

Universität Leipzig

Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie

Studienordnung für den Masterstudiengang Communication Management an der Universität Leipzig

Vom 23. September 2021

Aufgrund des Gesetzes über die Freiheit der Hochschulen im Freistaat Sachsen (Sächsisches Hochschulfreiheitsgesetz – SächsHSFG) in der Fassung der Bekanntmachung vom 15. Januar 2013 (SächsGVBl. S. 3), zuletzt geändert durch Artikel 5 des Gesetzes vom 17. Dezember 2020 (SächsGVBl. S. 731), hat die Universität Leipzig am 23. September 2021 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

Anlage

Studienablaufplan/Modulübersichtstabelle/Modulbeschreibungen¹

§ 1

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

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 wird durch einen ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschluss oder durch einen Abschluss einer staatlichen oder staatlich anerkannten Berufsakademie nachgewiesen.

(2) Fachspezifische Zugangsvoraussetzungen sind:

- ein Nachweis eines fachspezifischen berufsqualifizierenden Hochschulabschlusses im Bereich der Kommunikations- und Medienwissenschaften mit mindestens 70 Leistungspunkten (LP) im Kernbereich der Kommunikations- und Medienwissenschaften,
- 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)

Für ausländische Bewerber, die nicht Bildungsinländer sind, ist zusätzlich ein Nachweis der Deutschkenntnisse auf Niveau C1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen erforderlich.

(3) Das Vorliegen der in Absatz 2 genannten Voraussetzungen wird durch die Fakultät überprüft, die hierüber einen Bescheid erlässt. Dieser dient zum Nachweis der entsprechenden Zugangsvoraussetzungen.

(4) Belastende Entscheidungen nach Absatz 3 sind zu begründen und mit einer Rechtsbehelfsbelehrung zu versehen. Gegen belastende Entscheidungen kann innerhalb eines Monats nach Bekanntgabe Widerspruch eingelegt werden. Der Widerspruch ist schriftlich oder zur Niederschrift bei der Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie einzulegen, welche darüber innerhalb einer Frist von 3 Monaten entscheidet.

§ 3

Studienbeginn

Das Studium kann nur zu Beginn des Wintersemesters aufgenommen werden.

§ 4

Studiendauer und Studienvolumen

(1) Die Regelstudienzeit umfasst einschließlich Masterarbeit 4 Semester. Der Gesamtumfang des studentischen Arbeitsaufwandes für das Masterstudium Communication Management entspricht 120 Leistungspunkten.

(2) Das Studium kann auch als Teilzeitstudium betrieben werden. Näheres legt die fakultätsübergreifende Ordnung zur Regelung des Teilzeitstudiums in der jeweils geltenden Fassung fest.

§ 5

Gegenstand des Studiums und Studienziele

(1) Der Masterstudiengang Communication Management stellt eine Vertiefung und Erweiterung von kommunikations- und medienwissenschaftlichen Studiengängen dar.

(2) Der Masterstudiengang Communication Management dient der fachlichen Spezialisierung und 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.

Darüber hinaus dient er der wissenschaftlichen Qualifizierung im Forschungsbereich Strategische Kommunikation und qualifiziert für weiterführende wissenschaftliche Qualifikationen (Promotion) sowie Tätigkeiten in Forschung und Lehre.

(3) Der Masterstudiengang Communication Management basiert auf einem Drei-Säulen-Konzept, das die zentralen Kompetenzfelder des Curriculums bündelt. Die Säule „Strategie und Konzeption“ fokussiert auf begriffliche, theoretische und konzeptionelle Grundlagen des Kommunikationsmanagements und der strategischen Kommunikation. Die Säule „Akteure und Stakeholder“ fokussiert auf Kompetenzen für das Kommunikationsmanagement in spezifischen Organisationstypen und Handlungsfeldern. Die Säule „Analyse und Transfer“ fokussiert auf methodische und analytische Kompetenzen im Kontext des Kommunikationsmanagements.

(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) Vermittlungsformen sind

- Vorlesung
- Vorlesung mit integrierter Übung
- Projektseminar
- Seminar
- Übung
- Kolloquium

(2) Die Modulverantwortlichen können festlegen, dass eine Lernplattform begleitend zum Präsenzstudium für die Vermittlung von Lehrinhalten eingesetzt wird.

§ 7

Tutorien

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

§ 8

Aufbau und Inhalte des Studiums

(1) Das Masterstudium Communication Management hat einen Umfang von 120 Leistungspunkten, davon entfallen 25 Leistungspunkte 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 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, auf deren Grundlage Leistungspunkte vergeben werden. Ein Modul umfasst in der Regel 5, 10 oder 15 Leistungspunkte. Es gibt zwei Grundformen von Modulen:

1. Pflichtmodule: diese haben alle Studierenden zu belegen;
2. Wahlpflichtmodule: die Studierenden können innerhalb eines thematisch eingegrenzten Bereichs auswählen;

(4) Lehrveranstaltungen können nach Maßgabe der Festlegungen in den Modulbeschreibungen in englischer Sprache erbracht werden.

(5) Die Lehrveranstaltungen folgender Module werden in der Regel in Englischer Sprache abgehalten:

- „Strategic Communication“ (06-005-542)
- „Digitalization, Technological Innovations and Content“ (06-005-548)
- „International Communication“ (06-005-537)
- „Intercultural Communication“ (06-005-549)

Ausnahmen werden vorab im Rahmen des Vorlesungsverzeichnisses bekannt gegeben.

(6) Die Masterarbeit wird studienbegleitend in der Regel im zweiten Studienjahr verfasst. Sie ist mit einem studentischen Arbeitsaufwand von 25 Leistungspunkten verbunden.

§ 9 Auslandsaufenthalt

(1) Ein Auslandsaufenthalt wird grundsätzlich empfohlen. Er ist von den Studierenden selbst (mit der Unterstützung der jeweils verantwortlichen Einrichtung) zu organisieren. Studierende, die sich die im Ausland erbrachten Studien- und Prüfungsleistungen anrechnen lassen möchten, wird empfohlen, vor dem Auslandsaufenthalt eine Studienfachberatung wahrzunehmen und eine Studienvereinbarung abzuschließen.

(2) Die im Ausland erbrachten Studien- und Prüfungsleistungen können auf Antrag nach § 15 der Prüfungsordnung 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 auf 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.

§ 13 Inkrafttreten und Veröffentlichung

(1) Diese Studienordnung tritt zum 1. Oktober 2021 in Kraft und wird in den Amtlichen Bekanntmachungen der Universität Leipzig veröffentlicht. Sie gilt

für alle in den Masterstudiengang Communication Management immatrikulierten Studierenden.

2. Diese Studienordnung wurde vom Fakultätsrat der Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie am 20. Oktober 2020 beschlossen. Sie wurde am 23. September 2021 durch das Rektorat genehmigt.
3. Studienleistungen, die vor Inkrafttreten dieser Studienordnung nach der zu diesem Zeitpunkt geltenden Fassung erbracht wurden, werden anerkannt.

Leipzig, den 23. September 2021

Professor Dr. med. Beate A. Schücking
Rektorin

Anlage zur Studienordnung des Studienganges Master of Arts Communication Management (ab WS 2021/22) Studienablaufplan/ Modulübersichtstabelle

Modul und zugehörige Lehrveranstaltungen mit Gegenstand und Art (Umfang der LV)		empfohlenes Semester	Pflicht/Wahl/Wahlpflicht	Moduldauer in Semestern	Workload	Leistungspunkte (LP)
06-005-542 Strategic Communication		1.	P	1	300	10
Vorlesung mit integrierter Übung "Communication Management and Organizational Communication: Theories and Concepts" (3SWS)						
Vorlesung "Strategic Communication: Value Creation and Business Models for Communications" (1SWS)						
	Teilnahmevoraussetzungen:	keine				
	Modulturnus:	jedes Wintersemester				
06-005-543 Management und Führung in Unternehmen		1.	P	1	150	5
Vorlesung "Grundlagen des Managements" (2SWS)						
Übung "Fallstudien zu Unternehmensstrategie, Organisation, Personalmanagement und Führung" (1SWS)						
	Teilnahmevoraussetzungen:	keine				
	Modulturnus:	jedes Wintersemester				
06-005-544 Nonprofit-Organisationen und Kommunikation		1.	P	1	150	5
Seminar "Nonprofit-Kommunikation" (2SWS)						
	Teilnahmevoraussetzungen:	keine				
	Modulturnus:	jedes Wintersemester				
06-005-545 Forschungs- und Analysemethoden		1.	P	1	300	10
Seminar "Angewandte Methoden der Kommunikationswissenschaft" (2SWS)						
Übung "Projektbezogene Forschung im Kommunikationsmanagement" (2SWS)						
	Teilnahmevoraussetzungen:	keine				
	Modulturnus:	jedes Wintersemester				
06-005-546 Kommunikationssteuerung und Planung		2.	P	1	300	10
Seminar "Management-Tools für die Unternehmenskommunikation" (2SWS)						
Übung "Kampagnen und Konzeptionstechnik" (2SWS)						
	Teilnahmevoraussetzungen:	Teilnahme an den Modulen des ersten Fachsemesters oder Nachweis vergleichbarer Kompetenzen				
	Modulturnus:	jedes Sommersemester				

06-005-547		2.	P	1	300	10
Handlungsfelder Kapitalmarkt und Wettbewerb						
Seminar "Finanzkommunikation und Investor Relations" (2SWS)						
Seminar "Branding und Marketingkommunikation" (2SWS)						
	Teilnahmevoraussetzungen:	Teilnahme an den Modulen des ersten Fachsemesters oder Nachweis vergleichbarer Kompetenzen				
	Modulturnus:	jedes Sommersemester				
06-005-548		2.	P	1	300	10
Digitalization, Technological Innovations and Content						
Vorlesung "Digital Transformation and Communication Trends" (2SWS)						
Seminar "Research in Transformation of Communication" (3SWS)						
	Teilnahmevoraussetzungen:	Teilnahme an den Modulen des ersten Fachsemesters oder Nachweis vergleichbarer Kompetenzen				
	Modulturnus:	jedes Sommersemester				
Wahlpflichtplatzhalter 1 (1 Modul aus 06-005-537 und -549)		3.	P	1	150	5
	Teilnahmevoraussetzungen:					
	Modulturnus:	jedes Wintersemester				
Wahlpflichtplatzhalter 2 (1 Modul aus 06-005-557 bis -559)		3.	P	1	450	15
	Teilnahmevoraussetzungen:					
	Modulturnus:	Wintersemester				
06-005-556		3.	P	1	300	10
Handlungsfelder Politik, Gesellschaft und Organisation						
Seminar "Public Affairs, Nachhaltigkeit und Ethik" (2SWS)						
Seminar "Interne Kommunikation" (2SWS)						
	Teilnahmevoraussetzungen:	Teilnahme an den Modulen des zweiten Fachsemesters oder Nachweis vergleichbarer Kompetenzen				
	Modulturnus:	jedes Wintersemester				
06-005-541		4.	P	1	150	5
Wissenschaftliches Arbeiten						
Kolloquium "Kommunikationsmanagement" (1SWS)						
	Teilnahmevoraussetzungen:	Teilnahme an den Modulen des dritten Fachsemesters oder Nachweis vergleichbarer Kompetenzen				
	Modulturnus:	jedes Semester				
Masterarbeit					750	25
Summe:					3600	120

Wahlpflichtmodule Master of Arts Communication Management (ab WS 2021/22)

Modul und zugehörige Lehrveranstaltungen mit Gegenstand und Art (Umfang der LV)		empfohlenes Semester	Pflicht/Wahl/Wahlpflicht	Moduldauer in Semestern	Workload	Leistungspunkte (LP)
06-005-537 International Communication		3.	WP	1	150	5
Seminar "Global Corporate Communications" (2SWS)						
Vorlesung "International Research in Communication Management" (1SWS)						
Teilnahmevoraussetzungen:	Teilnahme an den Modulen des zweiten Fachsemesters oder Nachweis vergleichbarer Kompetenzen					
Modulturnus:	jedes Wintersemester					
06-005-549 Intercultural Communication		3.	WP	1	150	5
Seminar "Current Challenges in Communications" (2SWS)						
Vorlesung "International Research in Communication Management" (1SWS)						
Teilnahmevoraussetzungen:	Teilnahme an den Modulen des zweiten Fachsemesters oder Nachweis vergleichbarer Kompetenzen					
Modulturnus:	unregelmäßig					
06-005-557 Forschungsmodul I: Strategische Kommunikation		3.	WP	1	450	15
Projektseminar "Forschungs- und Transferprojekt Strategische Kommunikation" (4SWS)						
Teilnahmevoraussetzungen:	Teilnahme an den Modulen des zweiten Fachsemesters oder Nachweis vergleichbarer Kompetenzen					
Modulturnus:	Wintersemester					
06-005-558 Forschungsmodul II: Kommunikationsmanagement		3.	WP	1	450	15
Projektseminar "Forschungs- und Transferprojekt Kommunikationsmanagement" (4SWS)						
Teilnahmevoraussetzungen:	Teilnahme an den Modulen des zweiten Fachsemesters oder Nachweis vergleichbarer Kompetenzen					
Modulturnus:	Wintersemester					
06-005-559 Forschungsmodul III: Unternehmenskommunikation		3.	WP	1	450	15
Projektseminar "Forschungs- und Transferprojekt Unternehmenskommunikation" (4SWS)						
Teilnahmevoraussetzungen:	Teilnahme an den Modulen des zweiten Fachsemesters oder Nachweis vergleichbarer Kompetenzen					
Modulturnus:	Wintersemester					