

Verordnung

der Studienkommission Publizistik- und Kommunikationswissenschaft zur Durchführung des Studienplans für das Bakkalaureatsstudium und das Magisterstudium "Publizistik- und Kommunikationswissenschaft"

<i>I. Durchführung des Bakkalaureatsstudienplans</i>	2
§ 1 Orientierungsveranstaltung, Anfängerinnen- und Anfängertutorien	2
§ 2 Fachtutorien (Studentische Lehre)	3
§ 3 Studieneingangsphase	4
§ 4 Medien- und kommunikationstheoretische Grundlagen	6
§ 5 Inter- und transdisziplinäre Grundlagen	7
§ 6 Bakkalaureatsarbeiten	9
§ 7 Wahlfächer: Praxisfeld der kommunikationswissenschaftlichen Kommunikation	9
Printjournalismus	9
Hörfunkjournalismus	10
Fernsehjournalismus	11
Multimediajournalismus	11
Öffentlichkeitsarbeit ¹²	
Werbung und Marktkommunikation	13
Markt- und Meinungsforschung	14
Medien- und Kommunikationsforschung / feministische / historische	15
§ 8 Freie Wahlfächer	16
<i>II Durchführung des Magisterstudienplans</i>	16
§ 9 Orientierungsveranstaltung Magisterstudium	16
§ 10 Fachtutorien (Studentische Lehre)	17
§ 11 Theorien und Methoden der Kommunikationswissenschaft	18
§ 12 Kommunikationswissenschaftliche Forschung	18
§ 13 Medien- und Kommunikationsmanagement	19

§ 14 Medien- und Kommunikationsrecht	21
§ 15 Interpersonelle Kommunikation, Gruppen- und Organisations-kommunikation	22
§ 16 Freie Wahlfächer	23

I. Durchführung des Studienplans für das Bakkalaureatsstudium "Publizistik- und Kommunikationswissenschaft"

§ 1 Orientierungsveranstaltung, Anfängerinnen- und Anfängertutorien

(1) Zur studienvorbereitenden Beratung ist zu Beginn jedes Semesters (in der ersten Oktober- bzw. März-Woche) eine Orientierungsveranstaltung als Ringvorlesung abzuhalten. Sie dient der Information der Studierenden über die wesentlichen Bestimmungen des Studienrechts, den Studienplan, das Qualifikationsprofil und die Studieneingangsphase. Weiters dient sie der Organisation von Anfängerinnen- und Anfängertutorien, welche die Studierenden bei der Bewältigung der leistungsmäßigen, organisatorischen und sozialen Anforderungen des ersten Studienjahres unterstützen sollen.

(2) Zum Inhalt der Orientierungsveranstaltung zählen insbesondere die von Universitätslehrern und Universitätslehrerinnen zu leistende Darstellung

- von "Universität", "Wissenschaft", Studium" sowie "Praxis vs. Theorie"
- der Leistungsfähigkeit des Faches, Vorstellung des Instituts und Überblick über die Berufsbilder und -chancen
- der inner- (andere Studienrichtungen, Universitätslehrgänge) und außeruniversitären (Praxis, verwandte Fachhochschulstudien,...) Alternativen zum Studium
- der Verortung und Bedeutung des Faches im Rahmen der Wissenschaft
- der Anforderungen an die Studierfähigkeit
- des Aufbaus und Ablaufs von Lehrveranstaltungen der Studieneingangsphase
- der Rechtsgrundlagen der Frauenförderung und des gesetzlichen Diskriminierungsschutzes
- der durchschnittlichen Studiendauer

- der Studienerfolgsstatistik
- der Beschäftigungsstatistik

sowie die durch Vertreterinnen und Vertreter der Studierenden im Rahmen des Anfängerinnen- und Anfänger-Tutoriumsprojektes zu leistende Darstellung

- der Studiengestaltung (Studienplan, Lehrveranstaltungen, Prüfungsordnung, Studienförderung, Studienberatung)
- der Studienmotivation
- der Rechte und Pflichten von Studierenden
- der Universitätsstruktur und der Möglichkeiten der Mitbestimmung/-gestaltung
- der Struktur der Österreichischen HochschülerInnenschaft
- sowie der Bildung stabiler sozialer Gruppen durch die Fortführung der Anfängerinnen- und Anfängertutorien nach der Orientierungsveranstaltung innerhalb frei organisierter Treffen während des Semesters (siehe Grundsatzpapier des österreichischen (Anfängerinnen- und Anfänger-Tutoriumsprojektes)

§ 2 Fachtutorien (Studentische Lehre)

(1) Als Übung zu Vorlesungen mit Übungen (VO+UE, 5 ECTS), sind parallel zur Vorlesung stattfindende Arbeitsgruppen (max. 15 Teilnehmer und Teilnehmerinnen / Fachtutor bzw. Fachtutorin) zum Zweck der Anleitung zum selbständigen Wissenserwerb einzurichten, die von geeigneten Studierenden betreut werden (Fachtutorium).

(2) Als Fachtutor bzw. Fachtutorin geeignet, sind insbesondere Studierende des Magisterstudiums oder Studierende des Bakkalaureatsstudiums, die mindestens folgende Voraussetzungen erfüllen:

- Absolvierung der Studieneingangsphase (12 Wstd).
- Absolvierung eines Bakk-SE (innerhalb der gegebenen

Voraussetzungen).

- Absolvierung der Arbeitstechniken aus einem Praxisfeld gem. § 5 (3) h - j (Einführung in die Didaktik wissenschaftlichen Arbeitens und Lehrens; 2 Wstd.) des Bakkalaureatsstudienplans Publizistik- und Kommunikationswissenschaft.

Weiters wird den Fachtutoren und Fachtutorinnen empfohlen, die Wahlfächer aus dem Prüfungsfach "Interpersonelle Kommunikation, Gruppen- und Organisationskommunikation" des Magisterstudiums Publizistik- und Kommunikationswissenschaft zu besuchen.

(3) Die Inhalte der Fachtutorien sind mit der betreffenden Lehrveranstaltungsleitung und der Fachtutorienkoordination abzusprechen. Folgende Aspekte sollen berücksichtigt werden:

- Anleitung zu intensiverer Auseinandersetzung mit dem LV-Stoff
- Erweiterung bzw. Ergänzung der LV-Inhalte
- Anleitung zum selbständigen Erarbeiten von Wissen
- Praktische Einübung wissenschaftlicher Arbeitstechniken
- Durchführung von Projekten mit den Studierenden
- Beratung und Betreuung von Studierenden auf fachlicher Ebene
- Begleitendes, regelmäßiges Feedback hinsichtlich erbrachter Leistungen und zu fördernder Kapazitäten.
- Eingehen auf studentische Anliegen über das rein Fachliche hinaus (Sozialisations-effekt)
- Umgang mit wissenschaftlicher Literatur (u.a. Diskurs, Recherche, Zitation)

(4) Die Teilnahme der Studierenden an einem Fachtutorium ist verpflichtend. Die Beurteilung der Tutanden und Tutandinnen innerhalb des Fachtutoriums obliegt dem Fachtutor bzw. der Fachtutorin und umfasst 2/5 der Gesamtnote für die VO/UE (entspricht somit 2 ECTS-Anrechnungspunkten). Die positive Absolvierung des Fachtutoriums ist Bedingung für die positive Absolvierung der gesamten Lehrveranstaltung.

(5) Räumlichkeiten zur Abhaltung von Fachtutorien werden von der Universität Wien zur Verfügung gestellt.

-
(6) Zur Planung und Organisation der Fachtutorien sowie zur begleitenden inhaltlichen und didaktischen Betreuung der Fachtutoren und Fachtutorinnen ist eine zentrale Koordination der Fachtutorien durch mindestens eine eigens dafür vorgesehene Mitarbeiterin oder einen Mitarbeiter am Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft einzurichten.

Zu den Aufgaben der Fachtutoriumskoordination gehört

- die Koordination der Fachtutorinnen und Fachtutoren zu den jeweiligen Lehrveranstaltungen
- die Vermittlung zwischen Lehrenden und Fachtutorinnen und Fachtutoren
- die Organisation von etwaigen Ausbildungsworkshops bzw. Weiterbildungsangeboten
- das zur Verfügung stellen und Weiterleiten von Informationen
- die Organisation und Strukturierung von Fachtutorinnen- und Fachtutorentreffen mindestens einmal im Semester
- die Verwaltung und Dokumentation der Fachtutorien
- Vertretung der Fachtutorinnen und Fachtutoren in spezifischen Belangen des Fachtutoriumskonzepts
- Mitwirkung bei der Ausschreibung der Fachtutoriumsstellen, der Durchsicht der Bewerbungen und der Auswahl der Fachtutorinnen und Fachtutoren. (Auswahlkriterien: Gruppenerfahrungen, außeruniversitäres Engagement (fachlich/didaktisch), Tutoriumserfahrung, sonstige Ausbildungen/Qualifikationen, Theorieschwerpunkte, Methodenschwerpunkte).

§ 3 Studieneingangsphase

It. Studienplan § 2 (1) a)

(1) STEP 1 Einführung in das kommunikationswissenschaftliche Denken

(VO/UE)

lt. Studienplan § 4 (1) a)

Lehrziele:

- Wissenschaftstheoretische Einführung (zum Wissenschaftsbegriff und zur wissenschaftlichen Erkenntnisproblematik, Alltagswahrnehmung vs. wissenschaftliche Forschung)
- Publizistik- und Kommunikationswissenschaft als wissenschaftliche Disziplin (Standortbestimmung des Faches im Kontext der Wissenschaften sowie im Lichte gesellschaftlicher Entwicklungen - Stichwort: Informationsgesellschaft)
- Einführung in die Fachterminologie (Reflexion zentraler Begriffe wie z.B. Kommunikation, Information, Medien, Massenkommunikation, Öffentlichkeit)
- Kommunikation als Verständigungsprozess (unter Berücksichtigung aktueller Entwicklungen in Theorie und Praxis)
- Kommunikation als Forschungsfeld (zur Ausdifferenzierung des Faches, Entwicklung kommunikationswissenschaftlicher Teildisziplinen, beispielhafte Vertiefung anhand ausgewählter Forschungsfelder, z.B. Wirkungsforschung)

(2) STEP 2 Medien- und Kommunikationsgeschichte (VO/UE)

lt. Studienplan § 4 (1) b)

Lehrziele:

- Entwicklung der einzelnen Medien (Presse, Radio, Fernsehen, Internet, etc.)
- Aufzeigen der Abhängigkeiten zwischen den Entwicklungen der einzelnen Medien
- Publizistikwissenschaftliche, Kulturgeschichtliche, Morphologische, Mediologische (u.a.) Ansätze zu einer Medien- und Kommunikationsgeschichte
- Entwicklung des Faches vor und nach seiner universitären Etablierung im Zusammenhang mit sozialen, ökonomischen und politischen Ereignissen
- Wissenschaftsgeschichte

(3) STEP 3 Einführung in das kommunikationswissenschaftliche Arbeiten (PS)
lt. Studienplan §4 (1) c)

Die Konzeption dieser Lehrveranstaltung sieht vor, dass die innerhalb der STEP 3 erarbeiteten Themenbereiche innerhalb des Folgeproseminars STEP 5 weiterhin als Grundlagenmaterial dienen. Die Absolvierung der Fortsetzungsveranstaltung STEP 5 bei derselben Lehrveranstaltungsleiterin oder demselben Lehrveranstaltungsleiter wird den Studierenden empfohlen.

Lehrziele:

- Zitation
- Recherche
- Schreibtechniken
- Themeneingrenzung & Schreibprobleme
- Formale Anleitung zum Schreiben wissenschaftlicher Texte
- Technik des Lesens und Schreibens wissenschaftlicher Texte
- Anleitung zur Nachbereitung der Lektüre
- Themenfindung
- Thesen/Hypothesen (wissenschaftliche Aussagen, Formulierung)
- Forschungsablauf
- Präsentation
- Literaturverwaltung und Materialdokumentation

(4) STEP 4 Einführung in die kommunikationswissenschaftliche Forschung
(VO/UE) lt. Studienplan § 4 (1) d)

Lehrziele:

- wissenschaftliche Erkenntnis
- Objektivitätsbegriff
- Erkenntnisverfahren (Deduktion, Induktion)
- Operationalisierung
- Forschungsperspektiven
- Erkenntnistheoretische Ansätze
- Kriterien und Methoden der Datenerhebung
- Methodenkritik

(5) STEP 5 Kommunikationswissenschaftliches Forschungs-Proseminar (PS)

lt. Studienplan § 4 (1) e)

Lehrziele:

- Themenfindung, -wahl
- Fragestellung
- Erarbeitung eines Themenfeldes
- Erstellung von Forschungskonzepten
- Durchführung von innerhalb der Lehrveranstaltung durchführbaren (bzw. dem Arbeitsaufwand von 5 ECTS-Anrechnungspunkten entsprechenden) Forschungsprojekten
 - Methodische Ausrichtung (Hypothesenbildung und -prüfung)
 - Forschungsverfahren
 - Methodendesign (theoriegestützte Methodenwahl bzw. theoriegestützte Konstruktion von Erhebungsinstrumenten)
 - Datenerhebung (theoriegeleitete Umsetzung wissenschaftlicher Methoden) Methoden- und Datenkritik Datenanalyse
- Erstellung eines abschließenden Forschungsberichts (Proseminararbeit)

(6) STEP 6 Medienkunde (VO/UE) lt. Studienplan § 4 (1) f)

Lehrziele:

- Einblick in die Entwicklung des österreichischen Mediensystems
- Internationale und interkulturelle Vergleichsansätze in medienökonomischer und medienpolitischer Betrachtungsweise
- Medientypologie
- Theorie der Mediensysteme
- Organisations- und Strukturfragen der Mediensysteme und -landschaften
- Einblick in die Komplementaritätsforschung
- Thematisierung der Internationalisierungsproblematik
- Medienkonkurrenz
- Medien unter dem Aspekt ihrer materiellen Eigenschaften und kommunikativen Leistungen
- Medienpolitische Regulierungsfragen

§ 4 Medien und kommunikationstheoretische Grundlagen

It. Studienplan § 2 (1) b)

(1) THEO Medien- und Kommunikationstheorien (VO) lt. Studienplan §4 (2) a)

Lehrziele: Vermittlung eines Überblicks der Grundbegriffe der Medien- und Kommunikationstheorie und des aktuellen Forschungsstandes

- Kritische Reflexion der Theorien und Modelle der Kommunikationswissenschaft
- Grundlagen des wissenschaftlichen Denkens
- Erkenntnis- und wissenschaftstheoretische Voraussetzungen
- Das heuristische Potential der in der Kommunikationswissenschaft verwendeten Theorieansätze
- Vom mechanistischen zum systemischen Verständnis kommunikativer Prozesse
- Entwicklungsperspektiven der Kommunikationswissenschaft

(2) KPOL Medien- und Kommunikationspolitik (VO) lt. Studienplan § 4 (2) b)

Lehrziele: Vermittlung eines Überblicks der Grundbegriffe der Medien- und Kommunikationspolitik und des aktuellen Forschungsstandes

- Einblick in die Bedeutung und des Gegenstands der Medien- und Kommunikationspolitik
- Thematisierung und Bearbeitung von Kommunikations-, Meinungs- und Informationsfreiheit
- Überblick über die mediale Ordnungspolitik
- Behandlung der Thematik Öffentlichkeit
- Aufzeigen der Ziele und Formen der Kommunikationspolitik

(3) OEKO Medienökonomie (VO) lt. Studienplan § 4 (2) c)

Lehrziele: Vermittlung eines Überblicks der Grundbegriffe der

Medienökonomie und des aktuellen Forschungsstandes

- Wandel und Entwicklung medialer Märkte
- Einblick in die medienökonomische Forschung
- Verortung der Medienökonomie
- Beleuchtung ökonomischer Einflüsse auf die Entwicklung des Mediensektors
- Thematisierung der Problematik der Medienkonzentration
- Medienökonomische Ansätze
- Ökonomische Begründung für Regulierungen
- Grundbegriffe der Liberalisierung, Globalisierung, Digitalisierung
- Zusammenhang zwischen Medienentwicklung und medienökonomischer Tendenzen
- Medienökonomische Spezifika und Merkmale von Mediengütern

(4) BAKK 1 Bakkalaureats-Seminar (SE) lt. Studienplan § 4 (2) d)

- Im Rahmen des Bakkalaureats-Seminars 1 ist von den Studierenden eine eigenständige schriftliche Bakkalaureatsarbeit zu verfassen, deren Thema aus dem jeweils gewählten Praxisfeld der gesellschaftlichen Kommunikation I zu wählen ist. Die Bearbeitung des Themas soll neben den Kerninhalten der Lehrveranstaltungen der Studieneingangsphase auch die Inhalte der Vorlesungen des Faches "Medien- und kommunikationswissenschaftliche Grundlagen" umfassen.
- Ziel ist das Verfassen eines wissenschaftlichen Textes zu einer speziell ausgewählten Fragestellung.
- Daraus können sich in der Regel folgende Arbeitsphasen ergeben: - Ausgangspunkt ist ein Problem oder Phänomen der Kommunikationspraxis - umfassende Literaturrecherche - kommunikationswissenschaftliche Fokussierung dieses Problems oder Phänomens (Themenproblematisierung anhand einer kommunikationstheoretischen Annäherung) - Formulierung forschungsleitender Fragestellungen - Forschungsphase (methodische Umsetzung) - Verfassen der Abschlussarbeit

§ 5 Inter- und transdisziplinäre Grundlagen lt. Studienplan § 4 (3)

(1) PSYCH Medienpsychologie (VO)

lt. Studienplan § 4 (3) a)

Lehrziele: Vermittlung eines Überblicks der Grundbegriffe der Medienpsychologie und des aktuellen Forschungsstandes

- Behandlung psychologischer Grundlagen direkter und vermittelter Kommunikationsprozesse
- Thematisierung psychologischer Aspekte der Mediennutzung und -wirkung
- Bearbeitung von Kognition und Kommunikation
- Einblick in die empirische Medienpsychologie innerhalb der Individual- und Massenkommunikation
- Vorstellung der Analyse und Interpretation der Wirkung von Medien
- Differentielle Medienrezeption
- Einführung in Ansätze der empirischen Medienwirkungsforschung
- Überblick über Rezipiententypologien

(2) PAED Medienpädagogik (VO)

lt. Studienplan § 4 (3) b)

Lehrziele: Vermittlung eines Überblicks der Grundbegriffe der Medienpädagogik und des aktuellen Forschungsstandes

- Einblick in die Funktionen der Medien- und Informationstechnologien im medienpädagogischen Zusammenhang (Bildungsmedien)
- Überblick über den Methoden- und Theorienkanon
- Bedeutung von Medien- und Informationstechnologien für inhaltliche und methodische Fragen des Faches und fachübergreifende Zusammenhänge
- Einblick in die Analyse der Ausgangssituation des Lernens mit und über Medien und Informationstechnologien

- Theorien und Grundlagen der Medienerziehung
- pädagogische Bedeutung von Medien in den Nutzungsbereichen Freizeit, Bildung und Beruf
- Annäherung an eine Situationsanalyse in Bezug auf neue Kommunikations- und Informationstechniken
- Grundlagen zur Mediendidaktik
- Annäherung an eine sozialökologische Analyse der alltäglichen Umgangsweisen mit Medien
- Beobachtung und Problematisierung des Medienumgangs
- Metatheorien für Medienpädagogik aufgrund erziehungswissenschaftlicher und kommunikationswissenschaftlicher Ansätze
- Medienkultur und Medienkompetenz

(3) KSOZ Kommunikationssoziologie (VO)

lt. Studienplan § 4 (3) c)

Lehrziele: Vermittlung eines Überblicks der Grundbegriffe der Kommunikationssoziologie und des aktuellen Forschungsstandes

- Aufzeigen der soziologischen Vielschichtigkeit des Kommunikationsbegriffs anhand verschiedener Kommunikationsmodelle
- Reflexion von Kommunikationssituationen der Individual- und Massenkommunikation aufgrund soziologischer Grundlagen
- Thematisierung der Hintergründe individueller und gesellschaftlicher Kommunikationsprozesse
- Annäherung an die Prozesse der Massenkommunikation sowie deren mediale Beeinflussung

(4) BAKK 2 Bakkalaureats-Seminar (SE)

lt. Studienplan § 4 (3) d)

- Im Rahmen des Bakkalaureats-Seminars 2 ist von den Studierenden eine eigenständige schriftliche Bakkalaureatsarbeit zu verfassen, deren Thema aus dem jeweils gewählten Praxisfeld der gesellschaftlichen Kommunikation II zu wählen ist. Die Bearbeitung des Themas soll neben den Kerninhalten der

Lehrveranstaltungen der Studieneingangsphase auch die Inhalte der Vorlesungen der Fächer "Medien- und kommunikationswissenschaftliche Grundlagen" und "Inter- und transdisziplinäre Grundlagen" umfassen.

- Ziel ist das Verfassen eines wissenschaftlichen Textes zu einer speziell ausgewählten Fragestellung.
- Daraus können sich in der Regel folgende Arbeitsphasen ergeben: - Ausgangspunkt ist ein Problem oder Phänomen der Kommunikationspraxis - umfassende Literaturrecherche - kommunikationswissenschaftliche Fokussierung dieses Problems oder Phänomens (Themenproblematisierung anhand einer kommunikations-theoretischen Annäherung) - Formulierung forschungsleitender Fragestellungen - Forschungsphase (methodische Umsetzung) - Verfassen der Abschlussarbeit

§ 6 Bakkalaureatsarbeiten

- Die Bakkalaureatsarbeit ist eine eigenständige Arbeit, die mit wissenschaftlichen Arbeitsmethoden eine Problemstellung bzw. ein Phänomen aus einem Praxisfeld der gesellschaftlichen Kommunikation behandelt. Weiters ist darauf zu achten, dass die Erarbeitung der Bakkalaureatsarbeit innerhalb des Bakkalaureats-Seminars durchführbar erscheint (bzw. dem Arbeitsaufwand von 6 ECTS Anrechnungspunkten entspricht).
- Die Aufgabenstellung der Bakkalaureatsarbeit ist so zu wählen, dass für eine Studierende oder einen Studierenden die Bearbeitung innerhalb eines Semesters möglich und zumutbar ist.
- Die Themen sollten in der Regel so gestellt und präzisiert werden, dass sie in Manuskripten von etwa 40 Seiten ausreichend behandelt werden können.
- Die gemeinsame Bearbeitung eines Themas durch mehrere Studierende ist genehmigungspflichtig. Die Leistungen der einzelnen Studierenden müssen gesondert beurteilbar bleiben.

- Die Abfassung der Bakkalaureatsarbeit kann in einer Fremdsprache erfolgen, wenn der Lehrveranstaltungsleiter oder die Lehrveranstaltungsleiterin zustimmt.
- Die Bakkalaureatsarbeit des Bakkalaureats-Seminars 2 ist in gebundener Form abzugeben.

§ 7 Wahlfächer: Praxisfeld der kommunikationswissenschaftlichen Kommunikation

It. Studienplan § 5

(1) Printjournalismus a) Arbeitstechnik (UE)

Lehrziele: Vermittlung berufsspezifischer Fertigkeiten des Praxisfeldes Printjournalismus

- Recherche
- Erprobung und Übung verschiedener Journalistischer Präsentationsformen
- Interviewführung
- Journalistische Gestaltungstechnik
- Journalistische Kompetenz (Fach-, Vermittlungs-, Sach- und Technikkompetenz)

b) Übung (UE)

Lehrziele: Vermittlung der Voraussetzungen, Strukturen, Strategien und Probleme des Praxisfeldes Printjournalismus

- Thematisierung der Auswahl und Bearbeitung von Informationen und der Entscheidung über die Präsentationsform
- Redaktions- und Arbeitsorganisation
- Sprache im Printjournalismus

c) Vorlesung (VO)

Lehrziele: Vermittlung eines Überblickes der Grundbegriffe, der wesentlichen Entwicklungen, des aktuellen Forschungsstandes und Reflexion berufspraktischer Tätigkeiten

- Grundsätze journalistischer Arbeit
- Auseinandersetzung mit den Schlüsselbegriffen "Ethik", "Objektivität", "Wertfreiheit", "Qualität", "Realität", "Verantwortung" sowie historischen, rechtlichen und ökonomischen Gegebenheiten, etc.
- Kenntnisse der Medienlandschaft
- Berufskunde
- Medienkunde
- redaktionelle Ausrichtung

(2) Hörfunkjournalismus

a) Arbeitstechnik (UE)

Lehrziele: Vermittlung berufsspezifischer Fertigkeiten des Praxisfeldes Hörfunkjournalismus

- Recherche
- Erprobung und Übung verschiedener journalistischer Darstellungsformen
- Interviewführung
- Moderation und Regie
- journalistische Gestaltungstechnik
- journalistische Kompetenz (Fach-, Vermittlungs-, Sach- und Technikkompetenz)
- Sendungsformen (Aufnahmetechnik, Tonbearbeitung, etc.)

b) Übung (UE)

Lehrziele: Vermittlung der Voraussetzungen, Strukturen, Strategien und Probleme des Praxisfeldes Hörfunkjournalismus

- Thematisierung der Auswahl und Bearbeitung von Informationen und der Entscheidung über die Präsentationsform
- Redaktions- und Arbeitsorganisation
- Sprache im Hörfunkjournalismus
- Dramaturgie / Aufbau

c) Vorlesung (VO)

Lehrziele: Vermittlung eines Überblickes der Grundbegriffe, der wesentlichen Entwicklungen, des aktuellen Forschungsstandes und Reflexion berufspraktischer Tätigkeiten

- Grundsätze journalistischer Arbeit
- Auseinandersetzung mit den Schlüsselbegriffen "Ethik", "Objektivität", "Wertfreiheit", "Qualität", "Realität", "Verantwortung" sowie historischen, rechtlichen und ökonomischen Gegebenheiten, etc.
- Bearbeitung von "Fremdreferenz" und "Selbstreferenz"
- Unterschiede und Gemeinsamkeiten der Arbeitsweisen in öffentlich-rechtlichen und privaten Mediensystemen
- Kenntnisse der Medienlandschaft
- Berufskunde
- Medienkunde
- redaktionelle Ausrichtung

(3) Fernsehjournalismus

a) Arbeitstechnik (UE)

Lehrziele: Vermittlung berufsspezifischer Fertigkeiten des Praxisfeldes Fernsehjournalismus

- Recherche
- Erprobung und Übung verschiedener journalistischer Darstellungsformen
- Interviewführung
- Moderation und Regie
- journalistische Gestaltungstechnik
- journalistische Kompetenz (Fach-, Vermittlungs-, Sach- und Technikkompetenz)
- Sendungsformen (Aufnahmetechnik, Schnitttechnik, etc.)

b) Übung (UE)

Lehrziele: Vermittlung der Voraussetzungen, Strukturen, Strategien und Probleme des Praxisfeldes Fernsehjournalismus

- Thematisierung der Auswahl und Bearbeitung von Informationen und der Entscheidung über die Präsentationsform
- Redaktions- und Arbeitsorganisation
- Sprache im Fernsehjournalismus
- Bedeutung der Bildkommunikation
- Dramaturgie / Aufbau

c) Vorlesung (VO)

Lehrziele: Vermittlung eines Überblickes der Grundbegriffe, der wesentlichen Entwicklungen, des aktuellen Forschungsstandes und Reflexion berufspraktischer Tätigkeiten

- Grundsätze journalistischer Arbeit
- Auseinandersetzung mit den Schlüsselbegriffen "Ethik", "Objektivität", "Wertfreiheit", "Qualität", "Realität", "Verantwortung" sowie historischen, rechtlichen und ökonomischen Gegebenheiten, etc.
- Bearbeitung von "Fremdreferenz" und "Selbstreferenz"
- Unterschiede und Gemeinsamkeiten der Arbeitsweisen in öffentlich-rechtlichen und privaten Mediensystemen
- Kenntnisse der Medienlandschaft
- Berufskunde
- Medienkunde
- redaktionelle Ausrichtung

(4) Multimediajournalismus

a) Arbeitstechnik (UE)

Lehrziele: Vermittlung berufsspezifischer Fertigkeiten des Praxisfeldes Multimediajournalismus

- Computer literacy, technisches Know how für die spezielle Umsetzung im Multimedia-Bereich
- Recherche
- Gestaltungselemente (Informationsaufbereitung, Gestaltung und Ästhetik)
- journalistische Kompetenz (Fach-, Vermittlungs-, Sach- und Technikkompetenz)

b) Übung (UE)

Lehrziele: Vermittlung der Voraussetzungen, Strukturen, Strategien und Probleme des Praxisfeldes Multimediajournalismus

- Thematisierung der Auswahl und Bearbeitung von Informationen und der Entscheidung über die Präsentationsform
- Erwerb von Medienkompetenz
- Vermittlung kognitiver, technologischer, sozialer und kultureller Fähigkeit im Umgang mit Medien
- Umgang mit Hypersystemen und deren Architektur
- Projektbezogene Umsetzung integrativer Medienproduktion
- Informations- und Datenbankmanagement

c) Vorlesung (VO)

Lehrziele: Vermittlung eines Überblickes der Grundbegriffe, der wesentlichen Entwicklungen, des aktuellen Forschungsstandes und Reflexion berufspraktischer Tätigkeiten

- Auseinandersetzung mit den Schlüsselbegriffen "Ethik", "Objektivität", "Wertfreiheit", "Qualität", "Realität", "Verantwortung" sowie historischen, rechtlichen und ökonomischen Gegebenheiten, etc.
- Grundsätze journalistischer Arbeit
- Berufskunde, -typologie, -rollen
- Einführung in die Kommunikations- und Medientechnologie sowie der Mediamatik
- Bearbeitung von "Fremdreferenz" und "Selbstreferenz"
- Diskussion des Interaktivitätsprinzips

(5) Öffentlichkeitsarbeit

a) Arbeitstechnik (UE)

Lehrziele: Vermittlung berufsspezifischer Fertigkeiten des Praxisfeldes Öffentlichkeitsarbeit

- Kommunikationstechnik (Presseaussendung, Organisation und Durchführung von PR-Aktionen)
- Recherche

- journalistische Interviewformen
- journalistische Darstellungsformen

b) Übung (UE)

Lehrziele: Vermittlung der Voraussetzungen, Strukturen, Strategien und Probleme des Praxisfeldes Öffentlichkeitsarbeit

- Agenturstrukturen und -hierarchien
- Projektorientierte Umsetzung theoretisch fundierter PR-Maßnahmen
- Prozessdurchführung (z.B.: Situationsanalyse - Planung - Durchführung - Evaluation)
- Erprobung der Methoden der Kommunikationspolitik
- Einführung in die Arbeitspraxis
- Medienarbeit

c) Vorlesung (VO)

Lehrziele: Vermittlung eines Überblickes der Grundbegriffe, der wesentlichen Entwicklungen, des aktuellen Forschungsstandes und Reflexion berufspraktischer Tätigkeiten

- Verortung des PR-Bereichs (interne / externe Öffentlichkeitsarbeit, Nonprofit / Profit - Unternehmen)
- Grundlegendarstellung zu Öffentlichkeit, öffentliche und veröffentlichte Meinung
- Auseinandersetzung mit den Schlüsselbegriffen "Ethik", "Qualität", "Realität", "Verantwortung" sowie historischen, rechtlichen und ökonomischen Gegebenheiten, etc.
- Berufskunde, Professionalisierung
- Kommunikationsarten und -kanäle
- PR-Theorien und Forschungsansätze
- Entwicklungen, Formen und Methoden der Kommunikationspolitik von Unternehmungen
- Konzepte und Modelle der Öffentlichkeitsarbeit

(6) Werbung und Marktkommunikation

a) Arbeitstechnik (UE)

Lernziele: Vermittlung berufsspezifischer Fertigkeiten des Praxisfeldes Werbung und Marktkommunikation

- Gestaltung und Analyse von Werbemitteln/-trägern (Beurteilung und Erstellung von Text, Bild, Graphik, Jingles, Spots, Plakaten, ...)
- Konzeption und Analyse der Produktgestaltung
- Konzeption und Analyse von Werbemitteln/-trägern
- Konzeption und Design: Marke

b) Übung (UE)

Lernziele: Vermittlung der Voraussetzungen, Strukturen, Strategien und Probleme des Praxisfeldes Werbung und Marktkommunikation

- Projektorientierte Umsetzung von Kampagnenprozessen
- Auseinandersetzung mit der Werbewahrnehmung
- Erprobung der einzelnen Elemente der Kampagnendurchführung (Werbevorbereitung, Konzeptionsphase, Gestaltungsphase, Marktauftritt und Präsentationsphase, Produktionsphase, Kontrollphase)
- Einblick in die Arbeits- und Organisationsstruktur von Werbeagenturen

c) Vorlesung (VO)

Lehrziele: Vermittlung eines Überblickes der Grundbegriffe, der wesentlichen Entwicklungen, des aktuellen Forschungsstandes und Reflexion berufspraktischer Tätigkeiten.

- Berufskunde
- Auseinandersetzung mit den Schlüsselbegriffen "Ethik", "Qualität", "Realität", "Verantwortung" sowie historischen, rechtlichen und ökonomischen Gegebenheiten, etc.
- Überblick über die Entwicklung und die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen der Wirtschaftswerbung
- Werbearten und -kanäle
- Verortung des Werbebereiches innerhalb der Marktkommunikation
- Werbesemiotik

- Kampagnenprozesse
- Einblick in werbepsychologische Theorieansätze

(7) Markt- und Meinungsforschung

a) Arbeitstechnik (UE)

Lernziele: Vermittlung berufsspezifischer Fertigkeiten des Praxisfeldes Markt- und Meinungsforschung

- Umsetzungsübung der einzelnen Datenerhebungsvarianten
- Analyseverfahren, Auswertungsverfahren (z.B. SPSS)
- Konzeption verschiedener Anwendungsbereiche (z.B.: Markttests, Standortanalysen, Imageuntersuchungen, Handelsbefragungen, Politische Meinungsforschung, Repräsentative Bevölkerungs- und Zielgruppen-Studien, Mehrthemen-(Omnibus-)Befragungen, Mall- und Store-Tests, Medienreichweitenstudien und Medienforschung, Straßen- und Betriebsbefragungen, Werbemitteltests, Motivstudien und -forschung, Psychologische Grundlagenstudien, Trendanalysen)

b) Übung (UE)

Lernziele: Vermittlung der Voraussetzungen, Strukturen, Strategien und Probleme des Praxisfeldes Markt- und Meinungsforschung

- Bearbeitung standardisierter Verfahren in der empirischen Kommunikationswissenschaft, z.B. Media-Analyse, LAE, ÖAK, Teletest, Radiotest, Media Focus, AIM etc.
- Aufarbeitung unterschiedlicher Methoden und Ansätze im Unternehmensalltag z.B. Coaching, Assessment Center
- Projektorientierte Durchführung von:
 - Marktforschungsberatung
 - Problemanalyse und Beratung
 - Erstellen von Marktforschungskonzepten
 - Planung des Untersuchungsdesigns
 - Entwicklung und Modifikation von Erhebungsmodellen
 - Projektkonzeption und Koordination
 - Durchführung empirischer Untersuchungen und Datenerhebung
 - Auswertung, Datenanalyse und Aufbereitung

- Interpretation und Präsentation der
Untersuchungsergebnisse

c) Vorlesung (VO)

Lehrziele: Vermittlung eines Überblickes der Grundbegriffe, der wesentlichen Entwicklungen, des aktuellen Forschungsstandes und Reflexion berufspraktischer Tätigkeiten

- Vorstellung verschiedener Erhebungsinstrumentarien
- Beleuchtung des Methodenkanons
- Berufskunde
- Arbeitsstruktur und Organisationssysteme von Markt- und Meinungsforschungsinstituten
- Wesentliche Grundlagen zur selbständigen Planung und Durchführung von empirischen Forschungsprojekten
- Einführung in die Markt- und Meinungsforschung
- Annäherung an die Motivforschung

(8) Medien- und Kommunikationsforschung / feministische / historische

a) Arbeitstechnik (UE)

Lernziele: Vermittlung berufsspezifischer Fertigkeiten des Praxisfeldes Medien- und Kommunikationsforschung, "Einführung in die Didaktik wissenschaftlichen Arbeitens und Lehrens" (inkl. historischer bzw. feministischer Spezifika)

- Kommunikationstraining
- Rhetorik und Argumentation
- Präsentationstechnik (wissenschaftliche Präsentation)
- Nonverbale Kommunikation
- Grundlagen der Team-/Gruppenleitung und -kultur
- Einführung in die didaktischen Methoden
- Grundlagen der Motivation und Intervention
- Grundzüge der Gruppendynamik
- Team-teaching
- Team-learning

b) Übung (UE)

Lehrziele: Vermittlung der Voraussetzungen, Strukturen, Strategien und Probleme des Praxisfeldes Medien- und Kommunikationsforschung (bzw. der feministischen Medien- und Kommunikationsforschung bzw. der historischen Medien- und Kommunikationsforschung)

- Durchführung von Forschungsprojekten
- Theorien/Kenntnisse: einsehen, anwenden, ausprobieren, kritisieren
- Darstellen, Präsentieren, Forschungsberichte
- Projektmanagement (Anträge, Finanzen, ...)
- Diskurs- und Tagungsfähigkeit
- Erprobung wissenschaftlicher Arbeitsformen und Methoden
- Methoden/Methodologie: einsehen, anwenden, ausprobieren, kritisieren
- Statistik, EDV (Auswertung, Interpretation, ...)

c) Vorlesung (VO)

Lehrziele: Vermittlung eines Überblickes der Grundbegriffe, der wesentlichen Entwicklungen, des aktuellen Forschungsstandes und Reflexion berufspraktischer Tätigkeiten.

- Einblick in aktuelle Forschungsansätze
- Übersicht über Entwicklungstendenzen der Kommunikations- und Medien-wissenschaft
- Beleuchtung des Fachdiskurses anhand spezifischer Thematiken
- Internationale Ausrichtung
- Sprach- und Wissenschaftskritik
- Transdisziplinarität
- Wissenschaftstheorie

§ 8 Freie Wahlfächer

It. Studienplan § 9

(1) Die freien Wahlfächer dienen der Ergänzung und Vertiefung und umfassen 90 ECTS-Anrechnungspunkte. Zur Erreichung der benötigten ECTS-Anrechnungspunkte müssen ausreichend Lehrveranstaltungen mit prüfungsimmanentem Charakter absolviert werden.

(2) Die lt. Studienplan § 9 (3) angegebenen Lehrveranstaltungen der als empfohlen geltenden Wahlfachkombinationen sind exemplarisch zu verstehen. Diese Lehrveranstaltungen können durch vergleichbare Lehrveranstaltungen ersetzt werden.

(3) Innerhalb der empfohlenen freien Wahlfachkombination Medien- und Kommunikationsforschung lt. Studienplan § 9 (3) h) sind neben den verpflichtenden 4 Semesterstunden Statistik jedenfalls Lehrveranstaltungen zu Theorien und Methoden aus mindestens zwei der angeführten Studienrichtungen zu wählen. Das Ausmaß der Lehrveranstaltungen aus einer der gewählten Studienrichtungen soll das Ausmaß aus einer weiteren Studienrichtung bzw. aus weiteren Studienrichtungen dabei jedoch nicht deutlich überwiegen.

(4) Bei genehmigungspflichtigen abweichenden freien Wahlfachkombinationen lt. Studienplan § 9 (5) gilt § 8 (3) dieser Verordnung sinngemäß.

II. Durchführung des Studienplans für das Magisterstudium "Publizistik- und Kommunikationswissenschaft"

§ 9 Orientierungsveranstaltung Magisterstudium

(1) Zur studienvorbereitenden Beratung ist zu Beginn jedes Semesters (in der ersten Oktober- bzw. März-Woche) eine Orientierungsveranstaltung als

Ringvorlesung abzuhalten. Sie dient der Information der Studierenden über die wesentlichen Bestimmungen des Studienrechts, den Studienplan, das Qualifikationsprofil.

(2) Zum Inhalt der Orientierungsveranstaltung zählen die von Universitätslehrern und Universitätslehrerinnen sowie Vertretern und Vertreterinnen der Studierenden zu leistende Darstellung

- der Leistungsfähigkeit des Magisterstudiums, des Überblick über die Berufsbilder und -chancen
- der inner- (andere Studienrichtungen, Universitätslehrgänge) und außeruniversitären (Praxis, verwandte Fachhochschulstudien,...) Alternativen zum Magisterstudium
- der Anforderungen an die Studierfähigkeit
- des Aufbaus und Ablaufs von Lehrveranstaltungen des Magisterstudienplans
- der Rechtsgrundlagen der Frauenförderung und des gesetzlichen Diskriminierungsschutzes
- der durchschnittlichen Studiendauer
- der Studienerfolgsstatistik
- der Beschäftigungsstatistik
- der Studiengestaltung (Studienplan, Lehrveranstaltungen, Prüfungsordnung, Studienförderung, Studienberatung)
- der Studienmotivation
- der Rechte und Pflichten von Studierenden
- der Universitätsstruktur und der Möglichkeiten der Mitbestimmung/-gestaltung
- der Struktur der Österreichischen HochschülerInnenschaft.

§ 10 Fachtutorien (Studentische Lehre)

(1) Als Übung zu Spezialvorlesungen (VO+UE) sind parallel zur Vorlesung stattfindende Arbeitsgruppen (max. 15 Teilnehmer und Teilnehmerinnen / Fachtutor bzw. Fachtutorin) zum Zweck der Anleitung zum selbständigen

Wissenserwerb einzurichten, die von geeigneten Studierenden betreut werden (Fachtutorium).

(2) Als Fachtutor bzw. Fachtutorin geeignet sind insbesondere Studierende des Doktoratsstudiums oder Studierende des Magisterstudiums, die mindestens die Lehrveranstaltung, zu dem das Fachtutorium gehalten wird, positiv absolviert haben.

Weiters wird den Fachtutoren und Fachtutorinnen empfohlen Lehrveranstaltungen die aus dem Prüfungsfach "Interpersonelle Kommunikation, Gruppen- und Organisationskommunikation" des Magisterstudiums zu absolvieren.

(3) Die Inhalte der Fachtutorien sind mit der betreffenden Lehrveranstaltungsleitung und der Fachtutorienkoordination abzusprechen. Folgende Aspekte sollen berücksichtigt werden:

- Anleitung zu intensiverer Auseinandersetzung mit dem LV-Stoff
- Erweiterung bzw. Ergänzung der LV-Inhalte
- Anleitung zum selbständigen Erarbeiten von Wissen
- Praktische Einübung wissenschaftlicher Arbeitstechniken
- Durchführung von Projekten mit den Studierenden
- Beratung und Betreuung von Studierenden auf fachlicher Ebene
- Begleitendes, regelmäßiges Feedback hinsichtlich erbrachter Leistungen und zu fördernder Kapazitäten
- Eingehen auf studentische Anliegen über das rein Fachliche hinaus (Sozialisationseffekt)
- Umgang mit wissenschaftlicher Literatur (u.a. Diskurs, Recherche, Zitation)

(4) Die Teilnahme der Studierenden an einem Fachtutorium ist verpflichtend. Die Beurteilung der Tutanden und Tutandinnen innerhalb des Fachtutoriums obliegt dem Fachtutor bzw. der Fachtutorin und beträgt 3/6 der Gesamtnote für die VO/UE (entspricht somit 3 ECTS-Anrechnungspunkten). Die positive Absolvierung des Fachtutoriums ist Bedingung für die positive Absolvierung der Gesamtlehrveranstaltung.

(5) Die Tätigkeit als Fachtutor bzw. als Fachtutorin gilt als Teilleistung

innerhalb des Forschungsseminars FOSE.

(6) Räumlichkeiten zur Abhaltung von Fachtutorien werden von der Universität Wien zur Verfügung gestellt.

(7) § 2 (6) dieser Verordnung gilt sinngemäß.

§ 11 Theorien und Methoden der Kommunikationswissenschaft

lt. Magisterstudienplan § 10 (1)

(1) SPEZI Spezialvorlesung (VO+UE)

lt. Magisterstudienplan § 12 (1) a-b)

Lernziele: Vermittlung von vertiefendem Wissen innerhalb einer kommunikationswissenschaftlichen Teildisziplin, insbesondere über den Stand der Theoriediskussion und der methodischen Ansätze

(2) PRAK Kommunikationswissenschaftliches Forschungs-Praktikum (PK)

lt. Magisterstudienplan § 12 (1) c)

Lernziele: Vermittlung von Anwendungswissen hinsichtlich des Problemverständnisses kommunikativer Phänomene, der problembedingten Auswahl von Untersuchungsmethoden sowie der Technik wissenschaftlichen Arbeitens durch Mitwirkung an Forschungsprojekten

§ 12 Kommunikationswissenschaftliche Forschung

lt. Magisterstudienplan § 12 (2)

(1) FOSE Kommunikationswissenschaftliches Forschungs-Seminar (SE)

lt. Magisterstudienplan § 12 (2) a-b)

Schwerpunkt: Bearbeitung eines konkreten Forschungsprojekts

Lehrziele:

- Anwendung des erworbenen theoretischen und methodischen Wissens
- Gewinnung neuer kommunikationswissenschaftlicher Erkenntnisse
- Gemeinsames Wirken von Studierenden und Lehrenden
- Umsetzung von forschungsimmanenter Projektarbeit
- Mitarbeit an Forschungsprojekten

Schwerpunkt: Forschungsgeleitete Lehre

Lehrziele:

- Auseinandersetzung über erworbene theoretische und methodische Kenntnisse der Hochschuldidaktik
- Gewinnung neuer kommunikationswissenschaftlicher Erkenntnisse der forschungsgeliteten Lehre
- Bearbeitung von Tutoriumskonzepten und Vermittlungsstrategien
- Gemeinsames Wirken von Studierenden und Lehrenden
- Mitwirkung an geeigneten Lehrveranstaltungen des Bakkalaureatsstudiums (Fachtutorium)

Den Studierenden wird empfohlen, bei der Auswahl der zu absolvierenden Forschungsseminare beide Schwerpunkte gleichermaßen zu berücksichtigen.

(2) MASE Magister-Seminar (SE)

lt. Magisterstudienplan § 12 (2) c)

Im Rahmen des Magister-Seminars

- ist das Konzept der Magisterarbeit zu verfassen;
 - erfolgt die kontinuierliche Betreuung der Magisterarbeit.
- Die Magisterarbeit ist eine wissenschaftliche Arbeit, in der ein kommunikationswissenschaftliches Thema selbständig inhaltlich und methodisch vertretbar bearbeitet wird. Das Thema der

Magisterarbeit ist aus einem Praxisfeld der gesellschaftlichen Kommunikation zu wählen. Weiters ist darauf zu achten, dass die Erarbeitung der Magisterarbeit innerhalb des Magister-Seminars durchführbar erscheint. (bzw. dem Arbeitsaufwand von 18 ECTS Anrechnungspunkten entspricht.)

- Die Aufgabenstellung der Magisterarbeit ist so zu wählen, dass für eine Studierende oder einen Studierenden die Bearbeitung innerhalb von sechs Monaten möglich und zumutbar ist.
- Die gemeinsame Bearbeitung eines Themas durch mehrere Studierende ist genehmigungspflichtig. Die Leistungen der einzelnen Studierenden müssen gesondert beurteilbar bleiben.
- Die Themen sollten in der Regel so gestellt und präzisiert werden, dass sie in Manuskripten von etwa 100 Seiten ausreichend behandelt werden können.
- Die Abfassung der Magisterarbeit kann in einer Fremdsprache erfolgen, wenn der Betreuer oder die Betreuerin zustimmt.
- Die Magisterarbeit ist in gebundener Form abzugeben.

§ 13 Medien- und Kommunikationsmanagement

lt. Magisterstudienplan § 13 (1)

(1) REDMAN Redaktions- und Verlagsmanagement (VO+UE)

lt. Magisterstudienplan § 13 (1) a)

Lehrziele:

- Einblick in die wesentlichen Bereiche einer Redaktion
- redaktionelles Marketing
- Qualitätsmanagement
- Einblick in medienökonomische, kommunikationswissenschaftliche und betriebswirtschaftliche Ansätze wie Redaktionsforschung, Management- und Organisationsforschung sowie

Qualitätsforschung

- Vorstellung der Bereiche Buchmarkt und Informationswirtschaft
- Überblick über Institutionen des Buch- und Verlagswesens
- Grundlagen des Rezeptionsverhaltens (Lesertypen)

(2) RUNMAN Rundfunkökonomie (VO+UE)

lt. Magisterstudienplan § 13 (1) b)

Lehrziele:

- Darstellung des Preissystems und seiner Funktionsfähigkeit im Bereich der Medien
- Grundlagen der Medienfinanzierung über Gebühren
- Grundlagen der Werbefinanzierung aus medienökonomischer Perspektive
- Begutachtung der Rolle, der Funktionen und der Erscheinungsformen von Medienfinanzierung
- Diskussion der medienwirtschaftlichen Bedeutung
- Auseinandersetzung mit Spezifika des dualen Mediensystem

(3) NEUMAN Management neuer Medien (VO+UE)

lt. Magisterstudienplan § 13 (1) c)

Lehrziele:

- Überblick über den Einsatz von verschiedenen neuen medialen Technologien: Content-Management Cross-Media Digitale Print-Medienproduktion Digitale Unternehmensstrukturen Digitale Workflows E-Mail-Marketing Interaktive Unternehmenskommunikation Internet / Intranet Supply-Chain-Management Usability-, Interfacedesign und -research Web-Projekt-Management

(4) AGEMAN Agenturmanagement (VO+UE)

lt. Magisterstudienplan § 13 (1) d)

Lehrziele:

- Thematisierung von Content Providing: - Quellenkunde - Informationsrecherche - Informationsbewertung - Informationsaufbereitung - Informationsverbreitung

- Vermittlung von Informations-Handling auf allen Kommunikationsmitteln (stationär, mobil, gedruckt, elektronisch) - Aktuelle Nachrichtendienste - Datenbank-Dienste - Informationsdienste - Konvergente Dienste (News und Telekommunikation) - Informationsplattformen
- Beleuchtung von Organisationsstrukturen verschiedener Agenturen - Entwicklungsgeschichte der Nachrichtenagenturen - Agenturtypologien (Nationale Nachrichtenagenturen, Weltagenturen, Spezialnachrichtenagenturen) - Ökonomische Grundlagen des Nachrichtenagenturgeschäfts - Technologische Grundlagen des Nachrichtenagenturgeschäfts - Diversifikationsstrategien von Nachrichtenagenturen

(5) FORMAN Forschungsmanagement (VO+UE)

lt. Magisterstudienplan § 13 (1) e)

Lehrziele:

- Grundlagen des Forschungsmanagements und der strategischen Wissenschaftskommunikation
- Positionierung einer fachspezifischen Kampagnenplanung
- Pressearbeit
- Interne Kommunikation
- Print Production (Imagebroschüren und dgl.)
- Veranstaltungsorganisation
- Überblick über Finanzierung, Fundraising
- Bearbeitung von Forschungsanträgen
- Beleuchtung verschiedener Modelle der Forschungsorganisation
- Anhand von Gruppenübungen sollen Arbeitsweisen und Prozesse des Forschungsmanagement erarbeitet werden.

§ 14 Medien- und Kommunikationsrecht

lt. Magisterstudienplan § 13 (2)

(1) VERRE Verfassungs- und Verwaltungsrecht (VO+UE)

lt. Magisterstudienplan § 13 (2) a)

Lehrziele:

- Beleuchtung des Verhältnisses zwischen Staat - Recht - Gesellschaft und die Entwicklung und Funktion des Verfassungsrechtes und Verwaltungsrechtes mit besonderer Berücksichtigung von für Kommunikationsberufe relevanten Abschnitten
- Einführung in die Grundlagen des Rechtes: - Elemente und Aufgaben des Staates - Grundbausteine des Verfassungsrechtes - Organe und Aufgaben der Verwaltung - Grundrechte und Menschenrechte - Handlungsformen und Maßnahmen der Verwaltung - Verwaltungsverfahren - spezielle Gebiete des Verwaltungsrechts - Grundzüge des Völkerrechtes und Europarechtes
- Grundriss des österreichischen Wirtschaftsrechts
- Grundlagen des Vereinsrechts

(2) MERRE Medien- und Rundfunkrecht (VO+UE)

lt. Magisterstudienplan § 13 (2) b)

Lehrziele:

- In dieser Lehrveranstaltung sollen an Hand von für Kommunikationsberufe relevanten Fallbeispielen ausgewählte medien- und rundfunkrechtliche Probleme erkannt und reflektiert sowie das erworbene Wissen angewendet werden.
- Einführung in juristische Begrifflichkeiten
- Grundzüge des Mediengesetzes
- Grundzüge von Medieninhaltsdelikten
- Grundfragen des Medienstrafrechts
- Einführung und Überblick über Grundsätze des Bundes-Verfassungsgesetzes über die Sicherung der Unabhängigkeit des Rundfunks, ORF-Gesetz, Rundfunkgebührengesetz, Privatfernsehgesetz, Privatradiogesetz,

- Telekommunikationsgesetz, Internetrecht
- Betrachtung der Bedeutung gerichtlicher Entscheidungen
- Auseinandersetzung mit Hilfe von Fallbeispielen

(3) URRE Urheber- und Wettbewerbsrecht (VO+UE)

lt. Magisterstudienplan § 13 (2) c)

Lehrziele:

- In dieser Lehrveranstaltung sollen an Hand von für Kommunikationsberufe relevanten (zum Teil der aktuellen Judikatur entnommenen) Fallbeispielen ausgewählte urheber- und wettbewerbsrechtliche Probleme erkannt und reflektiert sowie das erworbene Wissen angewendet werden. Daneben sollen auch einige wichtige wettbewerbsrechtliche Fragestellungen behandelt werden.
- Einführung in juristische Begrifflichkeiten
- Einführung und Überblick über die Hauptstücke des UrhG
- Überblick über Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)
- Betrachtung der Bedeutung gerichtlicher Entscheidungen
- Auseinandersetzung mit Hilfe von Fallbeispielen

(4) ARRE Arbeits- und Sozialrecht (VO+UE)

lt. Magisterstudienplan § 13 (2) d)

Lehrziele:

- In dieser Lehrveranstaltung sollen an Hand von für Kommunikationsberufe relevanten (zum Teil der aktuellen Judikatur entnommenen) Fallbeispielen ausgewählte arbeitsrechtliche Probleme erkannt und reflektiert sowie das erworbene Wissen angewendet werden. Daneben sollen auch einige wichtige Fragestellungen aus dem Sozial(versicherungs)recht behandelt werden.
- Einführung in juristische Begrifflichkeiten
- Arbeitnehmerrechte, Arbeitnehmerschutz, Individualarbeitsrecht
- Beschäftigungsformen
- Arbeitsvertrag und weitere Vertragstypen
- Fragenkomplexe zu Sexueller Belästigung und Mobbing

- Grundlegende Bestimmungen über Einkommen-, Lohn- und Umsatzsteuer
- Grundbegriffe der Rechtsquellen zu Sozialversicherung, Krankenversicherung, Unfallversicherung, Arbeitslosenversicherung, Pflegevorsorge, Familienleistungen

§ 15 Interpersonelle Kommunikation, Gruppen- und Organisationskommunikation

It. Magisterstudienplan § 13 (3)

(1) INTOR Interne Organisationskommunikation (VO+UE)

It. Magisterstudienplan § 13 (3) a)

Lehrziele:

- Kommunikationsprozesse
- Human-Relations Ansatz
- Kommunikationsbeziehungen
- Aufgaben der Kommunikation
- Prozessplanung
- Dialogisierungsformen
- informelle Kommunikationsstrukturen

(2) GRUST Gruppendynamische Strategien (VO+UE)

It. Magisterstudienplan § 13 (3) b)

Lehrziele:

- Veranschaulichung der Gruppenphasen und Grundmuster der Gruppenprozesse
- Vermittlung von Theorie und Praxis der Gruppendynamik
- Rollenreflexion
- Gruppenfunktionen, Funktionen in Gruppen
- Erprobung von Methoden zur Veranschaulichung

- gruppenspezifischer Abläufe
- Selbsterfahrung innerhalb von Gruppenkonstellationen

(3) TEAM Teamarbeit und Projektarbeit (VO+UE)

lt. Masterstudienplan § 13 (3) c)

Lehrziele:

- Funktionsbedingungen: Kommunikation, Koordination, Parität, Struktur, Akzeptanz, Autonomie
- Teamengineering
- Teamdesign
- Teamleistungen

(4) KONMED Konfliktmanagement und Mediation (VO+UE)

lt. Masterstudienplan § 13 (3) d)

Lehrziele:

- Interventionsmodelle
- Moderationskompetenz
- Voraussetzungen für Arbeitsfähigkeit
- Techniken zu Entscheidungsfindungsprozessen
- Vermittlung von Supervisionstechniken in Theorie und Praxis

§ 16 Freie Wahlfächer

lt. Studienplan § 9

(1) Die freien Wahlfächer dienen der Ergänzung und Vertiefung und umfassen 35 ECTS-Anrechnungspunkte. Aufgrund dieser ECTS-Anzahl müssen ausreichend Lehrveranstaltungen mit prüfungsimmanentem Charakter absolviert werden.

(2) Innerhalb der empfohlenen Lehrveranstaltungen der freien Wahlfächer lt.

Magisterstudienplan § 16 (3) sind jedenfalls Lehrveranstaltungen aus mindestens zwei der angeführten Studienrichtungen zu wählen. Das Ausmaß der Lehrveranstaltungen einer ausgewählten Studienrichtung soll die weitere bzw. die weiteren dabei jedoch nicht deutlich überwiegen.

(3) Bei genehmigungspflichtigen, abweichenden freien Wahlfachkombinationen gilt § 16 (2) dieser Verordnung sinngemäß.