

Studienordnung (Satzung) für den Bachelorstudiengang Öffentlichkeitsarbeit und Unternehmenskommunikation am Fachbereich Medien der Fachhochschule Kiel

Aufgrund des § 52 Abs. 10 des Gesetzes über die Hochschulen und das Universitätsklinikum Schleswig-Holstein (Hochschulgesetz - HSG) in der Fassung der Bekanntmachung vom 28. Februar 2007 (GVBl. Schl.-H. S. 184), zuletzt geändert durch Artikel 1 des Gesetzes zur Änderung des Hochschulgesetzes und weiterer Rechtsvorschriften vom 4. Februar 2011 (GVBl. Schl.-H. S. 34, ber. S. 67), wird nach Beschlussfassung durch den Konvent des Fachbereichs Medien der Fachhochschule Kiel vom 17. April 2012 folgende Satzung erlassen:

§ 1 Geltungsbereich

Diese Studienordnung regelt auf der Grundlage der jeweils gültigen Prüfungsordnung des Fachbereichs Medien und der Prüfungsverfahrensordnung der Fachhochschule Kiel Ziel, Aufbau und Inhalt eines Studiums im Bachelorstudiengang Öffentlichkeitsarbeit und Unternehmenskommunikation zum Bachelor of Arts (B.A.) am Fachbereich Medien der Fachhochschule Kiel.

§ 2 Studienziel und Studium

Ziel des Studiums ist die Heranbildung von Führungskräften im Bereich Öffentlichkeitsarbeit und Unternehmenskommunikation. Im Rahmen des Studiums kann mit dem Bachelor of Arts, abgekürzt B.A., ein erster berufsqualifizierender Abschluss erworben werden, der wissenschaftliche Grundlagen, Methodenkompetenz und berufsfeldbezogene Qualifikationen beinhaltet. Das Studium soll mit seinem stärker anwendungsorientierten Charakter auf wissenschaftlicher Grundlage auf die Übernahme von Führungsaufgaben im Bereich Öffentlichkeitsarbeit und Unternehmenskommunikation vorbereiten, indem die Absolventinnen und Absolventen durch Kenntnis des entsprechenden Instrumentariums in die Lage versetzt werden, selbstständig und verantwortungsvoll praktische Aufgabenstellungen im Bereich Öffentlichkeitsarbeit und Unternehmenskommunikation zu lösen.

§ 3 Studieninhalte

Die Inhalte des Studiums ergeben sich gemäß Anlage 1 zu dieser Studienordnung.

§ 4 Studium

Die vorgeschriebenen und empfohlenen Lehrveranstaltungen sind für den vollen Studienerfolg selbstständig vor- und nachzubereiten.

§ 5 Art und Gegenstand der Lehrveranstaltungen

(1) Veranstaltungsarten sind:

- a) Online-Lehre: Selbstständige Bearbeitung internetgestützter Lehrmodule mit Betreuung durch eine Dozentin bzw. einen Dozenten

- b) Internetdialog: Internetgestützter Dialog zwischen den Teilnehmerinnen und Teilnehmern mit Betreuung durch eine Dozentin bzw. einen Dozenten
- c) Vorlesung: Vermittlung des Lehrstoffs ohne Aussprache
- d) Lehrvortrag: Vermittlung des Lehrstoffs mit Aussprache
- e) Übung: Verarbeitung und Vertiefung des Lehrstoffs in theoretischer und praktischer Anwendung
- f) Seminar: Bearbeitung von Spezialgebieten durch Diskussionen gegebenenfalls mit Referaten der Teilnehmerinnen bzw. Teilnehmer
- g) Projekt: Bearbeitung praktischer Fragestellungen in Gruppen an der Hochschule mit fachlicher Betreuung durch eine Hochschullehrerin oder einen Hochschullehrer
- h) Berufspraktischer Studienteil: Praktische Tätigkeiten in einem Betrieb mit fachlicher Betreuung durch eine Hochschullehrerin oder einen Hochschullehrer
- i) Exkursion: Studienfahrt mit Begleitung zur Vertiefung des Stoffes durch Einblicke in die Praxis

- (2) Art und Gegenstand der Lehrveranstaltungen sowie deren Anteil am zeitlichen Gesamtumfang und Zuordnung zu den einzelnen Studienhalbjahren sind in der Anlage 1 zur Studienordnung festgelegt.
- (3) Die Lehrveranstaltungen der Module erhalten Leistungspunkte nach dem European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS).

§ 6 Beschränkung der Teilnahme an Veranstaltungen gemäß § 4 Abs. 5 HSG

- (1) Nach § 4 Abs. 5 HSG hat jede(r) Studierende der Fachhochschule Kiel grundsätzlich das Recht auf freien Zugang zu allen Veranstaltungen, sofern sich durch die Anzahl der verfügbaren Arbeitsplätze keine Beschränkung ergibt.
- (2) In Seminaren und Übungen soll die Zahl der Teilnehmerinnen und Teilnehmer 25 Personen nicht überschreiten.
- (3) Melden sich zu einer Veranstaltung nach Absatz 2 mehr als 25 Teilnehmer oder Teilnehmerinnen an und müssen diese gemäß Prüfungsordnung eine Leistung zu dieser Veranstaltung erbringen, sind Parallelveranstaltungen einzurichten. Falls das Lehrdeputat der für diese Veranstaltungen zur Verfügung stehenden Lehrkräfte erschöpft ist, sind im Rahmen vorhandener Mittel und Möglichkeiten Lehrbeauftragte anzuwerben.
- (4) Kann der Veranstaltungsbedarf nicht nach Absatz 3 ausgeglichen werden, kann der Konvent für die betreffende Lehrveranstaltung die Zahl der Teilnehmerinnen und Teilnehmer gemäß Absatz 2 beschränken. Dabei sind Studierende höherer Semester bevorzugt zu behandeln; sofern mehr gleichberechtigte Bewerberinnen oder Bewerber als verfügbare Studienplätze vorhanden sind, entscheidet das Los.

§ 7 Inkrafttreten

Diese Studienordnung tritt mit Wirkung vom 1. September 2012 in Kraft. Sie gilt erstmals für die Studierenden, die im Wintersemester 2012/13 ein Studium im Bachelorstudiengang Öffentlichkeitsarbeit und Unternehmenskommunikation am Fachbereich Medien der Fachhochschule Kiel aufnehmen.

Kiel, den 4. Juli 2012

Fachhochschule Kiel
Fachbereich Medien

Prof. Dr. Bernd Vesper
Der Dekan

Anlage 1 zur Studienordnung: Module nach Studienjahren und –halbjahren, Bachelorstudiengang Öffentlichkeitsarbeit und Unternehmenskommunikation

Erstes Studienjahr:

Modul	1. Halbjahr		2. Halbjahr		SWS	CP
	L	S	L	S		
Einführung in die Publizistik	2	0			2	5
Medienwissenschaft	4	0			4	10
Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens	2	0			2	5
Statistik und Befragung	2	2			4	5
Rhetorik und mediengerechtes Schreiben	2	2			4	5
Einführung in die Betriebswirtschaftslehre			4	0	4	5
Medienrecht			4	2	6	5
Public Relations			2	2	4	10
Management und Unternehmensführung			4	0	4	5
Interkulturelle Kommunikation			2	2	4	5
Summe:	12	4	16	6	38	60

Zweites Studienjahr:

Modul	1. Halbjahr		2. Halbjahr		SWS	CP
	L	S	L	S		
Absatzwirtschaft und Marktkommunikation	2	0			2	5
Mediennutzung und Rezeptionsforschung	2	0			2	5
Grundlagen der Gestaltung	2	2			4	5
Corporate Video in der Öffentlichkeitsarbeit	2	2			4	5
Wahlpflichtmodul	2	2			4	5
Interkulturelle Kommunikation	2	2			4	5
Medienanalyse			2	2	4	5
PR-Evaluation			2	0	2	5
AV-Nachrichtenmedien			2	4	6	10
Unternehmenskommunikation			2	2	4	5
Interkulturelle Kommunikation			2	2	4	5
Summe:	12	8	10	10	40	60

L = Lehrvortrag; Ü = Übung; S = Seminar; SWS = Semesterwochenstunden;
CP = Leistungspunkte nach ECTS

Drittes Studienjahr Bachelor:

Modul	1. Halbjahr		2. Halbjahr		SWS	CP
	L	S	L	S		
Teammanagement und Führung		2			2	5
Medienarbeit, Veranstaltungs- und Kampagnenkonzeption	2	2			4	5
Politische Kommunikation	2	2			4	10
Wahlpflichtmodul	2	2			4	5
Interkulturelle Kommunikation	2	2			4	5
Medienethik			2		2	5
Medienprojekt				2	2	10
Wahlpflichtmodul			4	4	6	10
Interkulturelle Kommunikation			2	2	4	5
Summe	8	10	8	8	34	60

Viertes Studienjahr:

Modul	1. Halbjahr		2. Halbjahr		SWS	CP
	L	S	L	S		
Interkulturelle Kommunikation	2	2			4	5
Projekt im Unternehmen		2			2	10
Bachelorthesis		2			2	12
Kolloquium		2			2	3
Summe	2	8			10	30
Gesamtsumme 1. – 7. Semester:					122	210

L = Lehrvortrag; Ü = Übung; S = Seminar; SWS = Semesterwochenstunden;
CP = Leistungspunkte nach ECTS