

**Studien- und Prüfungsordnung für den
Masterstudiengang Public Relations und Unternehmenskommunikation
an der Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach
(SPO PUK/HSAN-20232)**

vom 25. April 2023

Aufgrund von Art. 9 Satz 1 des Bayerischen Hochschulinnovationsgesetz - BayHIG - (BayRS 2210-1-3-WK) vom 05. August 2022 (GVBl. S. 414), das durch § 3 des Gesetzes vom 23. Dezember 2022 geändert wurde, erlässt die Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach folgende Satzung:

§ 1

Zweck der Studien- und Prüfungsordnung

Diese Studien- und Prüfungsordnung dient der Ausfüllung und Ergänzung der Allgemeinen Prüfungsordnung der Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach (APO/HSAN-20231) in der jeweils gültigen Fassung.

§ 2

Studienziele und Studieninhalte

(1) ¹Der Masterstudiengang Public Relations und Unternehmenskommunikation baut auf einem erfolgreich abgeschlossenen Hochschulstudium auf. ²Es soll vor allem journalistisch ausgebildeten Absolventinnen und Absolventen eine Weiterqualifikation in Public Relations und Unternehmenskommunikation ermöglicht werden. ³Der Studiengang vermittelt aufbauend auf geeigneter Vorbildung umfassendes theoretisches und praktisches Wissen auf dem Feld der Public Relations und Unternehmenskommunikation. ⁴Die beruflichen Einsatzgebiete der Absolventinnen und Absolventen umfassen dabei neben den klassischen Medienberufen sämtliche Aufgaben in Public Relations und in der Unternehmenskommunikation.

(2) ¹Die Theoriemodule vermitteln den theoretisch-wissenschaftlichen Unterbau zentraler Felder moderner Unternehmenskommunikation. ²Die Praxismodule greifen diese theoretischen Grundlagen auf und vertiefen sie mit entsprechenden Praxisübungen im jeweiligen Fachgebiet. ³Grundkenntnisse in der Medienarbeit sind hierbei essenziell, um einen optimalen Lernerfolg zu erzielen. ⁴Die Praxismodule bieten durch ihre konzeptionelle Ausgestaltung die Möglichkeit, das Curriculum flexibel auf aktuelle Entwicklungen in der beruflichen Praxis anzupassen. ⁵Fachübergreifende Module flankieren dabei stets die Theorie- und Praxismodule. ⁶Da in der Unternehmenskommunikation ebenso wie im Journalismus primär mit dem Werkzeug Sprache gearbeitet wird, sind für eine Ausbildung und eine Tätigkeit in Deutschland sowie einem internationalen Umfeld gute Sprachkenntnisse relevant.

§ 3

Studiengangprofil

¹Der Masterstudiengang Public Relations und Unternehmenskommunikation ist ein konsekutiver Masterstudiengang. ²Er weist ein anwendungsorientiertes Profil auf, welches auf die aktuellen Entwicklungen in Public Relations und Unternehmenskommunikation ausgerichtet ist. ³Der Studiengang führt zum Abschluss Master of Arts.

Der Masterstudiengang wird auch in Kooperation mit ausländischen Hochschulen als Masterstudiengang mit Doppelabschluss (Double Degree) angeboten. Studierende, die sich für diese Variante mit Doppelabschluss entscheiden, müssen mindestens ein Semester an einer der ausländischen Partnerhochschulen studieren. Darüber hinaus gelten im Doppelabschluss für die Ablegung von Studien- und Prüfungsleistungen an einer der ausländischen Partnerhochschule deren rechtliche Bestimmungen.

§ 4

Qualifikationsvoraussetzungen, Zulassung zum Studium

(1) ¹Qualifikationsvoraussetzungen für die Zulassung zum Masterstudiengang sind

1. der erfolgreiche Abschluss eines Medien- bzw. Journalismusstudiengangs an einer deutschen Hochschule mit mindestens 210 ECTS-Leistungspunkten oder ein gleichwertiger in- oder ausländischer Abschluss. ²Der Nachweis wird durch Vorlage des Abschlusszeugnisses geführt. ³Über die Gleichwertigkeit entscheidet die Prüfungskommission. Die Feststellung der studiengangsspezifischen Eignung mit der Anforderung und Ausgestaltung des Verfahrens ergeben sich aus Anlage 3 und § 6 dieser Studien- und Prüfungsordnung.

2. ¹Bei Abschlüssen, die keine Leistungspunkte aufweisen, werden die nachgewiesenen Zeitstunden (Workload) in Leistungspunkte umgerechnet, wobei ein Leistungspunkt einer Stundenbelastung von 25 Zeitstunden entspricht. ²Falls keine Zeitstunden nachgewiesen werden, werden pro theoretischem Studiensemester 30 ECTS anerkannt. ³Praxissemester werden mit weiteren 30 ECTS anerkannt soweit diese dem praktischen Studiensemester in Art und Umfang an der Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach entsprechen.

3. Abschlüsse aus anderen Notensystemen bzw. Abschlüsse ohne Leistungspunkte werden nach der sog. „Bayerischen Formel“ wie folgt umgerechnet:

$$N = 1 + 3 \times (P_{\max} - P) \div (P_{\max} - P_{\min})$$

N = gesuchte Note (Durchschnittsnote)

P = im Zeugnis ausgewiesene Gesamtpunktzahl / Note

P_{max} = oberer Eckwert (bestmögliche Punktezahl/Note)

P_{min} = unterer Eckwert

N = 1,0 (für P > P_{max})

4. ¹Soweit Bewerber oder Bewerberinnen ein abgeschlossenes Hochschulstudium oder einen gleichwertigen Abschluss nachweisen, für den weniger als 210 ECTS-Punkte, jedoch mindestens 180 ECTS-Punkte vergeben wurden, ist Voraussetzung für das Bestehen der Masterprüfung der Nachweis der fehlenden Leistungspunkte aus dem fachlich einschlägigen grundständigen Studienangebot der Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach und gemäß den einschlägigen Prüfungsordnungen der Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach. ²Die Zulassung erfolgt unter der auflösenden Bedingung, dass die Nachweise der fehlenden ECTS-Punkte innerhalb eines Jahres nach Aufnahme des Studiums erbracht werden, ansonsten erlischt die Immatrikulation.

5. Bewerber oder Bewerberinnen für das Masterstudium, die zum Zeitpunkt des Bewerbungsschlusses für den Masterstudiengang noch kein Prüfungsgesamtergebnis vorweisen können, haben bis zum 30. September eine amtliche Bescheinigung der bisherigen Hochschule einzureichen, die den erfolgreichen Abschluss mit dem Notendurchschnitt und den erbrachten ECTS-Punkten des bisherigen Studiums ausweist.

6. Der Nachweis ausreichender Deutschkenntnisse, Europäischer Referenzrahmen Sprachniveau C1.

(2) Ein Anspruch darauf, dass der Masterstudiengang bei nicht ausreichender Anzahl von Studienbewerberinnen bzw. Studienbewerbern durchgeführt wird, besteht nicht.

§ 5

Antragstellung

(1) ¹Die Aufnahme des Masterstudiums ist zum Wintersemester möglich. ²Die Bewerbung muss fristgerecht vom 2. Mai bis 15. August für das Wintersemester erfolgen.

(2) ¹Die Bewerbung ist nur online über die Internetseiten der Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach möglich. ²Die Unterlagen nach § 4 sind in deutscher oder in englischer Sprache im Bewerberportal hochzuladen.

§ 6

Studiengangsspezifisches Zugangsverfahren

(1) ¹Für die Durchführung des Verfahrens zur Feststellung der studiengangsspezifischen Eignung wird eine Prüfungskommission gebildet. ²Die Besetzung der Kommission erfolgt durch den zuständigen Fakultätsrat.

(2) Zum Verfahren zur Feststellung der studiengangsspezifischen Eignung wird zugelassen, wer innerhalb der Bewerbungsfrist einen tabellarischen Lebenslauf mit Zeugnissen (siehe § 4 Abs. 1 und 4) über die Hochschulausbildung einreicht.

(3) ¹Die Modalität (insbesondere Prüfungsbestandteile, -kriterien, Gewichtung, Bewertung) ergeben sich aus Anlage 3. ²Die Eignung eines Bewerbers liegt vor, wenn mindestens 50 Punkte der maximal erzielbaren Punkte im Zugangsverfahren erreicht werden. ³Dabei wird davon ausgegangen, dass dadurch der durchschnittliche Bewerber Zugang erhält.

(4) ¹Das Ergebnis des Verfahrens zur Feststellung der studiengangsspezifischen Eignung wird dem Bewerber schriftlich mitgeteilt. ²Ablehnende Bescheide sind zu begründen und mit einer Rechtsbehelfsbelehrung zu versehen. ³Bewerber, die den Nachweis des Verfahrens zur Feststellung der studiengangsspezifischen Eignung nicht erbracht haben, können frühestens zum Termin des nächsten Bewerbungsverfahrens (siehe § 5 Abs. 1) teilnehmen. ⁴Eine weitere Wiederholung ist nicht möglich.

(5) Das positive Ergebnis des Verfahrens zur Feststellung der studiengangsspezifischen Eignung gilt so lange, als der Studiengang nicht wesentlich geändert wird.

§ 7

Regelstudienzeit und Aufbau des Studiums

¹Der Masterstudiengang Public Relations und Unternehmenskommunikation wird als Vollzeitstudium angeboten. ²Alternativ kann der Masterstudiengang Public Relations und Unternehmenskommunikation auch in Teilzeit durchgeführt werden. ³Die Regelstudienzeit im Vollzeitstudium beträgt drei Semester, wovon das dritte Semester wesentlich zur Erstellung der Masterarbeit dient, mit einem Gesamtvolumen von 90 ECTS-Punkten. ⁴Die Regelstudienzeit im Teilzeitstudium beträgt sechs Semester, wovon das fünfte und sechste Semester wesentlich zur Erstellung der Masterarbeit dient, mit einem Gesamtvolumen von 90 ECTS-Punkten. ⁵Die wöchentliche Arbeitsbelastung im Teilzeitstudium gegenüber dem Vollzeitstudium ist etwa halbiert. ⁶Das Teilzeitstudium muss bereits bei der Bewerbung beantragt werden. Ein Wechsel ist einmal möglich.

§ 8

Module und Prüfungsleistungen

¹Für bestandene Prüfungen und studienbegleitende Leistungsnachweise pro Modul werden Leistungspunkte gemäß dem European Credit Transfer System (ECTS) vergeben. ²Dabei entspricht ein Leistungspunkt einer Studienbelastung von 30 Zeitstunden. ⁴Die Anzahl der Leistungspunkte ergibt sich aus Anlage 1 und 2 zu dieser Studien- und Prüfungsordnung. ⁵Die Pflichtmodule, die Art der Lehrveranstaltung, die Prüfungen sowie die ECTS sind in Anlage 1 und 2 zu dieser Satzung festgelegt.

§ 9

Studienplan und Modulhandbuch

(1) ¹Die zuständige Fakultät erstellt zur Sicherstellung des Lehrangebots und zur Information der Studierenden einen Studienplan sowie ein Modulhandbuch, aus dem sich der Ablauf des Studiums im Einzelnen ergibt. ²Der Studienplan wird vom zuständigen Fakultätsrat beschlossen und ist

hochschulöffentlich bekannt zu machen. ³Die Bekanntmachung neuer Regelungen muss spätestens zu Beginn der Vorlesungszeit des Semesters erfolgen, in dem diese Regelungen erstmals anzuwenden sind.

(2) ¹Der Studienplan enthält insbesondere hinreichende bestimmte Angaben über

1. die angebotenen Pflichtmodule und die Aufteilung der Semesterwochenstunden je Modul und Semester;
2. Prüfungsart und -umfang;
3. nähere Bestimmungen zu den Leistungs- und Teilnahmenachweisen
4. Unterrichts- und Prüfungssprache in den einzelnen Modulen und Lehrveranstaltungen, soweit diese nicht Deutsch sind

²Das Modulhandbuch beschreibt die einzelnen Module des Studiengangs und soll den Studierenden zuverlässige Informationen über die Studieninhalte und -anforderungen sowie den vermittelten Kompetenzen bereitstellen. ³Es enthält hinreichend bestimmte Angaben zu

1. Arbeitsaufwand (Workload) und Aufteilung (Kontaktzeit und Selbststudium);
2. der bzw. den Modulverantwortlichen;
3. Lehrinhalte und Lernziele des Moduls, d.h. Kenntnisse und Fertigkeiten, die die Studierenden nach Abschluss des Moduls erworben haben sollen;
4. Lehr- und Lernformen
5. Prüfungsart, -dauer und -umfang, ggf. Gewichtung
6. Leistungspunkte und Benotung

(3) ¹Ein Anspruch darauf, dass sämtliche Module bei nicht ausreichender Teilnehmerzahl durchgeführt werden, besteht nicht. ²Desgleichen besteht kein Anspruch darauf, dass solche Lehrveranstaltungen bei nicht ausreichender Teilnehmerzahl durchgeführt werden.

§ 10 Prüfungskommission

Für den Studiengang wird nach Maßgabe der einschlägigen rechtlichen Bestimmungen eine Prüfungskommission gebildet.

§ 11 Anrechnung / Anerkennung von erworbenen Kompetenzen

¹Die Anrechnung / Anerkennung von Kompetenzen erfolgt nur auf Antrag. ²Der Antrag muss formgerecht mit den Formularen der Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach erfolgen und ist fristgerecht spätestens bis zum Ende des ersten Studiensemesters zu stellen. ³Diese Frist gilt ausschließlich für Anrechnungen / Anerkennungen von Kompetenzen, die vor der Immatrikulation erworben wurden.

§ 12 Masterarbeit

(1) Bei der Masterarbeit sollen Studierende zeigen, dass sie in der Lage sind, eine Aufgabenstellung aus dem Bereich Public Relations und Unternehmenskommunikation systematisch und wissenschaftlich zu bearbeiten und praxisorientiert zu lösen.

(2) Die Ausgabe des Themas der Masterarbeit setzt voraus, dass mindestens 50 ECTS-Punkte des Masterstudiums erbracht wurden.

(3) ¹Das Thema wird von einem hauptamtlichen Professor oder von einer hauptamtlichen Professorin der Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach ausgegeben. ²Über Ausnahmen entscheidet die Prüfungskommission.

(4) Die Frist von der Ausgabe der Themenstellung bis zur Abgabe der Masterarbeit beträgt sechs Monate im Vollzeitstudium und zwölf Monate im Teilzeitstudium.

§ 13

Prüfungsgesamtnote

Die Gewichtung der Noten der Module zur Bildung der Prüfungsgesamtnote ergibt sich aus den in Anlage 1 und 2 zu dieser Satzung festgelegten ECTS-Punkten der Module.

§ 14

Akademischer Grad

Aufgrund des erfolgreichen Abschlusses des Studiums wird von der Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach der akademische Grad Master of Arts, Kurzform: M.A. verliehen.

§ 15

Inkrafttreten

(1) Diese Studien- und Prüfungsordnung tritt am 01. Oktober 2023 in Kraft.

(2) Die Bestimmungen dieser Studien- und Prüfungsordnung gelten erstmals für Studierende, die ihr Studium im Wintersemester 2023/24 aufnehmen.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Senats der Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach vom 19. April 2023 und der rechtsaufsichtlichen Genehmigung des Präsidenten vom 25. April 2023.

Ansbach, den 25. April 2023

Prof. Dr.-Ing. Sascha Müller-Feuerstein

Präsident

Diese Satzung wurde am 25. April 2023 in der Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach niedergelegt. Die Niederlegung wurde am 25. April 2023 auf der Internetseite der Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach www.hs-ansbach.de bekanntgegeben. Tag der Bekanntmachung ist daher der 25. April 2023.

Anlage 1: Übersicht über die Module im Masterstudiengang "Public Relations und Unternehmenskommunikation " an der Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach (SPO PUK/HSAN-20232) im VOLLZEITSTUDIUM.

Semester	Modul-Nr.	Module	ECTS-Punkte	SWS	Lehrform	Prüfungsleistungen	
						Art	Dauer
1	1	Grundlagen der Pressearbeit I	5	4	SU, Ü	StA / schrLN / mdlLN	10-20 Seiten / 90-120 Min. / 15-20 Min.
1	2	Organisation und Management	5	4	SU, Ü	StA / schrLN / mdlLN	10-20 Seiten / 90-120 Min. / 15-20 Min.
1	3	Digitale Kommunikation I	5	4	SU, Ü	StA / schrLN / mdlLN	10-20 Seiten / 90-120 Min. / 15-20 Min.
1	4	Strategische Kommunikation I	5	4	SU, Ü	StA / schrLN / mdlLN	10-20 Seiten / 90-120 Min. / 15-20 Min.
1	5	PR-Werkstatt I	5	4	SU, Ü	StA / schrLN / mdlLN	10-20 Seiten / 90-120 Min. / 15-20 Min.
1	6	Grundlagen der Pressearbeit II	5	4	SU, Ü	StA / schrLN / mdlLN	10-20 Seiten / 90-120 Min. / 15-20 Min.
2	7	Digitale Kommunikation II	5	4	SU, Ü	StA / schrLN / mdlLN	10-20 Seiten / 90-120 Min. / 15-20 Min.
2	8	PR-Werkstatt II	5	4	SU, Ü	StA / schrLN / mdlLN	10-20 Seiten / 90-120 Min. / 15-20 Min.
2	9	Strategische Kommunikation II	5	4	SU, Ü	StA / schrLN / mdlLN	10-20 Seiten / 90-120 Min. / 15-20 Min.
2	10	Corporate Publishing	5	4	SU, Ü	StA / schrLN / mdlLN	10-20 Seiten / 90-120 Min. / 15-20 Min.
2	11	Marketing	5	4	SU, Ü	StA / schrLN / mdlLN	10-20 Seiten / 90-120 Min. / 15-20 Min.
2	12	Kommunikations- und Medienpsychologie	5	4	SU, Ü	StA / schrLN / mdlLN	10-20 Seiten / 90-120 Min. / 15-20 Min.
3	13	Masterarbeit	30			MA	40-60 Seiten

LV	Lehrveranstaltung
SWS	Semesterwochenstunden
SU	Seminarristischer Unterricht
Ü	Übung
StA	Studienarbeit
schrLN	schriftlicher Leistungsnachweis
mdlLN	mündlicher Leistungsnachweis
MA	Masterarbeit
/	oder

SPO PUK/HSAN-20232

Anlage 2: Übersicht über die Module im Masterstudiengang "Public Relations und Unternehmenskommunikation " an der Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach (SPO PUK/HSAN-20232) im TEILZEITSTUDIUM.

Semester	Modul-Nr.	Module	ECTS-Punkte	SWS	Lehrform	Prüfungsleistungen	
						Art	Dauer
1 - 2	1	Grundlagen der Pressearbeit I	5	4	SU, Ü	StA / schrLN / mdILN	10-20 Seiten / 90-120 Min. / 15-20 Min.
1 - 2	2	Organisation und Management	5	4	SU, Ü	StA / schrLN / mdILN	10-20 Seiten / 90-120 Min. / 15-20 Min.
1 - 2	3	Digitale Kommunikation I	5	4	SU, Ü	StA / schrLN / mdILN	10-20 Seiten / 90-120 Min. / 15-20 Min.
1 - 2	4	Strategische Kommunikation I	5	4	SU, Ü	StA / schrLN / mdILN	10-20 Seiten / 90-120 Min. / 15-20 Min.
1 - 2	5	PR-Werkstatt I	5	4	SU, Ü	StA / schrLN / mdILN	10-20 Seiten / 90-120 Min. / 15-20 Min.
1 - 2	6	Grundlagen der Pressearbeit II	5	4	SU, Ü	StA / schrLN / mdILN	10-20 Seiten / 90-120 Min. / 15-20 Min.
3 - 4	7	Digitale Kommunikation II	5	4	SU, Ü	StA / schrLN / mdILN	10-20 Seiten / 90-120 Min. / 15-20 Min.
3 - 4	8	PR-Werkstatt II	5	4	SU, Ü	StA / schrLN / mdILN	10-20 Seiten / 90-120 Min. / 15-20 Min.
3 - 4	9	Strategische Kommunikation II	5	4	SU, Ü	StA / schrLN / mdILN	10-20 Seiten / 90-120 Min. / 15-20 Min.
3 - 4	10	Corporate Publishing	5	4	SU, Ü	StA / schrLN / mdILN	10-20 Seiten / 90-120 Min. / 15-20 Min.
3 - 4	11	Marketing	5	4	SU, Ü	StA / schrLN / mdILN	10-20 Seiten / 90-120 Min. / 15-20 Min.
3 - 4	12	Kommunikations- und Medienpsychologie	5	4	SU, Ü	StA / schrLN / mdILN	10-20 Seiten / 90-120 Min. / 15-20 Min.
5 - 6	13	Masterarbeit	30			MA	40-60 Seiten

LV	Lehrveranstaltung
SWS	Semesterwochenstunden
SU	Seminarristischer Unterricht
Ü	Übung
StA	Studienarbeit
schrLN	schriftlicher Leistungsnachweis
mdIL	mündlicher Leistungsnachweis
MA	Masterarbeit
/	oder

SPO PUK/HSAN-20232

Anlage 3: Verfahren zur Feststellung der studiengangspezifischen Eignung

1. Voraussetzung für die Teilnahme am Verfahren zur Feststellung der studiengangspezifischen Eignung ist eine vollständige, form- und fristgerechte Bewerbung und der Nachweis der Qualifikationsvoraussetzungen gemäß § 4 i.V.m. § 5 SPO PUK/HSAN-20232
2. Bewerber, die die Voraussetzungen nach § 4 SPO PUK/HSAN-20232 erfüllen, erhalten eine Zulassung zum Bewerbungsverfahren.
3. Im Rahmen des Verfahrens zur Feststellung der studiengangspezifischen Eignung werden die eingereichten Unterlagen gesichtet und nachfolgendem Schema bewertet.

	Prüfungsbestandteil	Prüfungskriterien	Erreichbare Einzelpunktzahl	Höchste erreichbare Punktzahl
1.	Prüfungsgesamtergebnis aus dem grundständigen Diplom-, Bachelor-, Magisterstudium (Erstabschluss)	1,0 1,1 1,2 1,3 1,4 1,5 1,6 1,7 1,8 1,9 2,0 2,1 2,2 2,3 2,4 2,5 2,6 2,7 2,8 2,9 3,0	= 60 = 58 = 56 = 54 = 52 = 50 = 48 = 46 = 44 = 42 = 40 = 38 = 36 = 34 = 32 = 30 = 28 = 26 = 24 = 22 = 20	60

		3,1	= 19	
		3,2	= 18	
		3,3	= 17	
		3,4	= 16	
		3,5	= 15	
		3,6	= 14	
		3,7	= 13	
		3,8	= 12	
		3,9	= 11	
		4,0	= 10	

2.	Bachelorarbeit aus den Bereichen Medien / PR und Unternehmenskommunikation	Ja Nein	= 10 = 0	10
3.	Praktikum (mindestens 20 Wochen in den Bereichen Medien / PR und Unternehmenskommunikation).	Ja Nein	= 10 = 0	10

Die Eignung eines Bewerbers liegt vor, wenn mindestens 50 Punkte der maximal erzielbaren Punkte im Verfahren zur Feststellung der studiengangsspezifischen Eignung aus den Positionen 1. – 3. erreicht werden.

Dabei wird davon ausgegangen, dass dadurch der durchschnittliche Bewerber Zugang erhält.