

Hochschule Osnabrück

University of Applied Sciences
Fakultät Management, Kultur und Technik

Studienordnung für den berufsbegleitenden weiterbildenden Masterstudiengang Corporate Communications

Beschlossen vom Fakultätsrat der Fakultät Management, Kultur und Technik am 14.01.2015,
genehmigt vom Präsidium am 14.01.2015, veröffentlicht am 19.01.2015.

§ 1 Verweis auf weitere Regelungen

Mit dieser Studienordnung sind weitere Ordnungen zu beachten:

- Allgemeiner Teil der Prüfungsordnung der Hochschule Osnabrück,
- Besonderer Teil der Prüfungsordnung für den berufsbegleitenden weiterbildenden Masterstudiengang Corporate Communications.

Die gültigen Fassungen der Ordnungen und weitere aktuelle Hinweise zur Studienorganisation sind im Internet auf der Homepage unter den Rubriken „Studium“ und „Lehre“ abgelegt. Dies sind unter anderem:

- Jährliches Lehrangebot,
- Semesterzeitplan mit wichtigen Terminen zum Studium.

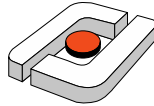
Eine ausführliche Beschreibung der Module ist im Modulplanungssystem (MOPPS) auf der Homepage der Fakultät abgelegt.

§ 2 Art und Umfang der Prüfungen

Die Anzahl und die Arten der Prüfungsleistungen je Semester sowie die Prüfungsanforderungen sind in der Anlage 2 festgelegt.

§ 3 Inkrafttreten

Diese Ordnung tritt am Tag nach ihrer Veröffentlichung durch die Hochschule Osnabrück in Kraft.



Hochschule Osnabrück

University of Applied Sciences
Fakultät für Management, Kultur und Technik

Anlagen zur Studienordnung

für den berufsbegleitenden weiterbildenden Masterstudiengang Corporate Communications

Beschlossen vom Fakultätsrat der Fakultät Management, Kultur und Technik am 14.01.2015,
genehmigt vom Präsidium am 14.01.2015, veröffentlicht am 19.01.2015.

Anlage 1:

Curriculum des berufsbegleitenden weiterbildenden Masterstudiengangs Corporate Communications

Verpflichtungsgrad und Leistungspunkte der Module je Semester im berufsbegleitenden weiterbildenden Masterstudiengang Corporate Communications

Anlage 2:

Studienverlaufsplan – Berufsbegleitender weiterbildender Masterstudiengang Corporate Communications

Anlage 1: Curriculum des berufsbegleitenden weiterbildenden Masterstudiengangs Corporate Communications

Semester	5	10	15	20	25	CP
5	Masterarbeit und Kolloquium					
4	Führungskommunikation	Risiko- und Krisenkommunikation	Angewandte BWL	Medien-coaching	Berufspraxis (beruflich erworbene Kompetenzen)/ themenbezogene Projektarbeit 4: Risiko- und Krisenkommunikation*	
			Brand Management	Social Media		
3	Interne Kommunikation	Change Management	Unternehmensführung	Management-tools	Berufspraxis (beruflich erworbene Kompetenzen)/ themenbezogene Projektarbeit 3: Change Management*	
			HRM	Angewandte Empirische Methoden		
2	Strategische Kommunikation	Handlungsfelder Unternehmenskommunikation	Angewandte BWL	Medien-coaching	Berufspraxis (beruflich erworbene Kompetenzen)/ themenbezogene Projektarbeit 2: Handlungsfelder der Unternehmenskommunikation*	
			Brand Management	Social Media		
1	Organisationskommunikation	Interdisziplinäre Wissenschaftliche Grundlagen	Unternehmensführung	Management-tools	Berufspraxis (beruflich erworbene Kompetenzen)/ themenbezogene Projektarbeit 1: Interdisziplinäre wissenschaftliche Grundlagen*	
			HRM	Angewandte Empirische Methoden		

Abb. 1: Curriculum des Studienprogramms Corporate Communications

Alternierende Angebote im SoSe (Kohortenübergreifende Veranstaltung für das 1. und 3. Sem.)

Alternierende Angebote im WS (Kohortenübergreifende Veranstaltung für das 2. und 4. Sem.)

*Bis zu 20cp werden durch beruflich erworbene Kompetenzen anerkannt. Die Summe der im Rahmen des Curriculums zu erwerbenden Leistungspunkte beträgt daher 20cp pro Semester in den Semestern 1 bis 4. Im Falle einer Nichtanerkennung beruflich erworbener Kompetenzen ist für das jeweilige Semester eine themenbezogene Projektarbeit zu leisten, für die ein workload von 150 Stunden (5 cp) veranschlagt wird.

Verpflichtungsgrad und Leistungspunkte der Module je Semester im berufsbegleitenden weiterbildenden Masterstudiengang Corporate Communications

Semester	Anzahl Module	Pflicht	Wahlpflicht	Leistungspunkte
1	5	4+1	0	20+5
2	5	4+1	0	20+5
3	5	4+1	0	20+5
4	5	4+1	0	20+5
5	1	1	0	20
Summe				100+20*

*Bis zu 20cp werden durch beruflich erworbene Kompetenzen anerkannt. Die Summe der im Rahmen des Curriculums zu erwerbenden Leistungspunkte beträgt daher 20cp pro Semester in den Semestern 1 bis 4. Im Falle einer Nichtanerkennung beruflich erworbener Kompetenzen ist für das jeweilige Semester eine themenbezogene Projektarbeit zu leisten, für die ein workload von 150 Stunden (5 cp) veranschlagt wird.

Anlage 2: Studienverlaufsplan – Berufsbegleitender weiterbildender Masterstudiengang Corporate Communications

Modul*	Semester					Leistungspunkte	Prüfungsart	
	1.	2.	3.	4.	5.		PL	LN
Organisationskommunikation	X					5	H/R/PB/PR/M	A
Interdisziplinäre wissenschaftliche Grundlagen	X					5	H/R/PB/PR/M	A
Unternehmensführung ¹⁾	X					5	H/R/PB/PR/M	A
Human Resource Management ¹⁾	X					5	H/R/PB/PR/M	A
Berufspraxis/themenbezogenes Projekt 1: Interdisziplinäre wissenschaftliche Grundlagen*	X					5		PB
Strategische Kommunikation		X				5	H/R/PB/PR/M	A
Handlungsfelder der Unternehmenskommunikation		X				5	H/R/PB/PR/M	A
Angewandte BWL ²⁾		X				5	H/R/PB/PR/M	A
Brand Management ²⁾		X				5	H/R/PB/PR/M	A
Berufspraxis/themenbezogenes Projekt 2: Handlungsfelder der Unternehmenskommunikation*		X				5		PB
Interne Kommunikation			X			5	H/R/PB/PR/M	A
Change Management			X			5	H/R/PB/PR/M	A
Angewandte Empirische Methoden ¹⁾			X			5	H/R/PB/PR/M	<u>A</u>
Managementtools ¹⁾			X			5	<u>H/R/PB/PR/M</u>	A
Berufspraxis/themenbezogenes Projekt 3: Change Management*			X			5		PB
Führungskommunikation				X		5	H/R/PB/PR/M	A
Risiko- und Krisenkommunikation				X		5	H/R/PB/PR/M	A
Social Media ²⁾				X		5	<u>H/R/PB/PR/M</u>	A
Mediencoaching ²⁾				X		5	<u>H/R/PB/PR/M</u>	A
Berufspraxis/themenbezogenes Projekt 4: Risiko- und Krisenkommunikation*				X		5		PB
Masterarbeit und Kolloquium					X	20	<u>PB/ Coll.**</u>	
Gesamt						120		

*Bis zu 20cp werden durch beruflich erworbene Kompetenzen anerkannt. Die Summe der im Rahmen des Curriculums zu erwerbenden Leistungspunkte beträgt daher 20cp pro Semester in den Semestern 1 bis 4. Im Falle einer Nichtanerkennung beruflich erworbener Kompetenzen ist für das jeweilige Semester eine themenbezogene Projektarbeit zu leisten, für die ein workload von 150 Stunden (5 cp) veranschlagt wird.

- 1) In einem Sommersemester werden entweder die Module Unternehmensführung oder HRM sowie die Module Angewandte Empirische Methoden oder Management-Tools angeboten, so dass diese Module entweder im 1. Fachsemester oder im 3. Fachsemester absolviert werden.
- 2) In einem Wintersemester werden entweder die Module Angewandte BWL oder Brand Management sowie die Module Mediencoaching oder Social Media angeboten, so dass diese Module entweder im 2. Fachsemester oder im 4. Fachsemester absolviert werden.

Erklärung:

**) Bei diesem Modul ist der Projektbericht die Masterarbeit.

PL	Prüfungsleistung	R	Referat
LN	Leistungsnachweis (unbenotet)	PB	Projektbericht
H	Hausarbeit	PR	Präsentation
K1 K2	1 oder 2-stündige Klausur	A	Arbeitsproben (assignments)
M	Mündliche Prüfung	TN	regelmäßige Teilnahme