

**Prüfungsordnung (Satzung) für den berufsbegleitenden weiterbildenden Masterstudiengang
„Public Relations“ am Fachbereich Medien der Fachhochschule Kiel
Vom 28. Juni 2017**

Aufgrund des § 52 Absatz 1 des Hochschulgesetzes (HSG) in der Fassung der Bekanntmachung vom 5. Februar 2016 (GVOBl. Schl.-H. 2016, S. 39), zuletzt geändert durch Artikel 1 des Gesetzes vom 14. März 2017 (GVOBl. Schl.-H. 2017, S. 142) und § 1 Absatz 2 der Prüfungsverfahrensordnung (PVO) der Fachhochschule Kiel vom 11. Oktober 2016 (NBl. HS MSGWG Schl.-H. Nr. 6/2016, S. 102), zuletzt geändert durch Satzung vom 6. April 2017 (NBl. HS MSGWG Schl.-H. Nr. 2/2017, S. 36) wird nach Beschlussfassung durch den Konvent des Fachbereichs Medien vom 24. März 2017 und mit Genehmigung des Präsidiums vom 26. Juni 2017 die folgende Satzung erlassen:

§ 1 Geltungsbereich

Diese Prüfungsordnung regelt in Ergänzung zur jeweils gültigen Prüfungsverfahrensordnung (PVO) durch abschließende Bestimmungen das Verfahren und die Prüfungsanforderungen im Masterstudiengang „Public Relations“ am Fachbereich Medien der Fachhochschule Kiel.

§ 2 Regelstudienzeit, Qualifikation, Abschlussgrad

(Bestimmung zu § 1 Absatz 2 Nummern 1, 3 und 4 sowie § 21 Absatz 6 (optional) PVO)

Die Regelstudienzeit beträgt sechs Semester (120 LP).

Die Fachhochschule Kiel verleiht nach erfolgreich absolviertem Studium im Masterstudiengang „Public Relations“ den Abschlussgrad „Master of Arts“ (M.A.).

Die mit dem Studiengang angestrebte Qualifikation ist in Anhang 1 zu dieser Prüfungsordnung beschrieben.

§ 3 Module, Studienumfang, Abfolge

(Bestimmung zu § 1 Absatz 2 Nummern 2 und 5 sowie § 3 Absatz 5 PVO)

(1) Die zu belegenden Module, ihr Umfang in Semesterwochenstunden und Leistungspunkten, ihre zeitliche Abfolge und die Zuordnung der Prüfungen gemäß § 21 Absatz 1 PVO zum jeweiligen Semester sind in Anhang 2 dieser Ordnung verzeichnet.

(2) Abweichend von § 27 Absatz 2 der Prüfungsverfahrensordnung vom 11. Oktober 2016 (NBl. HS MSGWG Schl.-H. 6/2016, S. 102), zuletzt geändert durch Satzung vom 6. April 2017 (NBl. HS MSGWG Schl.-H. Nr. 2/2017, S. 36) beträgt die Bearbeitungszeit der Masterthesis 6 Monate.

§ 4 Zulassung zu Prüfungen

(optionale Bestimmung zu § 20 Absatz 2 PVO)

Zu Prüfungen der Module Nummer 1 bis 15 gemäß dem Curriculum in Anhang 2 wird nur zugelassen, wer die geforderten Ausarbeitungen zu den jeweiligen Lerneinheiten des Moduls erfolgreich angefertigt und an den Präsenzphasen teilgenommen hat.

§ 5 Durchführung von Prüfungen

(Bestimmung zu § 21 Absatz 4 PVO)

Den Beginn und den Abgabetermin für Prüfungen, die nicht durch den Prüfungsausschuss terminiert oder in der Prüfungsverfahrensordnung geregelt werden, legt die jeweilige Lehrkraft zu Beginn des Semesters fest. Die Fristen sind so zu bemessen, dass die Regelstudienzeit eingehalten werden kann und der Arbeitsaufwand (Workload) berücksichtigt wird. Die Fristen sind im Prüfungsamt aktenkundig zu machen und zu überwachen.

§ 6 Zulassung zur Abschlussarbeit

(Bestimmung zu § 25 Absatz 1 PVO)

Für Zulassung zur Abschlussarbeit müssen 80 LP erworben worden sein.

§ 7 Zugang zum Masterstudium

(optionale Bestimmung zu § 5 Absatz 4 PVO)

- (1) Zugang zum berufsbegleitenden weiterbildenden Masterstudium „Public Relations“ erhält, wer ein erstes berufsqualifizierendes Studium abgeschlossen hat und ein berufliches Beschäftigungsverhältnis, das im Wesentlichen Aufgaben der externen und internen Kommunikation umfasst, nachweist.
- (2) Voraussetzung für den Zugang zum berufsbegleitenden weiterbildenden Masterstudium „Public Relations“ ist weiterhin der Nachweis einer qualifizierten berufspraktischen Tätigkeit von in der Regel mindestens einem Jahr, die nach Abschluss des ersten berufsqualifizierenden Studiums ausgeübt wurde. Eine auf Dauer angelegte freiberufliche, neben- oder ehrenamtliche Tätigkeit im Bereich des Kommunikationsmanagements kann das Erfordernis eines festen Beschäftigungsverhältnisses ersetzen, sofern diese Tätigkeit geeignet ist, den Lehr- und Lernerfolg der Praxismodule (Public Relations Projekte 1 bis 5) zu gewährleisten.
- (3) Zusätzlich müssen Bewerberinnen und Bewerber englische Sprachkenntnisse nachweisen, die mindestens der Niveaustufe B 2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen (GER) entsprechen. Der Nachweis kann z.B. wie folgt erbracht werden:

- durch Schulzeugnisse, durch die die Fremdsprache über mindestens 5 Jahre bis zum Abschluss, der zum Hochschulzugang berechtigt, nachgewiesen wird. Die Abschlussnote, ggf. die Durchschnittsnote der letzten zwei Jahre, muss mindestens die deutsche Note 4 (ausreichend) bzw. 5 Punkte sein,

oder

- Englisch als Muttersprache

oder

- durch ein erfolgreich abgeschlossenes englischsprachiges Hochschulstudium

oder

- durch ein international anerkanntes Zertifikat auf B2-Niveau oder höher (GER), z. B. eine entsprechende Cambridge-ESOL-Qualifikation

Cambridge- ESOL	Mindestanforderung
First (FCE – B2), oder Advanced (CAE – C1), oder Proficiency (CPE – C2)	Grade B oder höher Grade C oder höher Grade C oder höher
BULATS	B2, 60 Punkte
IELTS	Band 5.5

oder

- durch ein TOEFL-Ergebnis von mindestens

TOEFL	Mindestpunktzahl
PBT	515 Punkte
CBT	185 Punkte
iBT	70 Punkte

§ 8 Inkrafttreten, Übergangsregelungen

- (1) Diese Prüfungsordnung tritt am Tag nach ihrer Bekanntmachung in Kraft. Sie ist erstmals ab 1. März 2018 anzuwenden. Studierende, die am 28. Februar 2018 im Masterstudiengang „Public Relations“ eingeschrieben sind, setzen ihr Studium ab 1. März 2018 dem nach den Regeln dieser Prüfungsordnung fort.
- (2) Abweichend von § 8 Absatz 1 ist § 7 (Zugang zum Masterstudium) bereits nach Inkrafttreten dieser Prüfungsordnung anzuwenden.
- (3) Die Prüfungsordnung vom 6. April 2016 (NBl. HS MSGWG Schl.-H. Nr. 2/2016, S.22) tritt mit Ablauf des 28. Februar 2018 außer Kraft.

- (4) Die Studienordnung vom 6. April 2016 (NBl. HS MSGWG Schl.-H. Nr. 2/2016, S.22) tritt mit Ablauf des 28. Februar 2018 außer Kraft.
- (5) Auf die Möglichkeiten zur Wiederholung von nicht bestandenen Prüfungen gemäß § 11 der Prüfungsverfahrensordnung vom 11. Oktober 2016 (NBl. HS MSGWG Schl.-H. Nr. 6/2016, S. 102), zuletzt geändert durch Satzung vom 6. April 2017 (NBl. HS MSGWG Schl.-H. Nr. 2/2017, S. 36) werden die bis zum 28. Februar 2018 in Anspruch genommenen Wiederholungsversuche nicht bestandener Prüfungen angerechnet.

Kiel, 28. Juni 2017
Fachhochschule Kiel

Prof. Dr. Christian Hauck
- Dekan -
Fachbereich Medien

Anhang 1 Qualifikationsziele für den berufsbegleitenden Masterstudiengang „Public Relations“

Der Masterstudiengang „Public Relations“ ist ein postgraduales, weiterbildendes Studienprogramm. Als solches setzt es einen ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschluss voraus.

Das Masterstudium Public Relations bereitet die Absolventinnen und Absolventen auf eine Tätigkeit in den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit und Unternehmenskommunikation von Unternehmen, Organisationen, Behörden, Parteien und NGOs vor. Diese besteht zum einen aus der strategischen Kommunikation zwischen dieser Organisation und den sie umgebenden Gruppen sowie zu anderen der Kommunikation innerhalb der Organisation zum Aufbau einer Corporate Culture.

Die Absolventinnen und Absolventen des Masterstudiengangs „Public Relations“ sind qualifizierte, kritische und ideenreiche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Öffentlichkeitsarbeit, die neben einem fundierten Fachwissen und allgemeinen sozialen und kommunikativen Kompetenzen bereits über weitgehende Erfahrung in einem professionellen Arbeitsumfeld verfügen. Da eine digitale, vernetzte und multioptionale Kommunikationskultur sich kontinuierlich verändert und komplexer werdende Anforderungen an das Berufsfeld der Öffentlichkeitsarbeit stellt, ist eine enge Verzahnung der praktischen Arbeit im Unternehmen oder der selbstständigen Arbeit im Bereich Public Relations mit dem Masterstudium ein besonderes Kennzeichen des berufsbegleitenden Studiengangs. Es fließen einerseits Praxisanteile in das Studium ein, andererseits wird die berufspraktische Tätigkeit im Unternehmen durch wissenschaftliche Reflexion und Analyse in einer Weise begleitet, die es den Absolventinnen und Absolventen ermöglicht, ihre Arbeit in einem kommunikationswissenschaftlichen Gesamtkontext einzuordnen. Die interdisziplinäre Ausrichtung und eine intensive Verknüpfung mit der praktischen Arbeit schafft die Grundlage für ein tiefgreifendes Verständnis PR-bezogener Inhalte, Zusammenhänge und Hintergründe – so besitzen die Absolventinnen und Absolventen nach erfolgreichem Abschluss des Studiengangs einen hohen Grad beruflicher Handlungskompetenz.

Nach Abschluss ihres Studiums verfügen die Absolventinnen und Absolventen über folgende Fähigkeiten und Kompetenzen:

Sie besitzen detaillierte Kenntnisse über sozio-historische und aktuelle Kontexte im Bereich Public Relations und umfangreiches Wissen über Gesellschafts- und Medientheorien. Die Bedeutung der Innen- und Außenkommunikation für Unternehmen, Behörden, Verbände und Institutionen ist ihnen dabei bewusst und sie verfügen über ein vertieftes Verständnis der Aufgaben der Öffentlichkeitsarbeit und der zugehörigen Zukunftsthemen einer sich verändernden Gesellschaft. Sie sind in der Lage, kritisch mit neuen und etablierten Medien und deren Produktion und Rezeption umzugehen. Wichtige Fachtermini, Diskurse und Konzepte der kommunikationswissenschaftlicher Theorie und Praxis sind ihnen bekannt. Darüber hinaus verstehen sie wirtschaftliche Rahmenbedingungen und Prozesse und besitzen die Fähigkeit, die Organisation und Struktur von Unternehmen, Behörden, Verbänden und Institutionen bei betrieblichen Entscheidungsprozessen zu berücksichtigen.

Die Absolventinnen und Absolventen beherrschen Methoden der datenbank- und internetgestützten Recherche und sind in der Lage, Erkenntnisse der wissenschaftlichen Literatur auf spezielle Themen der Öffentlichkeitsarbeit anzuwenden und kritisch zu hinterfragen. Im Team führen sie eigenverantwortlich kommunikationswissenschaftliche Forschungsarbeiten durch. Sie sind dabei in der Lage, Ansätze der medienwirtschaftlichen und kommunikationswissenschaftlichen Forschung kritisch einzubeziehen und vergleichende Studien im Bereich der Theorie und Praxis der Public Relations und der Medienwirtschaft durchzuführen. Zur Analyse mikro- und makroökonomischer Zusammenhänge der Medienwirtschaft wenden sie einschlägige Methoden sicher an.

Mithilfe ihrer rhetorischen und sprachgestalterischen Fähigkeiten gelingt den Absolventinnen und Absolventen die Vermittlung von Sachzusammenhängen, Untersuchungsansätzen und eigenen Ideen sicher vor Laien- und Fachpublikum. Durch ihre Fähigkeit zu analytischem und perspektivischem Denken über das eigene Fachgebiet hinaus sind sie in der Lage, einschlägige Probleme der Praxis zu lösen – dies gelingt ihnen als Mitglied eines Arbeitsteams ebenso wie in einer leitenden Funktion. Als sprachliche Grundlage für professionelles Informieren beherrschen sie sicher das Verfassen von Texten der Öffentlichkeitsarbeit, die sowohl in den Printmedien als auch in Fernseh- und Hörfunkmedien Anwendung findet.

Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, unter hohem Zeit- und Termindruck zu arbeiten. Sie können parallele Aufgaben mit wechselnden Anforderungen bearbeiten und sind Unterbrechungen, Zieländerungen und unerwartet wechselnden Arbeitsschwerpunkten gewachsen.

Ein wesentlicher Bestandteil des Studiums „Public Relations“ ist die Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen und ethischen Aspekten. Die Rolle von Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen in der Öffentlichkeitsarbeit wird in mehreren Modulen vor dem Hintergrund gesellschaftswissenschaftlicher und ethischer Verantwortung thematisiert. So können die Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs das Selbstverständnis der Berufsgruppe kritisch hinterfragen und darüber hinaus konkrete politische, soziale und kulturelle Phänomene unter medienwissenschaftlichen Aspekten analysieren.

**Anhang 2 Tabellarisches Curriculum für den berufsbegleitenden
Masterstudiengang „Public Relations“²⁾**

Lfd.Nr.	Modul- nummer /Kürzel	Modul		Leistungs- punkte (LP)	Studien- volumen / SWS	Semester
		Pflichtmodule des Studiengangs¹⁾				
1	61010	Einführung ins Studium		2	3	1
2	61020	Kommunikationskompetenz Schreiben		5	3	1
3	61030	Public Relations Grundlagen		5	3	1
4	61040	Public Relations Projekt 1		8	3	1
5	62010	Public Relations Aufgabenfelder		6	3	2
6	62020	Medien- und Kommunikationswissenschaft		6	3	2
7	62030	Public Relations Projekt 2		8	3	2
8	63010	Public Relations Konzeption		6	3	3
9	63020	Kommunikationskompetenz Online		6	3	3
10	63030	Public Relations Projekt 3		8	3	3
11	64010	Recht und Ethik		6	3	4
12	64020	Public Relations Evaluation		6	3	4
13	64030	Public Relations Projekt 4		8	3	4
14	65010	Kommunikationskompetenz Bild und Gestaltung		6	3	5
15	65020	Public Relations Integrative Konzepte		6	3	5
16	65030	Public Relations Projekt 5		8	3	5
			Summe	100		
	9970	Thesis		18		6
	9980	Kolloquium		2		6
			Summe	120		

1) Module müssen von allen Studierenden des Studiengangs gehört werden.

2) Die Prüfungsform für jedes Modul wird verbindlich im Modulhandbuch des Studiengangs festgelegt.