

Universität Leipzig  
Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie

# **Studienordnung für den Masterstudiengang Communication Management an der Universität Leipzig**

Vom 10. Mai 2017

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 11 des Gesetzes begleitender Regelungen zum Doppelhaushalt 2015/2016 (Haushaltsbegleitgesetz 2015/2016 – HBG 2015/2016) vom 29. April 2015 (SächsGVBl. S. 349), hat die Universität Leipzig am 9. März 2017 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, Übergangsbestimmungen und Veröffentlichung

## **Anlage**

Studienablaufplan / Modulübersichtstabelle / Modulbeschreibungen<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> 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 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 konsekutive Masterstudiengang Communication Management stellt eine Vertiefung und Erweiterung von kommunikations- und medienwissenschaftlichen Studiengängen dar.
- (2) Es handelt sich um einen sowohl forschungs- wie anwendungsorientierten Studiengang.
- (3) 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.
- (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 und Lehrsprache**

- (1) Vermittlungsformen sind
- Vorlesung
  - Seminar
  - Übung
  - Projektseminar
  - Kolloquium.
- (2) Die Modulverantwortlichen können festlegen, dass eine Lernplattform begleitend zum Präsenzstudium für die Vermittlung von Lehrinhalten eingesetzt wird.
- (3) Die Lehrveranstaltungen werden in deutscher oder englischer Sprache abgehalten. Der/Die Lehrende entscheidet über die Lehr- und Prüfungssprache. Die Lehrsprache wird vorab in üblicher Weise bekanntgegeben.
- (4) Die folgenden Lehrveranstaltungen werden in der Regel in englischer Sprache abgehalten:
- VL Corporate Communications im Pflichtmodul 06-005-527 Corporate Communications
  - S Global Corporate Communications im Wahlpflichtmodul 06-005-537 International Communication 1
  - S Intercultural and Comparative Communications im Wahlpflichtmodul 06-005-538 International Communication 2.

Ausnahmen werden vorab in üblicher Weise bekanntgegeben.

## **§ 7 Tutorien**

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

## **§ 8 Aufbau und Inhalte des Studiums**

- (1) 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.
- (2) Das Masterstudium hat einen Umfang von 120 Leistungspunkten, davon entfallen 25 Leistungspunkte auf die Masterarbeit.
- (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 in der Regel aus einer, aber nicht mehr als zwei Prüfungsleistungen besteht und 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.
  3. 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 § 16 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 Studiemöglichkeiten, 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, Übergangsbestimmungen**  
**und Veröffentlichung**

- (1) Diese Studienordnung tritt am 1. Oktober 2017 in Kraft. Sie wird in den Amtlichen Bekanntmachungen der Universität Leipzig veröffentlicht. Gleichzeitig tritt die Studienordnung des Masterstudiengangs Communication Management vom 8. April 2013 (Amtliche Bekanntmachung der Universität Leipzig Nr. 27, S. 31 bis 39) in der Fassung der Ersten Änderungssatzung vom 12. August 2016 (Amtliche Bekanntmachung der Universität Leipzig Nr. 29, S. 16 bis 17) außer Kraft.
- (2) Diese Studienordnung wurde vom Fakultätsrat der Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie am 20. Dezember 2016 beschlossen. Sie wurde am 9. März 2017 durch das Rektorat genehmigt.
- (3) Studienleistungen, die vor Inkrafttreten dieser Neufassung nach der zu diesem Zeitpunkt geltenden Fassung erbracht wurden, werden anerkannt.

Leipzig, den 10. Mai 2017

Professor Dr. med. Beate A. Schücking  
Rektorin

## 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)
<b>06-005-511</b> <b>Einführung in das Kommunikationsmanagement</b>		1.	P	1	300	10
Vorlesung mit integrierter Übung "Grundlagen und Theorien des Kommunikationsmanagements" (3SWS)						
Seminar "Berufsfeld Kommunikationsmanagement: Entwicklung, Ethik und Reflexionen" (2SWS)						
Teilnahmevoraussetzungen: keine						
Modulturnus: jedes Wintersemester						
<b>06-005-512</b> <b>Managementtheorie: Strategie, Organisation und Führung</b>		1.	P	1	300	10
Vorlesung mit integrierter Übung "Grundlagen des Managements" (3SWS)						
Seminar "Organisation, Kommunikation und Wirtschaft" (2SWS)						
Teilnahmevoraussetzungen: keine						
Modulturnus: jedes Wintersemester						
<b>06-005-513</b> <b>Empirische Methoden der Kommunikationsforschung</b>		1.	P	1	300	10
Seminar "Empirische Methoden" (2SWS)						
Seminar "Statistik/Datenanalyse" (2SWS)						
Teilnahmevoraussetzungen: keine						
Modulturnus: jedes Wintersemester						
<b>06-005-522</b> <b>Strategisches Kommunikationsmanagement</b>		2.	P	1	300	10
Seminar "Strategisches Kommunikationsmanagement 1" (2SWS)						
Seminar "Strategisches Kommunikationsmanagement 2" (2SWS)						
Teilnahmevoraussetzungen: Teilnahme an den Modulen des ersten Fachsemesters oder Nachweis vergleichbarer Kompetenzen						
Modulturnus: jedes Sommersemester						
<b>06-005-525</b> <b>Konzeption und Umsetzung strategischer Kommunikation</b>		2.	P	1	150	5
Seminar "Kampagnen und Konzeptionstechnik" (2SWS)						
Übung "Kommunikations- und Präsentationstraining" (2SWS)						
Teilnahmevoraussetzungen: Teilnahme an den Modulen des ersten Fachsemesters oder Nachweis vergleichbarer Kompetenzen						
Modulturnus: jedes Sommersemester						



06-005-526 <b>Strategische Online-Kommunikation</b>		2.	P	1	300	10
Vorlesung "Grundlagen der Online-Kommunikation" (2SWS)						
Seminar "Forschungsseminar Strategische Online-Kommunikation" (3SWS)						
	Teilnahmevoraussetzungen:	Teilnahme an den Modulen des ersten Fachsemesters oder Nachweis vergleichbarer Kompetenzen				
	Modulturnus:	jedes Sommersemester				
06-005-527 <b>Corporate Communications</b>		2.	P	1	150	5
Vorlesung "Corporate Communications: Theories, Insights and Perspectives" (2SWS)						
	Teilnahmevoraussetzungen:	Teilnahme an den Modulen des ersten Fachsemesters oder Nachweis vergleichbarer Kompetenzen				
	Modulturnus:	jedes Sommersemester				
<b>Wahlpflichtplatzhalter 1 (1 Modul aus 06-005-535 und -536)</b>		3.	P	1	300	10
	Teilnahmevoraussetzungen:					
	Modulturnus:	jedes Wintersemester				
<b>Wahlpflichtplatzhalter 2 (1 Modul aus 06-005-537 und -538)</b>		3.	P	1	150	5
	Teilnahmevoraussetzungen:					
	Modulturnus:	jedes Wintersemester				
06-005-534 <b>Forschungsmodul</b>		3.	P	1	450	15
Projektseminar "Forschungs- und Transferprojekt" (6SWS)						
	Teilnahmevoraussetzungen:	Teilnahme an den Modulen des zweiten Fachsemesters oder Nachweis vergleichbarer Kompetenzen				
	Modulturnus:	jedes Wintersemester				
06-005-541 <b>Wissenschaftliches Arbeiten</b>		4.	P	1	150	5
Kolloquium "Wissenschaftliches Arbeiten und Forschungsprozess" (1SWS)						
	Teilnahmevoraussetzungen:	Teilnahme an den Modulen des dritten Fachsemesters oder Nachweis vergleichbarer Kompetenzen				
	Modulturnus:	jedes Semester				
<b>Masterarbeit</b>					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)
<b>06-005-535</b> <b>Handlungsfelder 1 - Vertiefung Finanzkommunikation</b>		3.	WP	1	300	10
Seminar "Finanzkommunikation und Investor Relations" (2SWS)						
Seminar "Fallstudien zur strategischen Kommunikation" (3SWS)						
Teilnahmevoraussetzungen:	Teilnahme an den Modulen des zweiten Fachsemesters oder Nachweis vergleichbarer Kompetenzen					
Modulturnus:	jedes Wintersemester					
<b>06-005-536</b> <b>Handlungsfelder 2 - Vertiefung Nonprofit-Kommunikation</b>		3.	WP	1	300	10
Seminar "Nonprofit-Kommunikation" (2SWS)						
Seminar "Fallstudien zur strategischen Kommunikation" (3SWS)						
Teilnahmevoraussetzungen:	Teilnahme an den Modulen des zweiten Fachsemesters oder Nachweis vergleichbarer Kompetenzen					
Modulturnus:	jedes Wintersemester					
<b>06-005-537</b> <b>International Communication 1 - Leadership Class</b>		3.	WP	1	150	5
Seminar "Global Corporate Communications" (2SWS)						
Seminar "International Research in Communication Management" (2SWS)						
Teilnahmevoraussetzungen:	Teilnahme an den Modulen des zweiten Fachsemesters oder Nachweis vergleichbarer Kompetenzen					
Modulturnus:	jedes Wintersemester					
<b>06-005-538</b> <b>International Communication 2 - Intercultural Class</b>		3.	WP	1	150	5
Seminar "Intercultural and Comparative Communications" (2SWS)						
Seminar "International Research in Communication Management" (2SWS)						
Teilnahmevoraussetzungen:	Teilnahme an den Modulen des zweiten Fachsemesters oder Nachweis vergleichbarer Kompetenzen					
Modulturnus:	jedes Wintersemester					