

Universität Leipzig
Fakultät für Sozialwissenschaften
und Philosophie

Erste Änderungssatzung zur Prüfungsordnung 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 Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Corporate Publishing an der Universität Leipzig erlassen.

Artikel 1

Die Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Corporate Publishing an der Universität Leipzig vom 24. April 2012 (Amtliche Bekanntmachungen der Universität Leipzig Nr. 29, S. 1 bis 25) 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 Prüfungsordnung durchgängig durch „Corporate Media“ ersetzt.

2. Zu § 2

§ 2 wird wie folgt neu gefasst:

„Die Regelstudienzeit beträgt drei Semester. Sie umfasst betreute Praktikums- bzw. Hospitationszeit von mindestens zwei Wochen (mindestens 75 Stunden), die Modulprüfungen und die Masterarbeit.“

3. Zu § 4

§ 4 Abs. 4 Satz 1 wird wie folgt neu gefasst:

„Die Termine für die Prüfungsleistungen werden hochschulöffentlich durch Aushang oder auf elektronischem Wege bekannt gegeben.“

§ 4 Abs. 5 wird wie folgt neu gefasst:

„Die Mitteilung des Prüfungsergebnisses erfolgt grundsätzlich durch Aushang oder auf elektronischem Wege.“

4. Zu § 5

§ 5 Abs. 2 Satz 2 wird wie folgt neu gefasst:

„Die Abmeldung vom Modul und die damit verbundene Abmeldung von der Modulprüfung kann bis spätestens vier Wochen vor dem Ablegen der Modulprüfung durch eine schriftliche Mitteilung an das zuständige Prüfungsamt erfolgen.“

5. Zu § 9

§ 9 Abs. 3 Satz 8 wird wie folgt neu gefasst:

„Das Bewertungsverfahren soll eine Dauer von sechs Wochen nicht überschreiten.“

6. Zu § 10

§ 10 Abs. 3 wird wie folgt neu gefasst:

„Für die Bewertung von Projektarbeiten gilt § 9 Abs. 3 entsprechend.“

7. Zu § 11

Die Bezeichnung „Alternative Prüfungsleistungen“ wird geändert in „Weitere Prüfungsleistungen“.

§ 11 Abs. 1 wird wie folgt neu gefasst:

„Weitere Prüfungsleitungen sind Arbeitsmappen und Präsentationen.“

§ 11 Abs. 2 Satz 3 wird wie folgt neu eingefügt:

„Die Dauer der Präsentation beträgt ca. 20 Minuten.“

8. Zu § 20

§ 20 Abs. 4 Satz 4 wird wie folgt neu gefasst:

„Die Masterurkunde wird von dem/der Dekan/in der Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie und von dem/der Vorsitzenden des Prüfungsausschusses unterzeichnet und mit dem Siegel der Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie versehen.“

9. Zu § 21

§ 21 Abs. 1 Satz 1 wird wie folgt neu gefasst:

„Hat der/die Prüfungskandidat/in bei einer Prüfungsleistung getäuscht und wird diese Tatsache erst nach Aushändigung des Zeugnisses bekannt, so kann die Note der Prüfungsleistung entsprechend § 13 Abs. 3 berichtigt werden.“

10. Zu § 23

§ 23 Abs. 2 wird wie folgt neu gefasst:

„Der Prüfungsausschuss ist insbesondere zuständig für Entscheidungen:

1. über die Folgen von Verstößen gegen Prüfungsvorschriften (§ 13),
2. über das Bestehen und Nichtbestehen (§ 14),
3. über die Anrechnung von Prüfungs- und Studienleistungen (§ 16),
4. über die Bestellung der Prüfer/innen und Beisitzer/innen (§ 18) und die Berechtigung zur Ausgabe der Masterarbeit (§ 19),
5. über die Ungültigkeit der Masterprüfung (§ 21) und
6. über Widersprüche im Prüfungsverfahren (§ 24).“

11. Zu § 26

§ 26 Abs. 4 wird wie folgt neu gefasst:

„Das Studium ist wie folgt strukturiert:

- Modul 06-006-101: Kommunikation und Medien (KM)
- Modul 06-006-102: Marketing und Markenmanagement (MM)
- Modul 06-006-103: Public Relations/Öffentlichkeitsarbeit und Integrierte Kommunikation (PR)
- Modul 06-006-104: Angewandtes Management im Bereich Corporate Media (AM)
- Modul 06-006-105: Journalistische Methodik im Bereich Corporate Media (JM)
- Modul 06-006-106: Formale Gestaltung und Medientechnik/Medienproduktion im Bereich Corporate Media (FG)
- Modul 06-006-107: Medienökonomie im Bereich Corporate Media (MÖ)
- Modul 06-006-108: Angewandte Corporate Media (ACM)
- Masterarbeit

12. Zu § 27

§ 27 wird wie folgt neu gefasst:

„Nach Bestehen der Masterprüfung verleiht die Universität den akademischen Grad eines „Masters of Arts“ Corporate Media (M.A. Corporate Media).“

13. Zur Anlage

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

- 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).
- 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).
- h.) Der Titel und die Modulnummer des Moduls „Angewandtes Corporate Publishing (ACP)” (Modulnummer M8) werden 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 Prüfungsordnung 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. Soweit Studierende vor dem Inkrafttreten dieser Änderungssatzung eine von ihr betroffene Modulprüfung nicht bestanden haben, ist die Modulprüfung nach den Regelungen der Prüfungsordnung in der bei Anmeldung zur Modulprüfung gültigen Fassung zu wiederholen.

4. In nachfolgende Veröffentlichungen der Prüfungsordnung 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 Prüfungsordnung des Studienganges Master of Arts Corporate Media

Modul/zugehörige Lehrveranstaltungen mit Gegenstand und Art (Umfang der LV)	empfohlenes Semester	Pflicht/Wahl/Wahlpflicht	Moduldauer in Semestern	Prüfungsvorleistungen	Prüfungsleistung Art/Dauer	Wichtung	Leistungspunkte (LP)
06-006-101 Kommunikation und Medien (KM)	1.	P	1	<ul style="list-style-type: none"> • Hausarbeit (Bearbeitungszeit 4 Wochen) im Seminar mit Übungsanteil "KM 3 - Struktur des CM-Marktes, Tätigkeitsfelder und Berufsbilder im Bereich CM" • Analytische Leistung (Erstellung einer Ausgangsanalyse der Kommunikationssituation einer Organisation, 2-3 Seiten) in der Übung "KM 4 - Kommunikation, Medien und CM: Grundlagen" (Abgabe 1 Woche nach Ende der Präsenzzeit von KM 4) 	Klausur 90 Min.	1	10
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)							
06-006-102 Marketing und Markenmanagement (MM)	1.	P	1	<ul style="list-style-type: none"> • Referat (15 Min.) im Seminar mit Übungsanteil "MM 2 - Werbung und Verkaufsförderung" • Analytische Leistung (Analyse eines Kommunikationsmittels der Produkt- bzw. Markenkommunikation, 2-3 Seiten) in der Übung "MM 4 - Marketing und CM: Grundlagen" (Abgabe 1 Woche nach Ende der Präsenzzeit von MM 4) 	Klausur 90 Min.	1	10
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)							

06-006-105	1.	P	1	<ul style="list-style-type: none"> • Referat (15 Min.) im Seminar mit Übungsanteil "JM 1 - Themenfindung und Recherchieren" • Analytische Leistung (kritische Analyse von zwei CM-Beiträgen, 4 Seiten, Bearbeitungszeit: 2 Wochen) im Seminar mit Übungsanteil "JM 3 - Darstellungsformen/Redigieren, Bearbeiten und Abstimmen von Beiträgen" 	Arbeitsmappe (Bearbeitungszeit: 1 Woche ab Ausgabe der Aufgabenstellung)	1	10
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)							
06-006-103	2.	P	1	<ul style="list-style-type: none"> • Hausarbeit (Bearbeitungszeit 4 Wochen, ca. 15 Seiten plus Anhang) in der Vorlesung mit integrierter Übung "PR 1 - PR: Grundlagen und Externe PR" • Referat (25 Min.) im Seminar mit Übungsanteil "PR 3 - Internationale und interkulturelle Kommunikation" 	Klausur 120 Min.	1	10
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)							

06-006-104 Angewandtes Management im Corporate Media (AM)	2.	P	1	<ul style="list-style-type: none"> • Schriftl. Test (30 Min.) im Seminar mit Übungsanteil "AM 1 - Konzeption, Organisation und Arbeitsprozess" • Methodische Leistung (Fragebogen Nutzerbefragung oder Design Inhaltsanalyse, 2-3 Seiten, Bearbeitungszeit 2 Wochen) im Seminar mit Übungsanteil "AM 3 - Marktforschung und Evaluierung/Wirkungskontrolle" 	Projektarbeit (Bearbeitungszeit 8 Wochen, 5-7 Seiten)	1	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)							
06-006-106 Formale Gestaltung und Medientechnik / Medienproduktion im Bereich Corporate Media (FG)	2.	P	1	<ul style="list-style-type: none"> • Praktische Leistung: Bildauswahl bzw. Erstellung eines Briefings für Fotografen (Bearbeitungszeit: 1 Woche ab Ausgabe der Aufgabenstellung, 2-3 Seiten) im Seminar mit Übungsanteil "FG 1 - Fotografie, Bewegtbild und Bildersprache" • Praktische Leistung: Erstellung eines Briefings für Grafiker/Designer (Bearbeitungszeit: 1 Woche ab Ausgabe der Aufgabenstellung, 2-3 Seiten) im Seminar mit Übungsanteil "FG 2 - Grafische Gestaltungsmittel und Layout/Screen-Design" 	Klausur 90 Min.	1	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)							

06-006-107 Medienökonomie im Bereich Corporate Media (MÖ)	3.	P	1	Praktische Leistung: Erstellung eines Kostenplanes für ein CM-Instrument nach Vorgaben (2-3 Seiten, Bearbeitungszeit: 2 Wochen ab Ausgabe der Aufgabenstellung) im Seminar mit Übungsanteil "MÖ 2 - Medienkalkulation und Werbemittelmarketing"	Klausur 60 Min.	1	5
Vorlesung mit integrierter Übung "MÖ 1 - Medienwirtschaftslehre und -management" (1SWS)							
Seminar mit Übungsanteil "MÖ 2 - Medienkalkulation und Werbemittelmarketing" (1SWS)							
06-006-108 Angewandtes Corporate Media (ACM)	3.	P	1	Kurzer Praktikumsbericht (2-3 Seiten, Bearbeitungszeit: 1 Woche ab Ende des Praktikums) im Kurz-Praktikum "ACM 1 - Kurz-Praktikum / Hospitation"	Projektarbeit mit Projektbericht (7-10 Seiten) und Präsentation	1	5
Masterarbeit							20
Summe:							90