I (8 SWS)</b>			
S: Einführung in die KMW/S: Mediensystem der BRD		4	1
V: Einführung Methoden der empirische Medienforschung		2	
V: Einführung in die Theorie und Praxis der PR		2	
<b>Elementarblock II (10 SWS)</b>			
Public Relations/Kommunikationsmanagement	2	} 1	
Histor. und Systemat. Kommunikationswissenschaft			
Empirische Kommunikations- und Medienforschung			
Medienwiss./-kultur, Medienpäd., Buchwissenschaft			
Journalistik			
<b>Aufbaublock (14 SWS)</b>			
Public Relations/Kommunikationsmanagement	2	4	
1			
Histor. und Systemat. Kommunikationswissenschaft		2	
Empir. Kommunikations- und Medienforschung		2	1
Medienwiss./-kultur, Medienpäd., Buchwissenschaft		2	
Journalistik		2	
<b>Ergänzungsblock (4 SWS)</b>			

aus den Bereichen 1 bis 4

4

(L = Leistungsnachweis)

#### **9.4 Drittes Studienjahr (Schwerpunktstudium)**

Im Schwerpunktstudium sind vor allem Veranstaltungen aus dem Bereich 1 (Public Relations/ Kommunikationsmanagement) und Veranstaltungen aus den Bereichen 2 bis 5 zu belegen. Der Gesamtumfang beträgt für das Schwerpunktfach (inklusive der Bereiche 2 bis 5 gem. § 8 dieser Studienordnung) 28 SWS, für das Begleitfach 8 SWS (vgl. dazu auch § 9.2 dieser Studienordnung).

Im dritten Studienjahr wird die schriftliche, wissenschaftliche Abschlussarbeit erstellt. Sie setzt sich aus der PR-Konzeption und einem wissenschaftlichen Reflexionsteil zusammen. Sie entsteht aus den obligatorisch zu belegenden Konzeptionsseminaren I und II (jeweils 2 SWS), wobei das Konzeptionsseminar I mit einem Leistungsnachweis abzuschließen ist. Der wissenschaftliche Reflexionsteil wird in der zweiten Hälfte des dritten Studienjahres erstellt und im obligatorischen B.A.-Kolloquium (2 SWS) begleitet.

Darüber hinaus sind im Schwerpunktfach weitere 10 SWS als Wahlpflicht zu belegen, wobei der Besuch eines Hauptseminars (2 SWS) und eines Praxisseminars (S/Ü, 2 SWS) mit je einem Leistungsnachweis zu dokumentieren ist. Als Wahlpflicht ist weiterhin eine einführende Vorlesung des Bereiches 1 zu belegen.

Ein weiterer Leistungsnachweis ist aus den Bereichen 2 bis 4 zu erwerben.

Auf die einzelnen Bereiche entfallen folgende Pflicht- (Pf.) und Wahlpflichtveranstaltungen (Wpf.) sowie zu erbringende Leistungsnachweise (L):

	Pf.	Wpf.	L
<u>Bereich 1</u>			
Public Relations/Kommunikationsmanagement	6	10	3

Bereich 2

Historische und Systematische Kommunikationswissenschaft

Bereich 3

Empirische Kommunikations- und Medienforschung 12 1

Bereich 4

Medienwissenschaft/Medienkultur, Medienpädagogik, Buchwissenschaft

Bereich 5

Journalistik

### III. Prüfungsvorleistungen

#### § 10

#### Prüfungsvorleistungen für die Zwischenprüfung

- (1) Die Zwischenprüfung baut auf den Studieninhalten des Grundstudiums auf und wird in der Regel nach Beendigung der Vorlesungszeit des zweiten Studienjahres abgelegt. Sie kann vor diesem Zeitpunkt abgelegt werden, sofern die für die Zulassung erforderlichen Leistungen nachgewiesen sind.
- (2) Es sind - gemäß § 19 Abs. 1 der Studienprüfungsordnung - insgesamt vier studienbezogene Leistungsnachweise aus Seminaren des Grundstudiums darunter zwei Leistungsnachweise aus dem Bereich I (Public Relations/Kommunikationsmanagement). Die Leistungsnachweise verteilen sich wie folgt:
  - ein Leistungsnachweis aus dem Elementarblock I (Grundschein);
  - ein Leistungsnachweis aus dem Bereich 1 (Public Relations/Kommunikationsmanagement) - erworben in

Elementarblock II;

- ein Leistungsnachweis aus dem Bereich 1 (Public Relations/Kommunikationsmanagement) - erworben im Aufbaublock;
  - ein Leistungsnachweis aus den Bereichen 2 bis 4.
- (3) Einer der Leistungsnachweise muss bis zum Beginn des dritten Fachsemesters erbracht worden sein. Studierende, die bis zum Beginn des dritten Fachsemesters noch keinen Leistungsnachweis erbracht haben, müssen an einer Studienberatung teilnehmen.
- (4) Leistungsnachweise können in Form
- a) einer zweistündigen Klausur oder
  - b) einer schriftlichen Hausarbeit (Einzel- oder Gruppenarbeit) und/oder eines mündlichen (Einzel- oder Gruppen-) Referats oder
  - c) vergleichbarer Übungsarbeiten
- erbracht werden.
- Diese Leistungsnachweise beziehen sich auf Inhalte von Pflicht- und Wahlpflichtveranstaltungen des gewählten Bereichs.  
Der Leiter der jeweiligen Lehrveranstaltung bestimmt die Art des Leistungsnachweises zu Beginn der Lehrveranstaltung.
- (5) Leistungsnachweise, die mit "nicht bestanden" bewertet worden sind, können wiederholt werden. Ein Wechsel des Lehrenden, bei dem die Vorleistung erbracht werden soll, ist ebenso zulässig wie der Wechsel des Themas, auf das sich die Vorleistung bezieht.

## **§ 11**

### **Prüfungsvorleistungen für die B.A.-Abschlussprüfung**

- (1) Im dritten Studienjahr müssen vier Leistungsnachweise erworben werden - davon drei im Schwerpunktfach Public Relations/Kommunikationsmanagement (Bereich 1):
- ein Leistungsnachweis aus einem Hauptseminar des Bereiches 1;
  - ein Leistungsnachweis aus Praxisseminaren (Wahlpflicht) des Bereiches 1;
  - ein Leistungsnachweis aus dem Konzeptionsseminar I;
  - ein Leistungsnachweis aus einem der Bereiche 2 bis 4.

- (2) Für die Wiederholung von mit "nicht bestanden" bewerteten Leistungsnachweisen gilt § 10 Abs. 5 dieser Studienordnung.
- (3) Im Begleitfach ist ein Leistungsnachweis als Prüfungsvorleistung für die B.A.-Abschlussprüfung im Schwerpunktfach Public Relations/Kommunikationsmanagement zu erbringen.
- (4) Der Nachweis eines insgesamt 10-monatigen Vollzeitpraktikums (sechs Monate vor Studienbeginn, vier Monate während des Studiums) ist bei der Meldung zur Bakkalaureatprüfung vorzulegen.

#### **IV. Weitere Bestimmungen**

##### **§ 12**

##### **Anrechenbarkeit von Studienleistungen**

Für die Anrechnung von Studienzeiten, Studienleistungen und Prüfungsleistungen, die in anderen Studienfächern, an anderen Hochschulen der Bundesrepublik Deutschland oder an Hochschulen des Auslands erbracht worden sind, gilt § 16 der Bakkalaureatrahmenprüfungsordnung der Universität Leipzig vom 4. Februar 1999.

##### **§ 13**

##### **Studienangebot**

Das Studienangebot ergibt sich aus den Bestimmungen zum Aufbau des Studiums unter § 9 dieser Studienordnung. Die jeweils gültigen Vorlesungsankündigungen bezeichnen die Veranstaltung, die Veranstaltungsform (Vorlesung, Proseminar etc.) und geben Hinweise zur Zuordnung der einzelnen Veranstaltungen zu den unter § 8 dieser Studienordnung genannten Bereichen, aus denen sich das Fach Public Relations/Kommunikationsmanagement zusammensetzt und den Themenbereichen der Themenliste.

##### **§ 14**

##### **In-Kraft-Treten und Veröffentlichung**

Ausgefertigt aufgrund der Beschlüsse der Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie vom 9. Oktober 2001 und des Senates der Universität Leipzig vom 11. Dezember 2001.

Diese Studienordnung gilt mit Schreiben des Sächsischen Staatsministeriums für Wissenschaft und Kunst vom 16. Januar 2002 (Az.: 3-7831-0361/18-1) als angezeigt

- 13/19 -

und tritt zum Sommersemester 2002 in Kraft. Sie wird in den Amtlichen Bekanntmachungen der Universität Leipzig veröffentlicht.

Leipzig, den 2. April 2002

Professor Dr. Volker Bigl  
Rektor

## V. Anlage

### Studienablaufplan (Empfehlungen)

für das B.A.-Schwerpunktfach Public Relations/Kommunikationsmanagement

### Grundstudium (erstes und zweites Studienjahr)

Semester	Bereich	Pf.	Wpf.	L
<b>Lehrveranstaltungen</b>				
<b>Elementarblock I</b> (ohne Bereichszuweisung)				
1.	V: Einführung in die Theorie und Praxis der PR	2		
	S: Einführung in die KMW/S: Einführung in das Mediensystem der BRD	4		1
	V: Einführung in die Methoden der empir. Medienforschung	2		
<b>Elementarblock II</b>				
2.	<u>Bereich 1:</u> Public Relations/Kommunikationsmanagement			
	S: PR in der BRD	2		1
	<u>Bereich 2:</u> Histor. und Systemat. Kommunikationswiss. (HSK)			
	V: Einführung in das Medienrecht		2	
	<u>Bereich 3:</u> Empir. Kommunikations- und Medienforsch. (EMF)			
	S: Inhaltsanalyse		2	
	<u>Bereich 4:</u> Medienwiss./-kultur, Medienpäd., Buchwiss.		2	
	S: Einführung in die Medienwissenschaft		2	
	<u>Bereich 5:</u> Journalistik			
	V/S: Journalistische Massenmedien und kulturelle Komm.		2	
<b>Aufbaublock</b>				
3./4.	<u>Bereich 1:</u> Public Relations/Kommunikationsmanagement			
	S: Geschichte der PR	2		1
	S/Ü: Instrumente und Methoden der PR		2	
	S/Ü: Unternehmens-PR		2	
	V: Medienethik		2	
	<u>Bereich 3:</u> Empir. Kommunikations- und Medienforsch.			
	S: Befragung		2	1
	<u>Bereich 4:</u> Medienwiss./-kultur, Medienpäd., Buchwiss.			
	S: Multimediale Kommunikation		2	
	<u>Bereich 5:</u> Journalistik			

V/S: Journalistische Darstellungsformen	2
3./4. <b>Ergänzungsblock</b>	
V/S/Ü aus den Bereichen 1 bis 4 nach freier Wahl	4

**S 36**

### **Hauptstudium (drittes Studienjahr)**

<b>Semester</b>	<b>Bereich</b>	<b>Pf.</b>	<b>Wpf.</b>	<b>L</b>
	<b>Lehrveranstaltungen</b>			
5./6.	<u>Bereich 1: Schwerpunktfach</u>			
	Public Relations/Kommunikationsmanagement			
	V: Werbung als Typ öff. Komm., Unternehmenskommunikation, etc.		2	
	HS: Theorien der PR, Politische PR; Journalismus und Public Relations; PR-Kampagnen, etc.		2	1
	FS: diverse Forschungsseminare		2	
	S/Ü: diverse Veranstaltungen (z. B. Kommunikationstraining, Produkt-PR, Investor Relations, Krisen-PR)		4	1
	KS: Konzeptionsseminar I		2	1
	<u>Bereich 2: HSK</u>			



	S: Seminare wie : Theorie der öffentlichen u. politischen Kommunikation, Medienökonomie, etc.		4	
	<u>Bereich 3:</u> Empir. Kommunikations- und Medienforsch.			
	S: Methoden der Markt- und Meinungsforschung	2	1	
	S: Seminare wie Massenmedien und Politik, etc.		2	
	<u>Bereich 4:</u> Medienwiss./-kultur, Medienpäd., Buchwiss.		2	
	S: Seminare zur Buchwirtschaft			
	<u>Bereich 5:</u> Journalistik			
	S: diverse Seminare, z.B. Analyse herausragender Medienereignisse		2	
6.	<u>Bereich 1:</u> Schwerpunktfach			
	Public Relations/Kommunikationsmanagement			
	KS: Konzeptionsseminar II	2		
	K: B.A.-Kolloquium	2		
28				} S

**Anlage Nr. 6**  
**zur Bakkalaureatrahmenprüfungsordnung der Universität Leipzig vom 4.**  
**Februar 1999 für das B.A.-Schwerpunktfach Public**  
**Relations/Kommunikationsmanagement**

---

Aufgrund von § 24 Abs. 1 i. V. m. § 8 Abs. 2 des Gesetzes über die Hochschulen im Freistaat Sachsen vom 11. Juni 1999 hat die Universität Leipzig am 11. Dezember 2001 folgende Anlage Nr. 6 zur Bakkalaureatprüfungsordnung der Universität Leipzig vom 4. Februar 1999 für das B.A.-Schwerpunktfach Public Relations/Kommunikationsmanagement im Bakkalaureatstudiengang der Universität Leipzig erlassen:

**1. Fächerkombinationen**

Gemäß § 6 Abs. 2 ist eine Kombination des Schwerpunktfaches Public Relations/Kommunikationsmanagement mit den Hauptfächern bzw. Nebenfächern Journalistik und Kommunikations- und Medienwissenschaft nicht möglich.

**2. Zulassungsvoraussetzungen**

Gemäß § 7 Abs. 1 Nr. 3 sind als Zulassungsvoraussetzungen zu erbringen:

2.1. Für die Zulassung zur Zwischenprüfung die folgenden vier Leistungsnachweise gemäß § 19:

- ein Leistungsnachweis aus dem Elementarblock I (Grundschein);
- ein Leistungsnachweis aus dem Bereich 1 (Public Relations/Kommunikationsmanagement) - erworben in Elementarblock II;
- ein Leistungsnachweis aus dem Bereich 1 (Public Relations/Kommunikationsmanagement) - erworben im Aufbaublock;
- ein Leistungsnachweis aus den Bereichen 2 bis 4.

Darüber hinaus hat der Kandidat die nach § 2 Abs. 2 der Studienordnung geforderten Sprachkenntnisse nachzuweisen.

2.2. Für die Zulassung zur Bakkalaureatprüfung die folgenden Leistungsnachweise gemäß § 24:

(1) Im Schwerpunktfach sind insgesamt vier Leistungsnachweise zu erbringen - davon drei aus dem Bereich 1 (Public Relations/Kommunikationsmanagement):

- ein Leistungsnachweis aus einem Hauptseminar des Bereiches 1;
- ein Leistungsnachweis aus Praxisseminaren des Bereiches 1;
- ein Leistungsnachweis aus dem Konzeptionsseminar I;
- ein Leistungsnachweis aus einem der Bereiche 2 bis 4.

(2) Im Begleitfach ist ein Leistungsnachweis als Prüfungsvorleistung für die Bakkalaureatprüfung im Schwerpunktfach Public Relations/Kommunikationsmanagement zu erbringen.

(3) Ein Nachweis über absolvierte Praktika mit einer Dauer von insgesamt zehn Monaten (sechs Monate vor Studienbeginn, vier Monate während des Studiums) ist bei der Meldung zur Bakkalaureatprüfung vorzulegen.

### **3. Prüfungen**

3.1. Die Fristen und Nachfristen gemäß §§ 21 Abs. 2 und 26 Abs. 2 für die Durchführung der Zwischen- bzw. Bakkalaureatprüfung werden zu Beginn eines jeden Semesters vom zuständigen Prüfungsausschuss hochschulöffentlich bekannt gegeben.

3.2. Zwischenprüfung (gemäß §§ 20 und 21)

3.2.1. Die Zwischenprüfung im B.A.-Studiengang Public Relations/Kommunikationsmanagement besteht aus zwei Teilprüfungen:

- einer mündlichen Prüfung (ca. 45 Minuten) im Bereich 1 (Public Relations/Kommunikationsmanagement);
- einer zweistündigen Klausur (120 Minuten) in einem der Bereiche 2 bis 4.

Die Klausur kann nicht durch zusätzliche Studienleistungen ersetzt werden.

3.2.2. Andere Prüfungsleistungen im Sinne von § 8 Abs. 4 sind nicht vorgesehen.



### 3.3. Die Bakkalaureatprüfung (gemäß §§ 24 bis 27)

#### 3.3.1. Die Bakkalaureatprüfung wird ausschließlich im Schwerpunktfach abgelegt und besteht im B.A.-Schwerpunktfach Public Relations/Kommunikationsmanagement aus zwei Teilprüfungen, einer mündlichen Prüfung (ca. 45 Minuten) sowie einer schriftlichen Klausur (180 Minuten) und der Abschlussarbeit.

Die schriftliche und die mündliche Prüfung beziehen sich auf Wissen aus fünf Themenbereichen: Theorien der PR; Geschichte der PR; Instrumente und Methoden des Kommunikationsmanagements; Ethik der PR; Berufsfelder der PR.

Das Thema der wissenschaftlichen Abschlussarbeit ist dem Kandidaten im Verlaufe des fünften Semesters vom Prüfungsamt auszuhändigen. Das Datum der Ausgabe ist aktenkundig zu machen.

Die wissenschaftliche Abschlussarbeit besteht in der Regel aus einer PR-Konzeption und einem Reflexionsteil. Die PR-Konzeption entwickelt auf Basis einer wissenschaftlich fundierten Ausgangsanalyse eine konsistente Kommunikationsstrategie zur Lösung einer kommunikativen Problemstellung und schließt eine Zielgruppenanalyse, die Planung und den Einsatz des geeigneten Instrumentariums, Budgetierung, Zeitplanung sowie geeignete Evaluationsverfahren ein. Der wissenschaftliche Reflexionsteil enthält Begründungen für das gewählte Konzeptmodell sowie dessen Elemente, eine Diskussion möglicher Einwände sowie die Verarbeitung wissenschaftlich relevanter Literatur.

Die Bearbeitungszeit für die wissenschaftliche Arbeit beträgt drei Monate. Sie muss spätestens einen Monat vor Ende des sechsten Semesters beim Prüfungsamt eingereicht werden.

#### 3.3.3. Andere Prüfungsleistungen im Sinne des § 8 Abs. 4 sind nicht vorgesehen.

Diese Anlage Nr. 6 zur Bakkalaureatrahmenprüfungsordnung der Universität Leipzig vom 4. Februar 1999 für das B.A.-Schwerpunktfach Public Relations/Kommunikationsmanagement tritt zum Sommersemester 2002 in Kraft.

Sie wurde vom Sächsischen Staatsministerium für Wissenschaft und Kunst am 16. Januar 2002 (Az.: 3-7831-0361/18-1) genehmigt und wird in den Amtlichen Bekanntmachungen der Universität Leipzig veröffentlicht.

Leipzig, den 2. April 2002

Professor Dr. Volker Bigl

Rektor