



**Studienordnung
der Fakultät für Sozial- und Verhaltenswissenschaften
der Friedrich-Schiller-Universität Jena
für den Studiengang Öffentliche Kommunikation
mit dem Abschluss Master of Arts
vom 5. Januar 2009**

**unter Berücksichtigung der
Ersten Änderung vom 21. Oktober 2009
(Verköndungsblatt der Friedrich-Schiller-Universität Jena Nr. 15/2009 S.1289)**

**unter Berücksichtigung der
Zweiten Änderung vom 17. November 2010
(Verköndungsblatt der Friedrich-Schiller-Universität Jena Nr. 1/2011 S.3)**

**unter Berücksichtigung der
Dritten Änderung vom 23. Februar 2011
(Verköndungsblatt der Friedrich-Schiller-Universität Jena Nr. 3/2011 S.38)**

**unter Berücksichtigung der
Vierten Änderung vom 30. Januar 2014
(Verköndungsblatt der Friedrich-Schiller-Universität Jena Nr. 1/2014 S.29)**

Gemäß § 3 Abs. 1 i.V. mit § 34 Abs. 3 Satz 1 Thüringer Hochschulgesetz (ThürHG) vom 21. Dezember 2006 (GVBl. S. 601), zuletzt geändert durch Artikel 16 des Gesetzes vom 21. Dezember 2011 (GVBl. S. 531), erlässt die Friedrich-Schiller-Universität Jena folgende Änderung der Studienordnung vom 5. Januar 2009 (Verköndungsblatt der Friedrich-Schiller-Universität Jena 9/2009, S. 859), zuletzt geändert durch die Dritte Änderungsordnung vom 23. Februar 2011 (Verköndungsblatt der Friedrich-Schiller-Universität Jena 3/2011, S. 38). Der Rat der Fakultät für Sozial- und Verhaltenswissenschaften hat die Änderung am 18. Dezember 2013 beschlossen; der Senat der Friedrich-Schiller-Universität Jena hat am 21. Januar 2014 der Änderung zugestimmt.

Der Rektor der Friedrich-Schiller-Universität Jena hat die Ordnung am 30. Januar 2014 genehmigt.



§ 1 Geltungsbereich

Diese Studienordnung regelt Ziele, Inhalte und Aufbau des Studiums im konsekutiven Studiengang Öffentliche Kommunikation mit dem Abschluss Master of Arts (abgekürzt: "M.A.") auf der Grundlage der zugehörigen Prüfungsordnung in der jeweils geltenden Fassung.

§ 2 Zulassungsvoraussetzungen

- (1) Zum Master-Studiengang Öffentliche Kommunikation kann zugelassen werden, wer
 - einen ersten berufsqualifizierenden Bachelor-Abschluss erworben hat, der Kenntnisse in Statistik und sozialwissenschaftlichen und/oder wirtschaftswissenschaftlichen und/oder psychologischen Methoden im Umfang von mindestens 20 ECTS Credits beinhaltet,
 - die entsprechenden Zulassungsvoraussetzungen gemäß Abs. 2 nachweist.
- (2) Die Zulassungsvoraussetzungen sind:
 - a) Eine Gesamtnote des Abschlusses, die „gut“ oder besser ist.
 - b) Für ein erfolgreiches Studium sind ferner gute Kenntnisse in der englischen Sprache (Level B 2 gemäß Europäischem Referenzrahmen) erforderlich. Die Sprachkenntnisse sind mittels eines international anerkannten Zertifikats oder über eine mindestens sechsjährige Teilnahme am schulischen Unterricht mit der Mindestnote „ausreichend“ im letzten Zeugnis nachzuweisen.
 - c) Die Motivation für das Studium soll durch ein Bewerbungsschreiben (max. 5 Seiten, ca. 10.000 Wörter) zum Ausdruck gebracht werden, das die Darstellung studiengangsbezogener Fähigkeiten und Fertigkeiten zur Aufnahme des angestrebten Studiums beinhaltet.
- (3) ¹Ausländische Studienbewerber müssen vor der Immatrikulation zum Studium gemäß allgemeiner Aufnahmebedingungen für ausländische Studienbewerber der Friedrich-Schiller-Universität zudem die „Deutsche Sprachprüfung für den Hochschulzugang ausländischer Studienbewerber“ (DSH) ablegen und bestehen. ²Gemäß DSH-Prüfungsordnung der FSU ist der Nachweis ausreichender Deutschkenntnisse auch von deutschen Bewerbern mit ausländischer Hochschulzugangsberechtigung zu erbringen.
- (4) Die Prüfung der Zulassungsvoraussetzungen erfolgt durch eine Auswahlkommission.
- (5) Die Zahl der Zulassungen ist begrenzt.

§ 3 Zulassungsantrag

- (1) Dem Zulassungsantrag sind folgende Unterlagen beizufügen (bei Zeugnissen und Nachweisen in beglaubigter Kopie):
 - a) Nachweis des ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschlusses gemäß § 2 (1),
 - b) Nachweis über das erfolgreiche Absolvieren von Methoden/Statistik-Modulen im Umfang von 20 ECTS Credits gemäß § 2 (1),
 - c) Nachweis guter Kenntnisse der englischen Sprache in Wort und Schrift gemäß § 2 Abs. 2,



- d) Stellungnahme zu den Beweggründen für die Aufnahme des Studiums und den studiengangbezogenen Fähigkeiten gemäß § 2 (2),
- e) ausländische Studienbewerber haben ausreichende Kenntnisse der deutschen Sprache gemäß § 2 (3) nachzuweisen.

§ 4 Auswahlverfahren

Die Zulassungsvoraussetzung (Rangfolge) wird wie folgt ermittelt:

- a) Gesamtnote des ersten berufsqualifizierenden Abschlusses

1,0 bis 1,1	18 Punkte
1,2 bis 1,3	16 Punkte
1,4 bis 1,5	14 Punkte
1,6 bis 1,7	12 Punkte
1,8 bis 1,9	10 Punkte
2,0 bis 2,1	08 Punkte
2,2 bis 2,3	06 Punkte
2,4 bis 2,5	04 Punkt

- b) Durchschnitt der Noten aus den Methoden/Statistik-Modulen im Umfang von 20 ECTS credits

1,0 bis 1,1	09 Punkte
1,2 bis 1,3	08 Punkte
1,4 bis 1,5	07 Punkte
1,6 bis 1,7	06 Punkte
1,8 bis 1,9	05 Punkte
2,0 bis 2,1	04 Punkte
2,2 bis 2,3	03 Punkte
2,4 bis 2,5	02 Punkte

- c) Motivationsschreiben: 0 – 3 Punkte

3 Punkte werden vergeben, wenn einschlägige und sehr gut begründete Motive für die beabsichtigte Aufnahme des Studiums genannt werden;

2 Punkte werden vergeben, wenn einschlägige und gut begründete Motive für die beabsichtigte Aufnahme des Studiums genannt werden;

1 Punkt wird vergeben, wenn einschlägige Motive für die beabsichtigte Aufnahme des Studiums genannt werden, diese aber nur ansatzweise begründet werden;

0 Punkte werden vergeben, wenn die Wahl nur unzureichend begründet wird.

§ 5 Studienbeginn, Studiendauer

- (1) Das Studium beginnt im Wintersemester.
- (2) Die Regelstudienzeit umfasst einschließlich der Zeit für die Master-Arbeit zwei Jahre.



- (3) Für Studierende im Rahmen des Teilzeitstudiums verdoppeln sich die in der Ordnung genannten Zeiträume und Fristen (ausgenommen der Dauer des Praxis-Moduls).

§ 6 **Ziel des Studiums**

- (1) ¹Ziel des Master-Studiengangs Öffentliche Kommunikation ist es, die im Bachelor-Studiengang erworbenen Grundkenntnisse über Theorien, Modelle und Konzepte der öffentlichen Kommunikation in den Bereichen Gesellschaftliche Kommunikation und Öffentlichkeit, Ökonomie öffentlicher Kommunikation, Politische Kommunikation und Öffentlichkeit, Psychologie der öffentlichen Kommunikation zu verbreitern und zu vertiefen. ²Darüber hinaus liegt ein besonderer Schwerpunkt auf Methoden und Statistik der Kommunikationswissenschaft. ³Der Master-Studiengang ist forschungsorientiert und hat eine klare kommunikationswissenschaftliche Ausrichtung, die durch ausgewählte Module aus den Sozialwissenschaften, Sprach- und Textwissenschaft, Philosophie und Theologie ergänzt wird. ⁴Die Studierenden werden damit befähigt, interdisziplinär und fachübergreifend zu denken.
- (2) ¹Die Absolventen verbreitern und vertiefen ihre Kenntnisse der Theorien und Modelle, der Verfahren zur Erhebung und Auswertung empirischer Daten sowie der zentralen empirischen Ergebnisse des Faches. ²Dabei berücksichtigen sie die aktuellen theoretischen, methodischen und empirischen Entwicklungen. ³Komplexere Sachverhalte können die Absolventen bis in spezifische Details durchdringen und kompetent kritisch beleuchten. ⁴Sie sind in der Lage, die theoretischen, methodischen und empirischen Kenntnisse forschungsorientiert einzusetzen, indem sie eigene wissenschaftliche Fragestellungen finden und selbständig theoretische Modelle sowie methodische Lösungen dafür entwickeln. ⁵Die Absolventen sind in der Lage, die theoretischen, methodischen und empirischen Kenntnisse selbständig auf ein selbst entwickeltes, komplexeres sowie zeitlich und inhaltlich breiter angelegtes Forschungsproblem anzuwenden. ⁶Das stellen sie in der Master-Arbeit unter Beweis.
- (3) ¹Das Studium ist konsekutiv aufgebaut, berufsqualifizierend und forschungsorientiert. ²Es stellt die Voraussetzung für eine anschließende Promotion dar. ³Die Absolventen qualifizieren sich deshalb insbesondere für eine wissenschaftliche Karriere. ⁴Darüber hinaus qualifiziert der Master-Abschluss für Berufe der gehobenen Führungsebene (z.B. Senior Researcher, Teamleitung) in den Feldern der strategischen Planung und Analyse im Mediensektor, der Markt- und Meinungsforschung sowie den Kommunikationsabteilungen von Organisationen, besonders im Management und in Public Relations. ⁵Schließlich qualifiziert der Master-Abschluss für Tätigkeiten in der Wirtschafts- und Politikberatung.

§ 7 **Aufbau und Inhalte des Studiums**

- (1) ¹Das Studium umfasst eine Gesamtleistung von 120 Leistungspunkten nach dem European Credits Transfer Accumulation System (ECTAS). ²Pro Studienjahr sind in der Regel 60 Leistungspunkte zu erwerben. ³Die Master-Arbeit soll das Studium abschließen.
- (2) ¹Die Untergliederung des Faches Öffentliche Kommunikation in Module sowie die den Modulen zugehörigen Leistungspunkte sind den Modulbeschreibungen im Modulkatalog zu entnehmen. ²Die Modulbeschreibungen informieren weiterhin über den Modulverantwortlichen, über die Voraussetzungen zur Teilnahme am Modul, das Arbeitsvolumen, die Lern- und Arbeitsformen sowie die Prüfungsanforderungen und -formen.



(3) Das Modulangebot im Studiengang Öffentliche Kommunikation umfasst 22 Wahlpflichtmodule und 1 Pflichtmodul:

1. Wahlpflichtmodule

- a.) des Grundlagen-Schwerpunkts: ÖK-G1 Gesellschaftliche Kommunikation und Öffentlichkeit (10 LP), ÖK-G2 Ökonomie öffentlicher Kommunikation (10 LP), ÖK-G3 Politische Kommunikation und Öffentlichkeit (10 LP), ÖK-G4 Psychologie der öffentlichen Kommunikation (10 LP)
- b.) des Projekt-Schwerpunkts: ÖK-A1 Analyse gesellschaftliche Kommunikation und Öffentlichkeit (10 LP), ÖK-A2 Medienökonomische Analyse (10 LP), ÖK-A3 Analyse politischer Kommunikation und Öffentlichkeit (10 LP), ÖK-A4 Kommunikationspsychologische Analyse (10 LP),
- c.) des Praxis-Schwerpunkts: ÖK-P1 Öffentlichkeitsarbeit (10 LP), ÖK-P2 Mediaplanung und Medienmarketing (10 LP), ÖK-P3 Medienforschung (10 LP), ÖK-P4 Organisations- und Personalkommunikation (10 LP), ÖK-P5 Praktikum (10 LP),
- d.) der interdisziplinären Vertiefung mit Angeboten aus den folgenden Fachgebieten (jeweils 10 LP):
 - Medienpolitik und -regulierung [Institut für Kommunikationswissenschaft],
 - Bildtheorie & Ästhetik [Institut für Philosophie],
 - Sprache und Kognition [Institut für Germanistische Sprachwissenschaft],
 - Linguistische Texttheorie [Institut für Germanistische Sprachwissenschaft],
 - Einführung in die Medienethik [Systematische Theologie],
 - Methodische Grundlagen der interkulturellen Personalentwicklung und des interkulturellen
 - Kommunikationsmanagements [Fachgebiet Interkulturelle Wirtschaftskommunikation],
 - Kulturstudien und Kulturwissenschaft [Fachgebiet Interkulturelle Wirtschaftskommunikation],
 - Arbeitsmarkt, Wohlfahrtsstaat, Soziale Ungleichheit [Institut für Soziologie],
 - Politische Systeme [Institut für Politikwissenschaft]

Weitere Informationen entnehmen Sie bitte dem Modulkatalog.

2. Pflichtmodule

- ÖK-MA Masterarbeit (30 LP).

(4) Von den Wahlpflichtmodulen des Grundlagen-Schwerpunkts sind drei Module (30 LP), von den Wahlpflichtmodulen des Praxis-Schwerpunktes ist ein Modul (10 LP), von den Wahlpflichtmodulen des Projekt-Schwerpunkts sind 2 Module (20 LP) und von den Wahlpflichtmodulen der interdisziplinären Vertiefung sind 3 Module (30 LP) zu absolvieren.

§ 8

Modulbeschreibungen

(1) ¹Art, Umfang und Anforderungen der Studien- und Prüfungsleistung sind den Modulbeschreibungen zu entnehmen. ²Sie sollen von dem verantwortlichen Lehrenden vor Beginn des Moduls bekannt gegeben werden.



- (2) ¹Die Pflicht- und Wahlpflichtmodule werden gemäß § 15 der Prüfungsordnung benotet und sind Teil der Abschlussnote. ²Das Wahlpflichtmodul aus dem Praxis-Schwerpunkt wird nicht benotet. ³Die beiden Wahlpflichtmodule aus dem Projekt-Schwerpunkt gehen mit dem Faktor 1,5 nach Maßgabe der Anteile ihrer Leistungspunkte in die Berechnung der Abschlussnote ein. ⁴Die Noten der anderen sechs Pflicht- und Wahlpflichtmodule sowie das Master-Arbeits-Modul gehen mit dem Faktor 1 nach Maßgabe der Anteile ihrer Leistungspunkte in die Berechnung der Abschlussnote ein.

§ 9 Praxismodul

- (1) ¹Das Praxismodul ist innerhalb des Praxis-Schwerpunktes wählbar (ÖK-P5, 10 LP). ²Es umfasst ein Praktikum von mindestens 7 Wochen Dauer in einem der vier Berufsfelder: Öffentlichkeitsarbeit, Mediaplanung und Medienmarketing, Medienforschung, Organisations- und Personalkommunikation. ³Praktika, die nicht in eines dieser Berufs- oder Forschungsfelder einführen, sind nicht anrechenbar.
- (2) Einschlägige vor Studienbeginn abgeleistete berufspraktische Tätigkeiten werden als Praxismodul anerkannt, sofern Gleichwertigkeit festgestellt wurde.
- (3) ¹Das Praxismodul ist in einem Praktikumsbericht zu dokumentieren und dem Modulverantwortlichen vorzulegen. ²Der Praktikumsbericht wird mit „bestanden“ oder „nicht bestanden“ bewertet. ³Wird der Praktikumsbericht mit „nicht bestanden“ bewertet, dann ist dem Studierenden innerhalb von einem Monat nach Bekanntgabe der Bewertung eine Möglichkeit zur Überarbeitung gewährt.

§ 10 Studienfachberatung

- (1) Zu den Modulen beraten die Modulverantwortlichen.
- (2) Die Studienfachberatung zur individuellen Studienplanung wird von einem von den vier Lehrbereichen benannten Studienfachberater durchgeführt.
- (3) Für nicht fachspezifische Studienprobleme steht die Zentrale Studienberatung der Friedrich-Schiller-Universität zur Verfügung.



§ 11 Zulassung zu Modulen

Folgende Modulabhängigkeiten sind zu beachten:

Modulcode	Zulassungsvoraussetzung
ÖK-A1	3 aus 4 von ÖK-G1, ÖK-G2, ÖK-G3, ÖK-G4
ÖK-A2	
ÖK-A3	
ÖK-A4	
MA.IWK.P1, MA.IWK.P2/A	Die Zulassung zu den Veranstaltungen dieser Importmodule ist an den Nachweis fachspezifischer Kenntnisse gebunden. Es gelten die Angaben des entsprechenden Modulkatalogs bzw. die jeweiligen Veranstaltungshinweise.

§ 12 Gleichstellungsklausel

Status- und Funktionsbezeichnungen nach dieser Ordnung gelten gleichermaßen in der weiblichen und in der männlichen Form.

§ 13 Inkrafttreten

- (1) ¹Die Änderung der Studienordnung gemäß Artikel 1 tritt nach ihrer Bekanntmachung im Verkündungsblatt der Friedrich-Schiller-Universität Jena am 1. Oktober 2014 in Kraft. ²Sie gilt für alle Studierenden, die ihr Studium im Studiengang Öffentliche Kommunikation mit dem Abschluss Master of Arts ab dem Wintersemester 2014/15 aufnehmen.
- (2) Für Studierende, die bis zum Zeitpunkt des Inkrafttretens dieser Änderungsordnung ihr Studium im Studiengang Öffentliche Kommunikation mit dem Abschluss Master of Arts aufgenommen haben, gilt die bis zu diesem Zeitpunkt geltende Studienordnung weiter.

Jena, 30. Januar 2014

Prof. Dr. Klaus Dicke

Rektor der Friedrich-Schiller-Universität Jena