

Universität Leipzig
Fakultät für Sozialwissenschaften
und Philosophie

Studienordnung für den Masterstudiengang Communication Management an der Universität Leipzig

Vom 8. April 2013

Aufgrund des Gesetzes über die Freiheit der Hochschulen im Freistaat Sachsen (Sächsisches Hochschulfreiheitsgesetz – SächsHSFG) vom 10. Dezember 2008 (SächsGVBl. S. 900), zuletzt geändert durch das Gesetz zur Änderung hochschulrechtlicher Bestimmungen vom 18. Oktober 2012 (SächsGVBl. S. 568), hat die Universität Leipzig am 21. Februar 2013 folgende Studienordnung erlassen.

Inhaltsverzeichnis:

- § 1 Geltungsbereich
- § 2 Zugangsvoraussetzungen
- § 3 Studienbeginn
- § 4 Studiendauer und Studienvolumen
- § 5 Gegenstand des Studiums und Studienziele
- § 6 Vermittlungsformen
- § 7 Tutorien
- § 8 Aufbau und Inhalte des Studiums
- § 9 Auslandsaufenthalt
- § 10 Module des Masterstudiums
- § 11 Abschluss des Masterstudiums
- § 12 Studienberatung
- § 13 Inkrafttreten und Veröffentlichung

Anlagen

Studienablaufplan / Modulübersichtstabelle / Modulbeschreibungen¹

¹ Modulbeschreibungen werden ausschließlich in der elektronischen Fassung der Amtlichen Bekanntmachungen auf der Homepage der Universität Leipzig veröffentlicht.

§ 1

Geltungsbereich

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

§ 2

Zugangsvoraussetzungen

- (1) Die allgemeine Qualifikation für das Studium ist ein berufsqualifizierender Hochschulabschluss.
- (2) Fachspezifische Zugangsvoraussetzungen:
 - ein Nachweis eines fachspezifischen berufsqualifizierenden Hochschulabschlusses im Bereich der Kommunikations- und Medienwissenschaften mit mindestens 70 Leistungspunkten (LP) im Pflichtbereich;
 - ein Nachweis einer mindestens sechsmonatigen praktischen Tätigkeit im Bereich des Kommunikationsmanagements (kumulativer, auf eine Vollzeittätigkeit bezogener Zeitwert, z. B. Praktikum, Volontariat);
 - ein Nachweis über Kenntnisse in Englisch (Stufe B2 gemäß dem Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen für Sprachen) und einer weiteren Fremdsprache (Stufe B1 gemäß dem Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen für Sprachen).
- (3) Alle Bewerber haben eine bestandene Eignungsfeststellungsprüfung nachzuweisen, die gemäß der Eignungsfeststellungsordnung für den Masterstudiengang Communication Management der Universität Leipzig zu erbringen ist.

§ 3

Studienbeginn

Das Studium kann nur zu Beginn des Wintersemesters aufgenommen werden.

§ 4

Studiendauer und Studienvolumen

- (1) Die Regelstudienzeit umfasst einschließlich Masterarbeit vier Semester. Der Gesamtumfang des studentischen Arbeitsaufwandes (Workload) für das Masterstudium Communication Management beträgt 120 LP.
- (2) Das Studium kann auch als Teilzeitstudium betrieben werden. Im Falle eines Teilzeitstudiums verringert sich der studentische Arbeitsaufwand pro Jahr entsprechend dem Anteil des Teilzeitstudiums. Die Regelstudienzeit erhöht sich entsprechend. Der Prüfungsausschuss entscheidet auf Antrag der/des Studierenden über den Anteil des Teilzeitstudiums.

§ 5

Gegenstand des Studiums und Studienziele

- (1) Der konsekutive Masterstudiengang Communication Management stellt eine Vertiefung und Erweiterung von kommunikations- und medienwissenschaftlichen Studiengängen dar.
- (2) Es handelt sich um einen stärker anwendungsorientierten Studiengang.
- (3) Der Masterstudiengang Communication Management dient der fachlichen Spezialisierung und Vertiefung bereits erlangten Wissens sowie der Vertiefung bzw. Erneuerung bereits erlangter beruflicher Kenntnisse und Fertigkeiten. Er bildet primär für das Ausüben einer wissenschaftlich fundierten und theoretisch reflektierten Führungstätigkeit in Kommunikationsberufen aus.
- (4) Das Studium ermöglicht insbesondere:
 - den Erwerb umfassender Kenntnisse über Bedingungen, Möglichkeiten, Instrumente, Medien, Verfahren und Folgen von Tätigkeiten im Berufsfeld Kommunikationsmanagement;
 - die Befähigung zu systematischer Analyse, Planung, Organisation und Evaluation kommunikativer und managementbezogener Prozesse;
 - die Ausbildung von wissenschaftlicher Reflexionsbereitschaft und Kompetenz sowie
 - das Einüben entsprechender wissenschaftlicher und berufspraktischer Fähigkeiten und Fertigkeiten.

- (5) Der Studiengang Communication Management wird mit dem Master of Arts als weiterem berufsqualifizierenden Abschluss beendet.

§ 6

Vermittlungsformen

- (1) Vorlesungen (V) behandeln in zusammenhängender Darstellung ausgewählte Themen des jeweiligen Studienmoduls. Sie vermitteln vor allem Überblickswissen, aber auch Spezialkenntnisse und methodische Fertigkeiten.
- (2) Seminare (S) dienen der Einführung in Studienbereiche, in denen an ausgewählten Fragen und Problemen wissenschaftliches Arbeiten geübt wird sowie der vertieften Erarbeitung ausgewählter Problembereiche.
- (3) Projektseminare (PS) dienen der Durchführung wissenschaftlicher Projekte oder von Projekten mit Praxisbezug.
- (4) Übungen (Ü) dienen der Vermittlung und Einübung praktischer Fertigkeiten auf systematischer Grundlage.
- (5) Kolloquien (K) dienen der analytisch-theoretischen Reflexion wissenschaftlicher Forschungsprozesse.

§ 7

Tutorien

Im Rahmen der vorhandenen Kapazitäten finden Tutorien zur Unterstützung der Studierenden statt.

§ 8

Aufbau und Inhalte des Studiums

- (1) Das Masterstudium hat einen Umfang von 120 LP. Davon entfallen 95 LP auf Pflichtmodule und 25 LP auf die Masterarbeit.
- (2) In jedem Studienjahr werden in der Regel 60 Leistungspunkte erworben. Leistungspunkte werden für bestandene Modulprüfungen vergeben. Ein Leistungspunkt entspricht einem Arbeitsaufwand der Studierenden von 30 Zeitstunden im Präsenz- und Selbststudium sowie für die Prüfungsvorbereitung und -durchführung. Der gesamte geforderte

Arbeitsaufwand der Studierenden soll in der Regel im Studienjahr einschließlich der vorlesungsfreien Zeit 1800 Zeitstunden nicht überschreiten. Im Falle eines Teilzeitstudiums (§ 4 Abs. 2) verringert sich der studentische Arbeitsaufwand entsprechend dem Anteil des Teilzeitstudiums.

- (3) Die Studieninhalte werden in Modulen vermittelt. Module beinhalten abgrenzbare Stoffgebiete, die in einem fachlichen oder thematischen Zusammenhang stehen. Sie umfassen fachlich aufeinander abgestimmte Lehrveranstaltungen unterschiedlicher Art und schließen mit Modulprüfungen ab. Module werden entsprechend ihrem Arbeitsaufwand (Workload) mit Leistungspunkten versehen. Sie werden mit einer Modulprüfung abgeschlossen, die aus nicht mehr als zwei Prüfungsleistungen besteht und auf deren Grundlage Leistungspunkte vergeben werden. Ein Modul umfasst in der Regel zehn Leistungspunkte. Alle Module sind Pflichtmodule.
- (4) Die Masterarbeit wird studienbegleitend in der Regel im dritten und vierten Semester verfasst und ist mit einem studentischen Arbeitsaufwand von 25 LP verbunden.
- (5) Das Studium ist wie folgt strukturiert:

Der Masterstudiengang Communication Management umfasst folgende Pflichtmodule mit einem Umfang von insgesamt 95 LP:

- Einführung in das Kommunikationsmanagement (06-005-511)
- Empirische Methoden der Kommunikationsforschung (06-005-513)
- Managementtheorie: Strategie, Organisation und Führung (06-005-512)
- Theorien des Kommunikationsmanagements (06-005-521)
- Strategisches Kommunikationsmanagement (06-005-522)
- Konzeption und Umsetzung strategischer Kommunikation (06-005-524)
- Forschungs- und Transfermodul (06-005-532)
- Internationale Kommunikation (06-005-533)
- Handlungsfelder des Kommunikationsmanagements (06-005-531)
- Wissenschaftliches Arbeiten und Forschungsprozess (06-005-541).

§ 9 Auslandsaufenthalt

Ein Auslandsaufenthalt wird grundsätzlich empfohlen. Er ist von den Studierenden selbst zu organisieren; insbesondere haben die Studierenden vor Antritt sicherzustellen, dass die im Ausland zu erbringenden Studienleistungen oder die zu studierenden Module durch den zuständigen Prüfungsausschuss im Einvernehmen mit dem jeweiligen Institut anerkannt und auf den Studiengang angerechnet werden.

§ 10 Module des Masterstudiums

Der Masterstudiengang Communication Management umfasst die in der Anlage dargestellten Module.

§ 11 Abschluss des Masterstudiums

Das Masterstudium wird mit der Masterprüfung abgeschlossen, die sich aus studienbegleitenden Modulprüfungen und der Masterarbeit zusammensetzt.

§ 12 Studienberatung

- (1) Die allgemeine Studienberatung erfolgt durch die Zentrale Studienberatung der Universität Leipzig. Sie erstreckt sich auf Fragen der Studienmöglichkeiten, Einschreibmodalitäten und allgemeine studentische Angelegenheiten.
- (2) Die studienbegleitende fachliche Beratung erfolgt durch die jeweiligen Studienfachberater/innen. Sie bezieht sich auf Fragen der Studiengestaltung.
- (3) Studierende sollen im dritten Semester an einer Studienfachberatung teilnehmen, wenn sie bis zu dessen Beginn noch keinen Leistungsnachweis erbracht haben. Für Teilzeitstudierende verlängert sich die Frist entsprechend dem Verhältnis ihres Teilzeitstudiums zum Vollzeitstudium.

§ 13
Inkrafttreten, Übergangsbestimmungen und
Veröffentlichung

- (1) Diese Studienordnung tritt am 1. Oktober 2013 in Kraft. Sie gilt für alle Studierende, die sich ab dem Wintersemester 2013/2014 für den Masterstudiengang Communication Management immatrikuliert haben. Die Studienordnung des Masterstudienganges Communication Management vom 10. Juli 2009 (Amtliche Bekanntmachungen der Universität Leipzig Nr. 33, S. 29 bis 39) in der Fassung der Ersten Änderungssatzung vom 15. September 2011 tritt zum Wintersemester 2014/2015 außer Kraft. Nach diesem Zeitpunkt gilt diese Studienordnung für alle im Masterstudienganges Communication Management immatrikulierten Studierenden.
- (2) Studienleistungen, die vor Inkrafttreten dieser Neufassung nach der zu diesem Zeitpunkt geltenden Fassung erbracht wurden, werden anerkannt.
- (3) Diese Studienordnung wurde vom Fakultätsrat der Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie am 18. Dezember 2012 beschlossen. Sie wurde am 21. Februar 2013 durch das Rektorat genehmigt. Sie wird in den Amtlichen Bekanntmachungen der Universität Leipzig veröffentlicht.

Leipzig, den 8. April 2013

Professor Dr. med. Beate A. Schücking
Rektorin

Anlage zur Studienordnung des Studienganges Master of Arts Communication Management (ab WS 2013/14)
Studienablaufplan / Modulübersichtstabelle

Modul und zugehörige Lehrveranstaltungen mit Gegenstand und Art (Umfang der LV)		empfohlenes Semester	Pflicht/Wahl/Wahlpflicht	Moduldauer in Semestern	Workload	Leistungspunkte (LP)
06-005-511 Einführung in das Kommunikationsmanagement Vorlesung mit integrierter Übung "Grundlagen und Probleme des Kommunikationsmanagements" (3SWS) Seminar "Ethik und Recht des Kommunikationsmanagements" (2SWS)		1.	P	1	300	10
Teilnahmevoraussetzungen: keine Modulturnus: jedes Wintersemester						
06-005-512 Managementtheorie: Strategie, Organisation und Führung Vorlesung mit integrierter Übung "Grundlagen des Managements" (3SWS) Seminar "Organisation, Führung und Kommunikation" (2SWS)		1.	P	1	300	10
Teilnahmevoraussetzungen: keine Modulturnus: jedes Wintersemester						
06-005-513 Empirische Methoden der Kommunikationsforschung Von den drei Seminaren "Publikumsforschung", "Inhaltsanalyse" und "Befragung/Beobachtung" muss eines belegt werden. Seminar "Publikumsforschung" (2SWS) Seminar "Inhaltsanalyse" (2SWS) Seminar "Befragung/Beobachtung" (2SWS) Seminar "Statistik/Datenanalyse" (2SWS)		1.	P	1	300	10
Teilnahmevoraussetzungen: keine Modulturnus: jedes Wintersemester						
06-005-521 Theorie des Kommunikationsmanagements Seminar "Theorien der PR und des Kommunikationsmanagements" (2SWS) Seminar "Geschichte des Kommunikationsmanagements" (2SWS) Seminar "Typen und Formen öffentlicher Kommunikation" (2SWS)		2.	P	1	300	10
Teilnahmevoraussetzungen: keine Modulturnus: jedes Sommersemester						
06-005-522 Strategisches Kommunikationsmanagement Vorlesung "Unternehmenskommunikation" (2SWS) Seminar "Kommunikations-Controlling" (2SWS) Seminar "Strategische Kommunikation im Internet" (2SWS)		2.	P	1	300	10
Teilnahmevoraussetzungen: keine Modulturnus: jedes Sommersemester						

06-005-524 Konzeption und Umsetzung strategischer Kommunikation		2.	P	1	300	10
Seminar "Kampagnen und Konzeptionstechnik" (2SWS)						
Seminar "Interne Kommunikation und Change Management" (2SWS)						
	Teilnahmevoraussetzungen:	keine				
	Modulturnus:	jedes Sommersemester				
06-005-531 Handlungsfelder und Führungsqualifikationen		3.	P	1	300	10
Seminar "Praxisbereiche des Kommunikationsmanagements" (3SWS)						
Übung "Kommunikations- und Präsentationstraining" (2SWS)						
	Teilnahmevoraussetzungen:	keine				
	Modulturnus:	jedes Wintersemester				
06-005-532 Forschungs- und Transfermodul		3.	P	1	300	10
Projektseminar "Forschungs- und Transferprojekt" (6SWS)						
	Teilnahmevoraussetzungen:	keine				
	Modulturnus:	jedes Wintersemester				
06-005-533 Internationale Kommunikation		3.	P	1	300	10
Seminar "Internationale Kommunikation" (2SWS)						
Seminar "Finanzkommunikation und Investor Relations in globalem Kontext" (2SWS)						
Seminar "Internationale Forschungsthemen des Kommunikationsmanagements" (2SWS)						
	Teilnahmevoraussetzungen:	keine				
	Modulturnus:	jedes Wintersemester				
06-005-541 Wissenschaftliches Arbeiten und Forschungsprozess		3.-4.	P	2	150	5
Seminar "Konzeption wissenschaftlicher Arbeiten" (1SWS)						
Kolloquium "Wissenschaftliches Arbeiten und Forschungsprozess" (2SWS)						
	Teilnahmevoraussetzungen:	keine				
	Modulturnus:	jedes Semester				
Masterarbeit					750	25
Summe:					3600	120