

2013/ Nr. 05 vom 11. Jänner 2013

Der Senat hat am 18. Dezember 2012 folgende Verordnungen erlassen, das Rektorat hat die Studien eingerichtet.

07. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Digital Media Publishing“ (Fakultät für Bildung, Kunst und Architektur, Department für Interaktive Medien und Bildungstechnologien)

08. Einrichtung des Universitätslehrganges „Digital Media Publishing“ (Fakultät für Bildung, Kunst und Architektur, Department für Interaktive Medien und Bildungstechnologien)

09. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang „Digital Media Publishing“

10. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Ergotherapie-Forschung (MSc)“ (Fakultät für Gesundheit und Medizin, Department für Klinische Neurowissenschaften und Präventionsmedizin)

11. Einrichtung des Universitätslehrganges „Ergotherapie-Forschung (MSc)“ (Fakultät für Gesundheit und Medizin, Department für Klinische Neurowissenschaften und Präventionsmedizin)

12. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang „Ergotherapie-Forschung (MSc)“

13. Druckfehlerberichtigung:

Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Marketing- und Medienmanagement, Master of Arts“

(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)

14. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang „Gifted Education and Coaching – Begabtenförderung und Begabtencoaching“ (Master of Arts)

07. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrgangs „Digital Media Publishing“ (Fakultät für Bildung, Kunst und Architektur, Department für Interaktive Medien und Bildungstechnologien)

§ 1. Weiterbildungsziele

- (1) Der interdisziplinäre Lehrgang qualifiziert für die Tätigkeit in der Verlags- und Medienbranche. Ausgehend von grundlegenden Kenntnissen des Verlagswesens werden vor allem Anforderungen, die durch die Digitalisierung von Informations- und Kommunikationsprozessen verursacht wurden, behandelt. Studierende werden somit befähigt, Veränderungsprozesse in maßgeblicher Funktion anzuleiten und umzusetzen.
- (2) Die Studierenden des Lehrgangs erwerben umfassende Kompetenzen, um zukunftsweisende und medienkonvergente Strategien für die Verlags- und Medienbranche zu entwickeln und diese – in Kenntnis rechtlicher und ökonomischer Aspekte – umzusetzen.
- (3) Die Studierenden erlangen Einblick in technologische Entwicklungen im Bereich des digitalen Publizierens. Sie werden befähigt, die Bedeutung digitaler Medien für Produkte und Prozesse des Verlags- bzw. -Medienwesens zu analysieren und damit zu Handlungs- und Umsetzungskompetenz zu gelangen.
- (4) Über die kritische Analyse und Beurteilung neuester medienkultureller Entwicklungen können Studierende Potenziale für Verlags- und Medienunternehmen erkennen und medienkonvergente Contententwicklung bzw. -verwertung anleiten.
- (5) Kenntnisse über Zielgruppen- und mediengerechtes Marketing bzw. die Anwendung von Methoden der Zielgruppen- und Marktforschung ermöglichen den Studierenden die Planung von effizienten Marketing- und Distributionsstrategien.

§ 2. Studienform

Der Universitätslehrgang wird berufsbegleitend angeboten und in modularisierter Form eines Blended Learning Konzeptes durchgeführt. Der Lehrgang wird in deutscher Sprache angeboten

§ 3. Lehrgangsleitung

- (1) Als Lehrgangsleitung ist eine hierfür wissenschaftlich und organisatorisch qualifizierte Person zu bestellen.
- (2) Die Lehrgangsleitung entscheidet in allen Angelegenheiten des Lehrgangs, soweit sie nicht anderen Organen zugeordnet sind.

§ 4. Dauer

In der berufsbegleitenden Variante 4 Semester (90 ECTS Punkte).

§ 5. Zulassungsvoraussetzungen

Voraussetzung für die Zulassung zum Universitätslehrgang ist:

- a) ein österreichischer oder gleichwertiger ausländischer Hochschulabschluss

oder

b) eine gleichzuhaltende Qualifikation wie folgt:

1) Vorliegen der Universitätsreife (Studienberechtigung) und mindestens eine 4-jährige (einschlägige), qualifizierte Berufserfahrung in adäquater Position. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.

(2) Ohne Vorliegen der Universitätsreife (Studienberechtigung) sind mindestens 8 Jahre (einschlägiger) qualifizierter Berufserfahrung in adäquater Position nachzuweisen. Es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.

§ 6. Studienplätze

(1) Die Zulassung zum Universitätslehrgang erfolgt jeweils nach Maßgabe vorhandener Studienplätze.

(2) Die Höchstzahl an Studienplätzen, die jeweils für einen Studiengang zur Verfügung steht, ist von der Lehrgangsleitung nach pädagogischen und organisatorischen Gesichtspunkten festzusetzen.

§ 7. Zulassung

Die Zulassung der Studierenden obliegt gemäß § 60 Abs.1 UG 2002 dem Rektorat.

§ 8. Unterrichtsprogramm

Fachgruppe	Fächer	UE	Workload	ECTS
Management	1. Digital Media Publishing: Strategische Planung I	30	75	3
	2. Digital Media Publishing: Strategische Planung II	60	150	6
	3. Rechtliche Grundlagen	60	150	6
	4. Finance	30	75	3
Content	5. Medienkultur	30	75	3
	6. Content und Medienkonvergenz	60	150	6
	7. Corporate Publishing	30	75	3
Production	8. Digital Media Publishing: Unternehmensorganisation I	50	125	3
	9. Digital Media Publishing: Unternehmensorganisation II	40	100	6
	10. Cross Media Publishing	60	150	6
	11. Informationsdesign	30	75	3
Marketing und Distribution	12. Online-Marketing I	30	75	3
	13. Online-Marketing II	30	75	3
	14. Digital Media Publishing: Geschäftsmodelle und Vertrieb	60	150	6
Wissenschaftliches Arbeiten	15. Wissenschaftliches Arbeiten: Textproduktion und Forschungsmethoden	80	200	8
	16. Seminar zur Master Thesis	20	50	2
	17. Master Thesis	0	500	20
Gesamt		700	2250	90

§ 9. Lehrveranstaltungen

- (1) Die Lehrveranstaltungen sind von der Lehrgangsleitung jeweils für einen Lehrgang vor dessen Beginn in Form von Vorlesungen, Übungen, Seminaren oder Fernstudieneinheiten festzulegen und insbesondere in einer Informationsbroschüre kundzumachen.
- (2) Alle Lehrveranstaltungen werden im Lehrveranstaltungstyp Blended Learning (BL) angeboten. Der studentische Workload (1 ECTS-Punkt = 25 Stunden Workload) beinhaltet Präsenzübungseinheiten, Vor- und Nachbereitungen, das Anfertigen von Seminar- oder Kursarbeiten, Prüfungsvorbereitungen sowie das eigenständige vertiefende Studium in dem Unterrichtsfach.
- (3) Lehrveranstaltungen können, sofern pädagogisch und didaktisch zweckmäßig, als Fernstudieneinheiten angeboten werden. Dabei ist die Erreichung des Lehrzieles durch die planmäßige Abfolge von unterrichtlicher Betreuung und Selbststudium der Studierenden mittels geeigneter Lehrmaterialien sicherzustellen. Die Aufgliederung der Fernstudieneinheiten auf unterrichtliche Betreuung und Selbststudium, der Stundenplan und die vorgesehenen Lernmaterialien sind den Studierenden vor Beginn der Lehrveranstaltung in geeigneter Weise bekannt zu machen.

§ 10. Prüfungsordnung

1. Die Studierenden haben eine Abschlussprüfung abzulegen.
2. Die Abschlussprüfung besteht aus schriftlichen oder mündlichen Prüfungen über die in §8 beschriebenen Fächer 1-15, sowie der erfolgreichen Teilnahme an Fach 16 (Seminar zur Master Thesis).
3. Es ist eine eigenständige und wissenschaftlichen Kriterien entsprechende Master Thesis abzufassen, positiv zu beurteilen und zu verteidigen.
4. Leistungen, die an universitären oder außeruniversitären Einrichtungen erbracht wurden, können für die Abschlussprüfung anerkannt werden, wenn eine Gleichwertigkeit dieser Leistungen vorliegt.

§ 11. Evaluation und Qualitätsverbesserung

- (1) Die Qualitätskontrolle erfolgt durch regelmäßige Evaluation aller Referenten und Referentinnen durch die Studierenden sowie durch eine Befragung der Absolventen und Absolventinnen nach Beendigung des Lehrgangs.
- (2) Die bei der Evaluation aufgezeigten Verbesserungspotentiale sind nach Maßgabe der Möglichkeiten von der Lehrgangsleitung umzusetzen.

§ 12. Abschluss

- (1) Nach erfolgreicher Ablegung der Abschlussprüfung ist dem/der Studierenden ein Abschlussprüfungszeugnis auszustellen.
- (2) Der Absolventin oder dem Absolventen ist der akademische Grad „Master of Arts“, in abgekürzter Form MA zu verleihen.

§ 13. Inkrafttreten

Das vorliegende Curriculum tritt mit dem ersten Tag des Monats in Kraft, der auf die Kundmachung folgt.

08. Einrichtung des Universitätslehrganges „Digital Media Publishing“ (Fakultät für Bildung, Kunst und Architektur, Department für Interaktive Medien und Bildungstechnologien)

Aufgrund des Curriculums über den Universitätslehrgang „Digital Media Publishing“ und der Stellungnahme des Rektorats vom 07.01.2013 wird der Universitätslehrgang an der Fakultät für Bildung, Kunst und Architektur eingerichtet.

09. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang „Digital Media Publishing“

Der Lehrgangsbeitrag für den Universitätslehrgang „Digital Media Publishing“ wird mit € 9.900,- festgelegt.

10. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Ergotherapie-Forschung (MSc)“ (Fakultät für Gesundheit und Medizin, Department für Klinische Neurowissenschaften und Präventionsmedizin)

§ 1. Weiterbildungsziel

Der Universitätslehrgang „Ergotherapie-Forschung“ hat zum Ziel, vor dem Hintergrund wissenschaftlicher Entscheidungsgrundlagen spezifische Fachkompetenzen in der Ergotherapie, spezielle Kenntnisse über kognitive und sensomotorische Funktionen als Voraussetzung für Handlungsfähigkeit und Handlungsroutinen, neurophysiologische und neuropsychologische Grundlagen der menschlichen Handlungsfähigkeit, Fachterminologie in der Wissenschaftsdisziplin, sowie forschungsspezifische Grundlagen, Wissenschaftspropädeutik und angewandtes, wissenschaftliches Arbeiten im Hinblick auf die Weiterentwicklung des Berufes und insbesondere der Berufsfeldperspektiven der Ergotherapie zu vermitteln.

§ 2. Studienform

Der Universitätslehrgang „Ergotherapie-Forschung MSc“ ist als berufsbegleitende Studienvariante mit Elementen des Blended Learning anzubieten.

§ 3. Lehrgangsleitung

- (1) Als Lehrgangsleitung ist von der Departmentleitung für Klinische Neurowissenschaften und Präventionsmedizin ein(e) hierfür wissenschaftlich und organisatorisch qualifizierte(r) Neurologe(in) aus dem Zentrum für Neurorehabilitation zu bestellen.
- (2) Die Lehrgangsleitung entscheidet in allen Angelegenheiten des Lehrgangs, soweit sie nicht anderen Organen zugeordnet sind.

§ 4. Dauer

- (1) Der Lehrgang „Ergotherapie-Forschung MSc“ umfasst als berufsbegleitende Variante fünf Semester. Würde dieses Programm in einer Vollzeitvariante angeboten, so dauerte es 4 Semester (120 ECTS).

§ 5. Zulassungsvoraussetzungen

Voraussetzung für die Zulassung zum Lehrgang „Ergotherapie-Forschung MSc“ ist

- die Absolvierung einer Bachelorausbildung für Ergotherapie oder einer gleichwertigen Ausbildung mit Diplomabschluss und
 - positive Absolvierung eines Auswahlverfahrens
- Berufserfahrung ist wünschenswert

§ 6. Studienplätze

- (1) Die Zulassung zum Universitätslehrgang „Ergotherapie-Forschung MSc“ erfolgt jeweils nach Maßgabe vorhandener Studienplätze.
- (2) Die Höchstzahl an Studienplätzen, die jeweils für einen Studiengang zur Verfügung steht, ist von der Lehrgangsleiterin oder dem Lehrgangsleiter nach pädagogischen und organisatorischen Gesichtspunkten festzusetzen.

§ 7. Zulassung

Die Zulassung der Studierenden obliegt gemäß § 60 Abs.1 UG 2002 dem Rektorat.

§ 8. Unterrichtsprogramm

- (1) Das Unterrichtsprogramm des Lehrgangs „Ergotherapie-Forschung MSc“ umfasst 722 Unterrichtseinheiten und die Abfassung einer Master-Thesis (120 ECTS)
- (2) Im Rahmen des Unterrichtsprogrammes des Lehrganges sind Lehrveranstaltungen aus folgenden Pflichtfächern zu absolvieren:

	Fächer	Lv.-Art	UE	ECTS
1.	Spezifische Fachkompetenzen Traditionelle und neue Aufgaben der Ergotherapie; Konzepte, wissenschaftliche Grundlagen und Interventionen der Ergotherapie; <i>wissenschaftstheoretische</i> Modelle der Handlungsfähigkeit	VO	20	3
2.	Spezielle Kompetenzen OTPF Occupational Therapy Practice Framework; Datenlage und Evidenzbasierung von von ergotherapeutischen Interventionen und Therapiemaßnahmen; Klinisch-professionelles Reasoning and Evidence Based Practice	VO	25	3
3.	Basale Handlungsfähigkeiten Neurophysiologische Grundlagen der Handlungsfähigkeit, Gedächtnis, Lernen, Motivation, Exekutive Funktionen (Planen, Problemlösen, Urteilsfähigkeit und Voraussicht), Apraxie	VO	30	4

4.	Gedächtnisstörungen und Lernen in der Rehabilitation	EL	20	3
5.	Accessibility and Participation Fachterminologie in der Wissenschaftsdisziplin; Formulierung der Therapieziele; Aktivität und Partizipation, bio-psycho-soziales Modell, ICF in der Ergotherapie; Community Based Rehabilitation, Real-life-problems; Home care services	VO	20	3
6.	Anwendung der internationalen Klassifikation der Funktionsfähigkeit, Behinderung und Gesundheit	EL	20	3
7.	Current issues Occupational Science, Betätigung und deren Phänomene in der Gesellschaft, Formen und Aspekte von Betätigung, Beratungsgespräche, Kommunikationsprozesse, Lerndynamiken, Präsentationstechnik und Rhetorik; Ethikkommission	VO	25	4
8.	Forschungsanträge, Ethikkommission, Ethikantragerstellung	EL	20	3
9.	Assessment Ergotherapeutische Assessments, funktionale Evaluierung der Oberen Extremität; Messung und Datenerfassung, Alltagsrelevanz	VO	20	3
10.	Berufsfeldperspektiven Funktionelle Neuroanatomie, Cerebrovaskuläre Erkrankungen, Neurodegenerative Erkrankungen mit Schwerpunkt Demenz und Parkinson, Wirbelsäulenerkrankungen, Ergonomie; entwicklungsneurologische Grundlagen von Greiffunktion, Aufmerksamkeit und Ich-Bewusstsein; Depressionen und andere psychiatrische Erkrankungen	VO	35	5
11.	Multiple Sklerose; Parkinson	EL	20	3
12.	Kognition im Fokus der Ergotherapie Kognitive Störungen und Ergotherapie, nicht-pharmakologische Methoden in der Demenzbehandlung, Spiegeltherapie, multisensorische Therapieinterventionen, Schlaf-Wachstörungen	VO	30	5

13.	Kognitive Störungen und Therapie; Spiegeltherapie; Tagesmüdigkeit, Neglect	EL	25	3
14.	Technologische Assistenzsysteme und Ergotherapie Neuromodulation mit Fokus auf die Handfunktion; periphere und zentrale Elektrostimulation, Rehabilitationstechnik; Prothetik der Oberen Extremität, Robotik, Virtual Reality; Smart-Home-Technologien und Home-Monitoring, Wohnen mit Technologie-Support	VO	35	5
15.	Neuromodulation; Schmerzmedizin, repetitive transkranielle Magnetstimulation, Posturale Kontrolle, Spastizität, UMNS	EL	25	3
16.	Management I Qualitätsmanagement bei therapeutischen Berufen; Projektmanagement, Prozessmanagement, Gesundheitsmanagement	VO	25	4
17.	Management II Einführung in Gesundheitssysteme mit Schwerpunkt Österreich/ Deutschland/ Schweiz; Konfliktmanagement, Gruppenprozesse	VO	20	3
18.	Spezielle Managementaufgaben der Ergotherapie Managementaufgaben und Ergotherapie, Human Resource Management	VO	20	3
19.	Propädeutik in der Forschung Einführung in wissenschaftliches Arbeiten, Einführung in die Biostatistik und Statistik I (Grundlagen und beschreibende Statistik); Lesen und Beurteilen wissenschaftlicher Arbeiten; Medizinische Literatur im Internet	UE	30	4
20.	Datenerhebung und Statistik, angewandtes wissenschaftliches Arbeiten, wissenschaftliches Schreiben	EL	30	4

21.	Forschungskompetenz in der Ergotherapie Klinische Studien, Evidence Based Medicine, Wissenschaftliches Schreiben, Meta-Analysen, Einführung in die Biostatistik und Statistik II (Schließende Statistik), Workshop Statistik, Stellenwert nicht-experimentieller Forschungsmethoden	UE	35	5
22.	EBM Meta-Analysen "Walking", Studiendesigns	EL	15	2
23.	Angewandtes wissenschaftliches Arbeiten Wissenschaftspropädeutik, Evidence Based Medicine; Reading Proficiency; Klinische Studien (Klinische Trial Methodology)	EL	40	6
24.	Masterthese – Vorbereitungsseminar Ideenfindung, Präsentation, Konzepterarbeitung, Methodenbesprechung	SE	30	4
25.	Praktikum		107	8
26.	Masterthese			24
	GESAMTSUMME TOTAL		722	120

§ 9. Lehrveranstaltungen

- (1) Die Lehrveranstaltungen sind von der Lehrgangsführung jeweils für einen Lehrgang vor dessen Beginn in Form von Vorlesungen, Übungen, Seminaren oder Fernstudieneinheiten festzulegen und insbesondere in einer Informationsbroschüre kundzumachen. Geringfügige studien- und organisationsbedingte Abweichungen hiervon sind zulässig.
- (2) Lehrveranstaltungen können, sofern pädagogisch und didaktisch zweckmäßig, als Fernstudieneinheiten angeboten werden. Dabei ist die Erreichung des Lehrzieles durch die planmäßige Abfolge von unterrichtlicher Betreuung und Selbststudium der Studierenden mittels geeigneter Lehrmaterialien sicherzustellen. Die Aufgliederung der Fernstudieneinheiten auf unterrichtliche Betreuung und Selbststudium, der Stundenplan und die vorgesehenen Lernmaterialien sind den Studierenden vor Beginn der Lehrveranstaltung in geeigneter Weise bekannt zu machen.

§ 10. Prüfungsordnung

- (1) Das Studium „Ergotherapie-Forschung MSc“ ist mit einer Abschlussprüfung abzuschließen.
- (2) Die Abschlussprüfung besteht aus:
 - a) schriftlichen oder mündlichen Fachprüfungen über die Fächer 1–6, 8-15 und 18-22

- b) einer erfolgreichen Teilnahme an den Fächern 7, 16, 17 und 23
 - c) einer erfolgreichen Teilnahme am Praktikum
 - d) einer positiven Beurteilung des Vorbereitungsseminars für die Masterthese
 - e) Verfassung und positive Beurteilung einer Master-These.
- (3) Die Master-These soll erkennen lassen, dass die Studentin oder der Student nach didaktischer/methodischer Anleitung in der Lage ist, ihr oder sein theoretisches Wissen selbständig und praktisch anzuwenden.
- (4) Leistungen, die an universitären oder außer-universitären Einrichtungen erbracht wurden, können für die Abschlussprüfung anerkannt werden, wenn eine Gleichwertigkeit dieser Leistungen vorliegt.
- (5) Leistungen aus dem Universitätslehrgang „Ergotherapie MSc“ der Donau-Universität Krems sind bei Gleichwertigkeit anzuerkennen.

§ 11. Unterrichtssprache

Der gesamte Lehrgang ist in deutscher Sprache anzubieten.

§ 12. Evaluation und Qualitätsverbesserung

Die Evaluation und Qualitätsverbesserung erfolgt durch

- regelmäßige Evaluation aller ReferentInnen durch die Studierenden sowie
- durch eine Befragung der AbsolventInnen und ReferentInnen nach Beendigung des Lehrgangs

und Umsetzung der aufgezeigten Verbesserungspotentiale.

§ 13. Abschluss

- (1) Nach erfolgreicher Ablegung aller Teile der Abschlussprüfung und der positiven Beurteilung der Master-These ist dem/der Studierenden ein Abschlussprüfungszeugnis auszustellen.
- (2) Den Absolventinnen und Absolventen des Universitätslehrgangs „Neurorehabilitationsforschung“ ist der akademische Grad Master of Science (Ergotherapie-Forschung), abgekürzt MSc, zu verleihen.

§ 14. Inkrafttreten

Das vorliegende Curriculum tritt mit dem ersten Tag des Monats in Kraft, der auf die Kundmachung folgt.

11. Einrichtung des Universitätslehrganges „Ergotherapie-Forschung (MSc)“

(Fakultät für Gesundheit und Medizin, Department für Klinische Neurowissenschaften und Präventionsmedizin)

Aufgrund des Curriculums über den Universitätslehrgang „Ergotherapie-Forschung“ und der Stellungnahme des Rektorats vom 07.01.2013 wird der Universitätslehrgang an der Fakultät für Gesundheit und Medizin eingerichtet.

12. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang „Ergotherapie-Forschung (MSc)“

Der Lehrgangsbeitrag für den Universitätslehrgang „Ergotherapie-Forschung“ wird mit € 9.000,-- festgelegt.

13. Druckfehlerberichtigung:

Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Marketing- und Medienmanagement, Master of Arts“

(Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement)

§ 1. Weiterbildungsziel

Marketing ist zum wettbewerbsentscheidenden Faktor für Unternehmen und deren Produkte und Dienstleistungen geworden. Dabei erfordert die weiter zunehmende Konkurrenz der Angebote eine klare strategische Markenpositionierung, die sich für den Weg zum Verbraucher oft eines komplexen Medieneinsatzes bedient. Von Marketingexperten ist deshalb ein fundierter Marketing- und Medien-Hintergrund gefordert, der durch solides Wissen, aktuelle Kenntnisse und Fertigkeiten auch eine Basis für zukünftige Entwicklungen bildet. Der Universitätslehrgang Marketing- und Medienmanagement erfüllt diese Anforderungen, die Fachvertiefungen sind dabei am langfristigen Bedarf innerhalb des Marketing- und Medienmanagements orientiert. Der Master of Arts in Marketing und Medienmanagement bietet den Studierenden wissenschaftliches Hintergrundwissen verbunden mit praktischen Anwendungsgebieten und leistet so einen wichtigen Beitrag zur fachlichen und beruflichen Weiterentwicklung der TeilnehmerInnen.

§ 2. Studienform

Der Universitätslehrgang „Marketing- und Medienmanagement, Master of Arts“ wird als berufsbegleitendes Studium angeboten.

§ 3. Lehrgangsleitung

- (1) Als Lehrgangsleitung ist eine hierfür wissenschaftlich und organisatorisch qualifizierte Person zu bestellen.
- (2) Die Lehrgangsleitung entscheidet in allen Angelegenheiten des Lehrgangs, soweit sie nicht anderen Organen zugeordnet sind.

§ 4. Dauer

In der berufsbegleitenden Variante 4 Semester. Würde das Studium in einer Vollzeitvariante angeboten, so dauerte es 3 Semester (90 ECTS Punkte).

§ 5. Zulassungsvoraussetzungen

Voraussetzung für die Zulassung zum Universitätslehrgang „Marketing- und Medienmanagement, Master of Arts“ ist

- (1)
 - a. ein abgeschlossenes österreichisches Hochschulstudium oder
 - b. ein nach Maßgabe ausländischer Studienvorschriften abgeschlossenes gleichwertiges Hochschulstudium

oder

- (2)
 - a. eine den in den in Abs. 1 (a und b) gleichzuhaltende Qualifikation, wie folgt:

- b. Universitätsreife (Studienberechtigung) oder Fachgebundene Hochschulreife und mindestens 4 Jahre einschlägige, hochqualifizierte Berufserfahrung in adäquater Position; es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden;
- c. ohne Vorliegen der Universitätsreife (Studienberechtigung) soll nur in besonders qualifizierten Ausnahmefällen eine Zulassung erfolgen; es sind dann mindestens 8 Jahre (einschlägiger) qualifizierter Berufserfahrung in adäquater Position nachzuweisen; es können auch Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden;

sowie

(3) die positive Absolvierung eines Aufnahmeverfahrens.

§ 6. Studienplätze

- (1) Die Zulassung zum Universitätslehrgang erfolgt jeweils nach Maßgabe vorhandener Studienplätze.
- (2) Die Höchstzahl an Studienplätzen, die jeweils für einen Studiengang zur Verfügung steht, ist von der Lehrgangleiterin oder dem Lehrgangleiter nach pädagogischen und organisatorischen Gesichtspunkten festzusetzen.

§ 7. Zulassung

Die Zulassung der Studierenden obliegt gemäß § 60 Abs.1 UG 2002 dem Rektorat.

§ 8. Unterrichtsprogramm

Es ist der Basisteil mit 42 ECTS zu absolvieren und ein Vertiefungscurriculum mit 28 ECTS.

I	Fächer des Basisteils	LV-Art	UE	ECTS
1	Konzepte der Kommunikation		42	7
	Grundlagen integrierter Kommunikation	VO	10	2
	Kommunikationswissenschaft	VO	12	2
	Instrumente und Praxisgebiete integrierter Kommunikation	KS	10	2
	Anwendungen in der Unternehmens- und Organisations-Kommunikation	VO	10	1
2	Management und Strategisches Marketing		52	8
	Strategische Grundlagen und Prozesse des Marketings	VO	10	2
	Positionierungsmodelle und -prozesse	VO	15	2
	Produkt-, Preis-, Distributions- und Kommunikationspolitik	VO	17	2
	Angewandte Betriebswirtschaftslehre	VO	10	2
3	Medienmanagement im Marketing		52	6
	Informationsbeschaffung und Marktforschung	VO	20	2
	Crossmediale Strategien	VO	12	2
	Mediaplanung, Werbewirkungs- und Erfolgskontrolle	VO	20	2

4	Innovationsmanagement und Produktentwicklung		52	6
	Klassisches Innovationsmanagement und Produktentwicklung	VO	22	3
	Neue Strategien des Innovationsmanagements	VO	10	2
	Interdisziplinäre Führungskompetenzen	VO	20	1
5	Recht		10	2
	Urheber- und Persönlichkeitsrecht	VO	10	2
6	Projektarbeit		52	13
	Projekt- und Kampagnenmanagement	VO	20	3
	Projektarbeit Kampagnensimulation	UE	32	10
II	Fächer der Vertiefung: Marken- und Marketingkommunikation			
1	Markenpolitik und Recht		52	7
	Markenpolitik und -management	VO	22	3
	Markenpositionierung und -modelle	KS	20	3
	Marken- und Musterrecht	VO	10	1
2	Marketingkommunikation		52	7
	Kommunikations- und Marketingpsychologie	VO	10	2
	Strategien für Produkte und Dienstleistungen	VO	20	2
	Werbung und PR für Marken	KS	22	3
3	Markenkommunikation		52	7
	B-to-B- und B-to-C-Kommunikation	VO	12	2
	Below-the-line- und Online-Kommunikation	VO	30	3
	Integrierte Kommunikation für Marken	VO	10	2
4	Kommunikationspraxis		52	7
	Werbemittel-Konzeption	KS	22	3
	Grundlagen der Kreation	VO	10	2
	Kundenpräsentation und Pitching	UE	20	2
III	Fächer der Vertiefung: Corporate Media Management			
1	Kommunikation für Unternehmen		52	7
	Corporate Communication und Marketing	VO	30	4
	Instrumente und Zielgruppenmedien	KS	22	3
2	Medienkonzeption		52	5
	Konzeption von Unternehmensmedien	VO	22	3
	Werbung und Sponsoring	VO	20	1
	Budgeterstellung und Kostenkalkulation	VO	10	1
3	Medienpraxis I		52	9
	Dramaturgie und Inszenierung von Themen	KS	10	2
	Journalistische Grundlagen	KS	22	4
	Visuelles und Text-Design	KS	20	3

4	Medienpraxis II		52	7
	Redaktion Print, Online, Event	VO	22	3
	Crossmediale Corporate-Publishing-Realisation	VO	20	3
	Produktionsplanung und -management	VO	10	1
IV	Fächer der Vertiefung: Social Media und Online Management			
1	Online Marketing		52	7
	Kommunikationsformen und Abrechnungsmodelle	VO	10	2
	Mediaplanung und -budget	VO	22	2
	Online-Forschung und Erfolgsmessung	VO	20	3
2	Online und Social Media Management		52	7
	Online Strategien und Konzeptionen	VO	20	2
	Vermarktungsmodelle	VO	10	2
	Konzeption von Online-Präsenzen	VO	22	3
3	Online Direct Marketing		52	7
	Branding- und Vertriebskanal Online	VO	16	2
	Vertriebsmodelle	VO	16	2
	Online- und Social Media-Praxis	KS	10	2
	E-Commerce Recht	VO	10	1
4	Content-Strategien und -Management		52	7
	Content-Strategien und -Management	VO	20	2
	Suchmaschinenmarketing	VO	10	2
	Grundlage Gestaltung und Technik	KS	22	3
V	Fächer der Vertiefung: Sport- und Eventmanagement			
1	Eventmarketing und -konzeption		52	8
	Event in der Unternehmenskommunikation und im Marketing	VO	20	3
	Konzeption und Inszenierung von Veranstaltungen	VO	22	3
	Budgeterstellung und Angebotskalkulation	VO	10	2
2	Produktionsmanagement		52	5
	Produktionsplanung und -management	KS	32	3
	Medien- und Bühnentechnik	KS	20	2
3	Sportveranstaltungsmanagement		52	8
	Strukturen im Sportmanagement	VO	10	2
	Vermarktung und Sponsoring im Sport	VO	20	3
	Sportveranstaltungsmanagement	KS	22	3

4	Eventpraxis		52	7
	Location, Raumplanung, Logistik, Catering, Sicherheit	VO	22	2
	Vernetzte Kommunikationsmaßnahmen	VO	10	2
	Praxis der Konzeption und Inszenierung von Veranstaltungen	KS	10	2
	Spezielle Erfolgskontrolle	VO	10	1
VI	Seminar zur Masterthese	SE	44	5
VII	Master Thesis	UE		15
	Gesamt		512	90

§ 9. Lehrveranstaltungen

- (1) Die Lehrveranstaltungen sind von der Lehrgangsleitung jeweils für einen Lehrgang vor dessen Beginn in Form von Vorlesungen, Übungen, Seminaren oder Fernstudieneinheiten festzulegen und insbesondere in einer Informationsbroschüre kundzumachen.
- (2) Lehrveranstaltungen können, sofern pädagogisch und didaktisch zweckmäßig, als Fernstudieneinheiten angeboten werden. Dabei ist die Erreichung des Lehrzieles durch die planmäßige Abfolge von unterrichtlicher Betreuung und Selbststudium der Studierenden mittels geeigneter Lehrmaterialien sicherzustellen. Die Aufgliederung der Fernstudieneinheiten auf unterrichtliche Betreuung und Selbststudium, der Stundenplan und die vorgesehenen Lernmaterialien sind den Studierenden vor Beginn der Lehrveranstaltung in geeigneter Weise bekannt zu machen.

§ 10. Prüfungsordnung

Die Studierenden haben eine Abschlussprüfung abzulegen.

- (1) Die Abschlussprüfung besteht aus:
 - a. Schriftlichen oder mündlichen Fachprüfungen über die Fächer des Basisteils, wobei in Fach 6 eine Projektarbeit zu verfassen ist;
 - b. Schriftlichen oder mündlichen Fachprüfungen über die Fächer der gewählten Vertiefung;
 - c. Positiver Beurteilung des Seminars zur Master Thesis;
 - d. Positiver Bewertung, Präsentation und Verteidigung der Masterthese.
- (2) Die schriftlichen Arbeiten sind als Hausarbeit zu erstellen.
- (3) Mit der Koordinierung der Abschlussprüfung und den schriftlichen Arbeiten („Master-These“ und „Projektarbeit“) ist die Lehrgangsleitung beauftragt.
- (4) Leistungen, die an universitären oder außer-universitären Einrichtungen erbracht wurden, können anerkannt werden, wenn eine Gleichwertigkeit dieser Leistung vorliegt.

§ 11. Evaluation und Qualitätsverbesserung

Die Evaluation und Qualitätsverbesserung erfolgt durch

- regelmäßige Evaluation aller ReferentInnen durch die Studierenden sowie

- durch eine Befragung der AbsolventInnen und ReferentInnen nach Beendigung des Lehrgangs und Umsetzung der aufgezeigten Verbesserungspotentiale.

§ 12. Abschluss

- (1) Nach erfolgreicher Ablegung der Abschlussprüfung ist dem/der Studierenden ein Abschlussprüfungszeugnis auszustellen.
- (2) Der Absolventin oder dem Absolventen ist der akademische Grad Master of Arts (MA) zu verleihen.

§ 13. Inkrafttreten

Das vorliegende Curriculum tritt mit dem ersten Tag des Monats in Kraft, der auf die Kundmachung folgt.

14. Festlegung des Lehrgangsbeitrages für den Universitätslehrgang „Gifted Education and Coaching – Begabtenförderung und Begabtencoaching“ (Master of Arts)

Der Lehrgangsbeitrag für den Universitätslehrgang „Gifted Education and Coaching – Begabtenförderung und Begabtencoaching“ (Master of Arts) wird mit € 9.650,-- festgelegt.

Univ.-Prof. Dr. Viktoria Weber
Das Rektorat

Univ.- Prof. Dr. Anton Leitner, MSc
Vorsitzender des Senats