

Universität Leipzig
Fakultät für Sozialwissenschaften
und Philosophie

Studienordnung für den Masterstudiengang Communication Management an der Universität Leipzig

Vom 29. Januar 2008

Aufgrund des Gesetzes über die Hochschulen im Freistaat Sachsen (Sächsisches Hochschulgesetz – SächsHG) vom 11. Juni 1999 (SächsGVBl. S. 294) zuletzt geändert durch das Gesetz über Maßnahmen zur Sicherung der öffentlichen Haushalte 2007 und 2008 im Freistaat Sachsen (Haushaltsbegleitgesetz 2007 und 2008) vom 15. Dezember 2006 (SächsGVBl. S. 515), hat die Universität Leipzig am 20. September 2007 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

§ 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 in Kommunikations- und Medienwissenschaft, Publizistikwissenschaft oder eines vergleichbaren, fachlich einschlägigen Studienganges der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften mit mindestens 70 Leistungspunkten (LP) im Pflichtbereich,
 - ein Nachweis einer mindestens 6-monatigen praktischen Tätigkeit im Bereich des Kommunikationsmanagements (kumulativer, auf eine Vollzeittätigkeit bezogener Zeitwert, z. B. 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) Es wird eine fachinterne zweistufige Eignungsprüfung durchgeführt. Näheres regelt die Eignungsfeststellungsordnung für den Masterstudiengang Communication Management.

§ 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 nichtkonsekutive Masterstudiengang Communication Management stellt eine Vertiefung und Erweiterung von kommunikations-, sozial- und wirtschaftswissenschaftlichen 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 (Bachelor-/Magister-/Diplom-Abschluss) 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 Problem-bereiche.
- (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, insbesondere der Studienanfänger/innen statt.

§ 8

Aufbau und Inhalte des Studiums

- (1) Der 120 LP umfassende Studiengang setzt sich aus einem Pflichtbereich (100 LP inklusive 25 LP für die Masterarbeit) sowie einem Wahlpflichtfach (20 LP) zusammen.
- (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 ca. 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 bezeichnen einen Verbund zeitlich begrenzter, in sich geschlossener, methodisch oder inhaltlich ausgerichteter Lehrveranstaltungen. Module werden entsprechend ihrem Arbeitsaufwand mit Leistungspunkten versehen. Sie werden mit einer Modulprüfung abgeschlossen, die aus einer oder mehreren Prüfungsleistungen besteht und auf deren Grundlage Leistungspunkte vergeben werden. Ein Modul umfasst in der Regel zehn Leistungspunkte. Es gibt zwei Grundformen von Modulen:
 - Pflichtmodule: diese haben alle Studierenden zu belegen;
 - Wahlpflichtmodule: die Studierenden können innerhalb eines thematisch eingegrenzten Bereichs auswählen;
- (4) Die Masterarbeit wird studienbegleitend in der Regel im dritten bis vierten Semester verfasst und ist mit einem studentischen Arbeitsaufwand von 25 LP verbunden.
- (5) Das Studium ist wie folgt strukturiert:

A. Pflichtbereich

Der Pflichtbereich des Masterstudiengangs Communication Management hat einen Umfang von 100 LP und gliedert sich in die Masterarbeit (25 LP), den Kernbereich (45 LP) und den Ergänzungsbereich (30 LP).

Der Kernbereich beschäftigt sich mit Kernfragen des Kommunikationsmanagements (Basismodul, Theoriemodul, Strategiemodul I, Strategiemodul II).

Im Ergänzungsbereich werden Kenntnisse über das allgemeine Management (Ergänzungsmodul I), über gesellschaftliche Grundlagen und Voraussetzungen des Kommunikationsmanagements (Ergänzungsmodul II) sowie Methodenkenntnisse des Kommunikationsmanagements (Ergänzungsmodul III) vermittelt.

Der Kernbereich umfasst folgende fünf Module:

- Einführung in das Kommunikationsmanagement (*Basismodul*) (06-07-101-3)
- Theoretische Grundlagen des Kommunikationsmanagements (*Theoriemodul*) (06-07-102-3)
- Strategisches Kommunikationsmanagement I (*Strategiemodul I*) (06-07-103-3)
- Strategisches Kommunikationsmanagement II (*Strategiemodul II*) (06-07-104-3)
- Wissenschaftliches Arbeiten und Forschungsprozess (06-07-105-3)

Der Ergänzungsbereich umfasst die drei Module:

- Öffentlichkeit, Recht und Journalismus (*Ergänzungsmodul I*) (06-06/05-201-3)
 - Grundlagen der Journalistik
 - Theorien der Kommunikationswissenschaft
 - Journalistisches Arbeiten und rechtliche Aspekte
- Management, Organisation und Führung (*Ergänzungsmodul II*) (06-05-202-3)
 - Grundlagen des Managements, Organisation und Führung
 - Strategische Planung und Kontrolle
 - Organisation, Personal und Führung
- Empirische Kommunikationsforschung (*Ergänzungsmodul III*) (06-04-203-3)
 - Methoden der empirischen Kommunikations- und Medienforschung
 - Publikumsforschung/Medienwirkungsforschung
 - Evaluationsforschung/Inhaltsanalyse

B. Wahlpflichtfach

Das Wahlpflichtfach umfasst zwei Module (20 LP). Es dient der Profilierung in einem speziellen Gebiet des Kommunikationsmanagements, nämlich in Politischer Kommunikation, Unternehmenskommunikation oder kultureller/Non-Profit-Kommunikation.

Aus folgenden drei Fächern muss ein Wahlpflichtfach im Umfang von zwei Modulen (Wahlpflichtfachmodul I und II) gewählt werden:

1. Politikwissenschaft
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Kulturwissenschaften.

1. Das Wahlpflichtfach **Politikwissenschaft** umfasst folgende Module aus dem Masterstudiengang Politikwissenschaft:
 - Legitimation der Macht (*Wahlpflichtfachmodul I*) und eines der drei folgenden Module nach Wahl (*Wahlpflichtfachmodul II*):
 - Organisation der Macht,
 - Konstitution der Macht,
 - Transformation der Macht.
2. Das Wahlpflichtfach **Betriebswirtschaftslehre** umfasst folgende Module aus dem Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre (Management Science):
 - Personalfunktionen (07-201-2202) (*Wahlpflichtfachmodul I*) und eines der drei folgenden Module nach Wahl (*Wahlpflichtfachmodul II*):
 - Marktforschung (07-201-1211),
 - Transaktions- und Relationship-Marketing (07-201-1218),
 - Service Organizations und Kundenorientierung (07-201-2210).
3. Das Wahlpflichtfach **Kulturwissenschaften** umfasst folgende Module aus dem Masterstudiengang Sozialwissenschaften und Philosophie (Kernfach Kulturwissenschaften):
 - Management von Kulturbetrieben (*Wahlpflichtfachmodul I*) und eines der drei folgenden Module nach Wahl (*Wahlpflichtfachmodul II*):
 - Institutionalisierung und Organisation von Kultur,
 - Rahmenbedingungen des Kulturmanagements,
 - Gesellschaft und Kultur im internationalen Vergleich.

Übergangsregelungen für das Wahlpflichtfach:

Bis zum 30.09.2009 gelten folgende Überregelungsregelungen für das jeweilige Wahlpflichtfach:

1. Das Wahlpflichtfach **Politikwissenschaft** umfasst folgende Module:
 - Politisches System der BRD (06-08-301-3)(*Wahlpflichtfachmodul I*)
 - Analyse und Vergleich politischer Systeme (06-08-302-3) (*Wahlpflichtfachmodul II*).
2. Das Wahlpflichtfach **Betriebswirtschaftslehre** umfasst folgende Module aus dem Bachelorstudiengang Wirtschaftswissenschaften, aus denen eines als Wahlpflichtfachmodul I und ein weiteres als Wahlpflichtfachmodul II zu wählen ist:
 - Marketing und Services (07-101-3102),
 - Wirtschaftsinformatik (07-101-3103),
 - Umweltmanagement (07-101-5208).
3. Das Wahlpflichtfach **Kulturwissenschaften** umfasst folgende Module aus dem Bachelorstudiengang Sozialwissenschaften und Philosophie (Kernfach Kulturwissenschaften):
 - Einführung in die Grundlagen des Kulturmanagements (06-04-111-1) (*Wahlpflichtfachmodul I*)
 - und eines der zwei folgenden Module nach Wahl (*Wahlpflichtfachmodul II*):
 - Kultur moderner Gesellschaften (06-04-209-1)
 - Methoden und Techniken der Kulturvermittlung und des Kulturmanagements (06-04-213-1).

§ 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

- (1) Der Masterstudiengang Communication Management umfasst die in der Anlage dargestellten Module.
- (2) Die Module des Wahlpflichtfaches sind in der Studienordnung des Studienganges geregelt, dem diese Module entnommen sind.

§ 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 müssen im dritten Semester an einer Studienfachberatung teilnehmen, wenn sie bis zu dessen Beginn noch nicht 60 Leistungspunkte erbracht haben. Für Teilzeitstudierende verlängert sich die Frist entsprechend dem Verhältnis ihres Teilzeitstudiums zum Vollzeitstudium.

§ 13

Inkrafttreten und Veröffentlichung

- (1) Diese Studienordnung tritt zum 1. Oktober 2007 in Kraft. Sie wird in den Amtlichen Bekanntmachungen der Universität Leipzig veröffentlicht.
- (2) Diese Studienordnung wurde ausgefertigt aufgrund der Beschlüsse des Fakultätsrates der Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie vom 12. Juni 2006 und des Senats der Universität Leipzig vom 11. September 2007. Die Studienordnung wurde am 20. September 2007 durch das Rektoratskollegium genehmigt.

Leipzig, den 29. Januar 2008

Professor Dr. Franz Häuser
Rektor

Anlage zur Studienordnung des Studienganges Master of Arts Communication Management Studienablaufplan/ Modulübersichtstabelle

Modul und zugehörige Lehrveranstaltungen mit Gegenstand und Art (Umfang der LV)		empfohlenes Semester	Pflicht/Wahl/Wahlpflicht	Moduldauer in Semestern	Workload	Leistungspunkte (LP)
06-05-202-3 Management, Organisation und Führung (Ergänzungsmodul II)		1.	P	1	300	10
Vorlesung "Grundlagen des Managements, Organisation und Führung" (2SWS) _____ Seminar "Strategische Planung und Kontrolle" (2SWS) _____ Seminar "Organisation, Personal und Führung" (2SWS) _____						
Teilnahmevoraussetzungen: keine						
Modulturnus: jedes Wintersemester						
06-06/05-201-3 Öffentlichkeit, Recht und Journalismus (Ergänzungsmodul I)		1.	P	1	300	10
Vorlesung "Grundlagen der Journalistik" (2SWS) _____ Vorlesung "Theorien der Kommunikationswissenschaft" (2SWS) _____ Seminar "Journalistisches Arbeiten und rechtliche Aspekte" (2SWS) _____						
Teilnahmevoraussetzungen: keine						
Modulturnus: jedes Wintersemester						
06-07-101-3 Einführung in das Kommunikationsmanagement (Basismodul)		1.	P	1	300	10
Vorlesung "Grundlagen und Probleme des Kommunikationsmanagements" (2SWS) _____ Seminar "Geschichte und Ethik des Kommunikationsmanagements" (2SWS) _____ Seminar "Berufsfelder und Berufsfeldforschung im internationalen Vergleich" (2SWS) _____						
Teilnahmevoraussetzungen: keine						
Modulturnus: jedes Wintersemester						
06-04-203-3 Empirische Kommunikationsforschung (Ergänzungsmodul III)		2.	P	1	300	10
Vorlesung "Methoden der empirischen Kommunikations- und Medienforschung" (2SWS) _____ Vorlesung "Publikumsforschung und Medienwirkungsforschung" (2SWS) _____ Seminar "Evaluationsforschung/ Inhaltsanalyse" (2SWS) _____						
Teilnahmevoraussetzungen: keine						
Modulturnus: jedes Sommersemester						
06-07-102-3 Theoretische Grundlagen des Kommunikationsmanagements (Theoriemodul)		2.	P	1	300	10
Vorlesung "Werbung in der Gesellschaft" (2SWS) _____ Seminar "Theorien der PR und des Kommunikationsmanagements" (2SWS) _____ Projektseminar "Typen und Formen öffentlicher Kommunikation" (2SWS) _____						
Teilnahmevoraussetzungen: Teilnahme am Modul "Einführung in das Kommunikationsmanagement (Basismodul)" (06-07-101-3)						
Modulturnus: jedes Sommersemester						

06-07-103-3 Strategisches Kommunikationsmanagement I (Strategiemodul I)		2.	P	1	300	10
Vorlesung "Unternehmenskommunikation" (2SWS)						
Seminar "Praxis des strategischen Kommunikationsmanagements" (2SWS)						
Seminar "Kommunikation-Controlling" (2SWS)						
	Teilnahmevoraussetzungen:	Teilnahme am Modul "Einführung in das Kommunikationsmanagement (Basismodul)" (06-07-101-3)				
	Modulturnus:	jedes Sommersemester				
Wahlpflichtplatzhalter 1		3.	P	1	300	10
	Teilnahmevoraussetzungen:					
	Modulturnus:	jedes Wintersemester				
Wahlpflichtplatzhalter 2		3.	P	1	300	10
	Teilnahmevoraussetzungen:					
	Modulturnus:	jedes Wintersemester				
06-07-104-3 Strategisches Kommunikationsmanagement II (Strategiemodul II)		3.	P	1	300	10
Seminar "Praxisfelder des Kommunikationsmanagements" (2SWS)						
Seminar "Methoden und Verfahren des Kommunikationsmanagements" (2SWS)						
Übung "Kommunikations- und Präsentationstraining" (2SWS)						
	Teilnahmevoraussetzungen:	keine				
	Modulturnus:	jedes Wintersemester				
06-07-105-3 Wissenschaftliches Arbeiten und Forschungsprozess		4.	P	1	150	5
Kolloquium "Wissenschaftliches Arbeiten und Forschungsprozess" (2SWS)						
Blockseminar "Konzeption wissenschaftlicher Arbeiten" (2SWS)						
	Teilnahmevoraussetzungen:	keine				
	Modulturnus:	jedes Sommersemester				
Masterarbeit					750	25
Summe:					3600	120

Wahlpflichtmodule Master of Arts Communication Management

Modul und zugehörige Lehrveranstaltungen mit Gegenstand und Art (Umfang der LV)			empfohlenes Semester	Pflicht/Wahl/Wahlpflicht	Moduldauer in Semestern	Workload	Leistungspunkte (LP)
06-08-301-3 Politisches System in der BRD			3.	WP	1	300	10
Seminar "Politische Institutionen" (2SWS)							
Seminar "Parteien und Verbände" (2SWS)							
Kolloquium "Politische Willensbildung" (2SWS)							
	Teilnahmevoraussetzungen:	keine					
	Modulturnus:	jedes Wintersemester					
06-08-302-3 Analyse und Vergleich politischer Systeme			3.	WP	1	300	10
Seminar "Innenpolitik und politische Integration I" (2SWS)							
Seminar "Verfassungsrecht und Verfassungswirklichkeit" (2SWS)							
Kolloquium "Politische Kultur und Kommunikation" (2SWS)							
	Teilnahmevoraussetzungen:	keine					
	Modulturnus:	jedes Wintersemester					