

Universität Leipzig
Fakultät für Sozialwissenschaften
und Philosophie

Erste Änderungssatzung zur Studienordnung für den Masterstudiengang Corporate Publishing an der Universität Leipzig

Vom 25. Januar 2013

Aufgrund des Gesetzes über die Hochschulen im Freistaat Sachsen (Sächsisches Hochschulgesetz – SächsHSG) vom 10. Dezember 2008 (SächsGVBl. S. 900), zuletzt geändert durch das Gesetz begleitender Regelungen zum Doppelhaushalt 2011/2012 (Haushaltsbegleitgesetz 2011/2012 – HBG 2011/2012) vom 15. Dezember 2010 (SächsGVBl. S. 387), hat die Universität Leipzig am 13. September 2012 folgende Erste Änderungssatzung zur Studienordnung für den Masterstudiengang Corporate Publishing an der Universität Leipzig erlassen.

Artikel 1

Die Studienordnung für den Masterstudiengang Corporate Publishing an der Universität Leipzig vom 24. April 2012 (Amtliche Bekanntmachungen der Universität Leipzig Nr. 29, S. 26 bis 35) wird wie folgt geändert:

1. Bezeichnung des Studiengangs

Die Bezeichnung des Masterstudiengangs Corporate Publishing wird geändert in Corporate Media. Entsprechend wird die Formulierung „Corporate Publishing“ in der Studienordnung durchgängig durch „Corporate Media“ ersetzt.

2. Zu § 1

§ 1 Abs. 1 wird wie folgt neu gefasst:

„Diese Studienordnung regelt auf der Grundlage der Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Corporate Media Ziele, Inhalte und Aufbau des weiterbildenden Masterstudienganges Corporate Media mit dem Abschluss Master of Arts Corporate Media (M.A. Corporate Media).“

3. Zu § 5

§ 5 Abs. 5 wird wie folgt neu gefasst:

„Der Studiengang Corporate Media wird mit dem Master of Arts Corporate Media (M. A. Corporate Media) als weiterem berufsqualifizierenden Abschluss beendet.“

4. Zu § 8

§ 8 Abs. 5 wird wie folgt neu gefasst:

„Das Studium ist wie folgt strukturiert:

- 06-006-101 Kommunikation und Medien (KM)
 - KM 1 - Kommunikation: Grundlagen
 - KM 2 - Crossmedialität und Mediensysteme
 - KM 3 - Struktur des CM-Marktes, Tätigkeitsfelder und Berufsbilder im Bereich Corporate Media
 - KM 4 - Kommunikation, Medien und Corporate Media: Grundlagen

- 06-006-102 Marketing und Markenmanagement (MM)
 - MM 1 - Marketing: Grundlagen
 - MM 2 - Werbung und Verkaufsförderung
 - MM 3 - Brand Management
 - MM 4 - Marketing und Corporate Media: Grundlagen

- 06-006-103 Public Relations/Öffentlichkeitsarbeit und Integrierte Kommunikation (PR)
 - PR 1 - PR: Grundlagen und Externe PR
 - PR 2 - Interne PR/Mitarbeiterkommunikation
 - PR 3 - Internationale und interkulturelle Kommunikation
 - PR 4 - Integrierte Kommunikation und Corporate Identity

- 06-006-104 Angewandtes Management im Bereich Corporate Media (AM)
AM 1 - Konzeption, Organisation und Arbeitsprozess
AM 2 - Planung und Konzeption
AM 3 - Marktforschung und Evaluierung/Wirkungskontrolle
AM 4 - Ethik und Recht
- 06-006-105 Journalistische Methodik im Bereich Corporate Media (JM)
JM 1 - Themenfindung und Recherchieren
JM 2 - Texten: Informieren und Argumentieren/Mediensprache und –stil
JM 3 - Darstellungsformen/Redigieren, Bearbeiten und Abstimmen von Beiträgen
JM 4 - Inhaltserstellung in der Auftragspublizistik
- 06-006-106 Formale Gestaltung und Medientechnik/Medienproduktion im Bereich Corporate Media (FG)
FG 1 - Fotografie, Bewegtbild und Bildersprache
FG 2 - Grafische Gestaltungselemente und Layout/Screen-Design
FG 3 - Technologien des Publizierens
FG 4 - Formales Gestalten in der Auftragspublizistik
- 06-006-107 Medienökonomie im Bereich Corporate Media (MÖ)
MÖ 1 - Medienwirtschaftslehre und –management
MÖ 2 - Medienkalkulation und Werbemittelmarketing
- 06-006-108 Angewandte Corporate Media (ACM)
ACM 1 - Kurz-Praktikum/Hospitation
ACM 2 - Projekt „Angewandte Corporate Media“

5. Zu § 12

§ 12 Abs. 1 wird wie folgt neu gefasst:

“Zur Sicherung der Qualität des Studiums wird auf Vorschlag des Aufsichtsrates der LSoM für den Studiengang Corporate Media durch den Fakultätsrat der Fakultät für Sozialwissenschaft und Philosophie ein Fachbeirat bestellt.”

6. Zur Anlage

- a.) Die Modulnummer des Moduls „Kommunikation und Medien (KM)“ (Modulnummer M1) wird geändert in 06-006-101.

Die Titel der Lehrveranstaltungen KM2 und KM3 werden geändert in „KM 2 - Crossmedialität und Mediensysteme“ und „KM 3 - Struktur des CM-Marktes, Tätigkeitsfelder und Berufsbilder im Bereich Corporate Media“.

- b.) Die Modulnummer des Moduls „Marketing und Markenmanagement (MM)“ (Modulnummer M2) wird geändert in 06-006-102.

- c.) Die Modulnummer des Moduls „Public Relations/Öffentlichkeitsarbeit und Integrierte Kommunikation (PR)“ (Modulnummer M3) wird geändert in 06-006-103.

- d.) Der Titel und die Modulnummer des Moduls „Angewandtes Management im Corporate Publishing (AM)“ (Modulnummer M4) werden geändert in „Angewandtes Management im Bereich Corporate Media (AM)“ (Modulnummer 06-006-104).

- e.) Der Titel und die Modulnummer des Moduls „Journalistische Methodik im Corporate Publishing (JM)“ (Modulnummer M5) werden geändert in „Journalistische Methodik im Bereich Corporate Media (JM)“ (Modulnummer 06-006-105).

Die Titel der Lehrveranstaltungen JM 3 und JM 4 werden geändert in „JM 3 - Darstellungsformen/Redigieren, Bearbeiten und Abstimmen von Beiträgen“ und „JM 4 - Inhaltserstellung in der Auftragspublizistik“.

- f.) Der Titel und die Modulnummer des Moduls „Formale Gestaltung Medientechnik/Medienproduktion im Corporate Publishing (FG)“ (Modulnummer M6) werden geändert in „Formale Gestaltung Medientechnik/Medienproduktion im Bereich Corporate Media (FG)“ (Modulnummer 06-006-106).

Die Titel der Lehrveranstaltungen FG 1 und FG 2 werden geändert in „FG 1 - Fotografie, Bewegtbild und Bildersprache“ und „FG 2 - Grafische Gestaltungselemente und Layout/Screen-Design“.

- g.) Der Titel und die Modulnummer des Moduls „Medienökonomie im Corporate Publishing (MÖ)“ (Modulnummer M7) werden geändert in “Medienökonomie im Bereich Corporate Media (MÖ)” (Modulnummer 06-006-107).

Die Titel der Lehrveranstaltungen MÖ 1 und MÖ 2 werden geändert in
„MÖ 1 – Medienwirtschaftslehre und -management“ und
„MÖ 2 – Medienkalkulation und Werbemittelmarketing“.

- h.) Der Titel und die Modulnummer des Moduls „Angewandtes Corporate Publishing (ACP)“ (Modulnummer M8) wird geändert in “Angewandte Corporate Media (ACM)” (Modulnummer 06-006-108).

Die Anlage wird aufgrund der genannten Änderungen neu gefasst; die Neufassung ist dieser Änderungssatzung beigelegt.

Artikel 2

1. Diese Änderungssatzung zur Studienordnung für den Masterstudiengang Corporate Media (zuvor Corporate Publishing) an der Universität Leipzig wurde ausgefertigt aufgrund der Beschlüsse des Fakultätsrates der Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie vom 17. Juli 2012. Der Senat der Universität Leipzig hat am 11. September 2012 hierzu Stellung genommen. Sie wurde am 13. September 2012 durch das Rektorat genehmigt.
2. Diese Änderungssatzung tritt zum 1. Oktober 2012 in Kraft und wird in den Amtlichen Bekanntmachungen der Universität Leipzig veröffentlicht. Sie gilt für alle in den Masterstudiengang Corporate Media (zuvor Corporate Publishing) immatrikulierten Studierenden.
3. Studienleistungen, die vor Inkrafttreten dieser Änderungssatzung nach der zu diesem Zeitpunkt geltenden Fassung erbracht wurden, werden anerkannt.

4. In nachfolgende Veröffentlichungen der Studienordnung für den Masterstudiengang Corporate Media an der Universität Leipzig werden die Änderungen dieser Satzung eingefügt.

Leipzig, den 25. Januar 2013

Professor Dr. med. Beate A. Schücking
Rektorin

Anlage zur Studienordnung des Studienganges Master of Arts Corporate Media

Studienablaufplan / Modulübersichtstabelle

Modul und zugehörige Lehrveranstaltungen mit Gegenstand und Art (Umfang der LV)		empfohlenes Semester	Pflicht/Wahl/Wahlpflicht	Moduldauer in Semestern	Workload	Leistungspunkte (LP)
06-006-101 Kommunikation und Medien (KM) Vorlesung "KM 1 - Kommunikation: Grundlagen" (1SWS) Vorlesung "KM 2 - Crossmedialität und Mediensysteme" (1SWS) Seminar mit Übungsanteil "KM 3 - Struktur des CM-Marktes, Tätigkeitsfelder und Berufsbilder im Bereich CM" (1SWS) Übung "KM 4 - Kommunikation, Medien und CM: Grundlagen" (1SWS)		1.	P	1	300	10
Teilnahmevoraussetzungen: keine Modulturnus: jedes Wintersemester						
06-006-102 Marketing und Markenmanagement (MM) Vorlesung "MM 1 - Marketing: Grundlagen" (1SWS) Seminar mit Übungsanteil "MM 2 - Werbung und Verkaufsförderung" (1SWS) Vorlesung "MM 3 - Brand Management" (1SWS) Übung "MM 4 - Marketing und CM: Grundlagen" (1SWS)		1.	P	1	300	10
Teilnahmevoraussetzungen: keine Modulturnus: jedes Wintersemester						
06-006-105 Journalistische Methodik im Bereich Corporate Media (JM) Seminar mit Übungsanteil "JM 1 - Themenfindung und Recherchieren" (1SWS) Vorlesung mit integrierter Übung "JM 2 - Texten: Informieren und Argumentieren / Mediensprache und -stil" (1SWS) Seminar mit Übungsanteil "JM 3 - Darstellungsformen/Redigieren, Bearbeiten und Abstimmen von Beiträgen" (1SWS) Übung "JM 4 - Inhaltserstellung in der Auftragspublizistik" (1SWS)		1.	P	1	300	10
Teilnahmevoraussetzungen: keine Modulturnus: jedes Wintersemester						
06-006-103 Public Relations/ Öffentlichkeitsarbeit und Integrierte Kommunikation (PR) Vorlesung mit integrierter Übung "PR 1 - PR: Grundlagen und Externe PR" (1SWS) Seminar mit Übungsanteil "PR 2 - Interne PR / Mitarbeiterkommunikation" (1SWS) Seminar mit Übungsanteil "PR 3 - Internationale und interkulturelle Kommunikation" (1SWS) Vorlesung mit integrierter Übung "PR 4 - Integrierte Kommunikation und Corporate Identity" (1SWS)		2.	P	1	300	10
Teilnahmevoraussetzungen: keine Modulturnus: jedes Sommersemester						

06-006-104 Angewandtes Management im Corporate Media (AM)		2.	P	1	300	10
Seminar mit Übungsanteil "AM 1 - Konzeption, Organisation und Arbeitsprozess" (1SWS)						
Übung "AM 2 - Planung und Konzeption" (1SWS)						
Seminar mit Übungsanteil "AM 3 - Marktforschung und Evaluierung / Wirkungskontrolle" (1SWS)						
Vorlesung mit integrierter Übung "AM 4 - Ethik und Recht" (1SWS)						
	Teilnahmevoraussetzungen:	keine				
	Modulturnus:	jedes Sommersemester				
06-006-106 Formale Gestaltung und Medientechnik / Medienproduktion im Bereich Corporate Media (FG)		2.	P	1	300	10
Seminar mit Übungsanteil "FG 1 - Fotografie, Bewegtbild und Bildersprache" (1SWS)						
Seminar mit Übungsanteil "FG 2 - Grafische Gestaltungselemente und Layout/Screen-Design" (1SWS)						
Vorlesung mit integrierter Übung "FG 3 - Technologien des Publizierens" (1SWS)						
Übung "FG 4 - Formales Gestalten in der Auftragspublizistik" (1SWS)						
	Teilnahmevoraussetzungen:	keine				
	Modulturnus:	jedes Sommersemester				
06-006-107 Medienökonomie im Bereich Corporate Media (MÖ)		3.	P	1	150	5
Vorlesung mit integrierter Übung "MÖ 1 - Medienwirtschaftslehre und -management" (1SWS)						
Seminar mit Übungsanteil "MÖ 2 - Medienkalkulation und Werbemittelmarketing" (1SWS)						
	Teilnahmevoraussetzungen:	keine				
	Modulturnus:	jedes Wintersemester				
06-006-108 Angewandtes Corporate Media (ACM)		3.	P	1	150	5
	Teilnahmevoraussetzungen:	Erfolgreiche Teilnahme an den Modulen 06-006-101 bis -106				
	Modulturnus:	jedes Wintersemester				
Masterarbeit					600	20
Summe:					2700	90