

MITTEILUNGSBLATT DER KARL-FRANZENS-UNIVERSITÄT GRAZ



www.uni-graz.at/zvwww/miblatt.html

95. SONDERNUMMER

Studienjahr 2008/09

Ausgegeben am 9. 9. 2009

50.a Stück

CURRICULUM für den Universitätskurs Kommunikationsassistent/In an der Karl-Franzens-Universität Graz

Impressum: Medieninhaber, Herausgeber und Hersteller: Karl-Franzens-Universität Graz,
Universitätsplatz 3, 8010 Graz. Verlags- und Herstellungsort: Graz.
Anschrift der Redaktion: Administration und Dienstleistungen, Universitätsdirektion, Universitätsplatz 3,
8010 Graz. E-Mail: mitteilungsblatt@uni-graz.at

**CURRICULUM
für den Universitätskurs
Kommunikationsassistent/In
an der Karl-Franzens-Universität Graz**

Gemäß § 3 Abs. 5 Universitätsgesetz 2002, BGBl. I Nr. 120/2002 und der Richtlinie des Rektorates über die Einrichtung von Universitätskursen, Mitteilungsblatt Nr. 7b vom 9.1. 2007, wird an der Karl-Franzens-Universität Graz der Universitätskurs KOMMUNIKATIONSASSISTENT/IN eingerichtet.

§ 1. Zielsetzung und Qualifikationsprofil

Ziel dieses Universitätskurses der Karl-Franzens-Universität Graz ist es, Generalistinnen und Generalisten für allgemeine Kommunikationsberufe hervorzubringen bzw. eine fundierte Zusatzqualifikation für Assistenzberufe anzubieten - Schwerpunkt ist die Integrierte Kommunikation.

Die Absolventinnen und Absolventen des Universitätskurses sind in der Lage, die Grundbegriffe der Integrierten Kommunikation zu verstehen und diese strategisch richtig einzusetzen. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer werden zu selbstständiger Arbeit mit besonderem Merkmal auf vernetztes Denken herangeführt. Ebenso werden die Fähigkeit zur Koordinierung von Gruppen sowie Führungskompetenzen in den Vordergrund gestellt.

Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, in allen Bereichen der Unternehmenskommunikation Assistenz-Aufgaben zu übernehmen. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer kennen die Schnittstellen, Strukturen und die Positionierung der Integrierten Kommunikation. Sie sind in der Lage, kleine Projekte und Routinearbeiten selbstständig umzusetzen und zu erledigen. Als „Junior Assistant“ kann die Absolventin/der Absolvent in allen Einsatzgebieten der Integrierten Kommunikation und Unternehmenskommunikation arbeiten. Das „vernetztes Denken“ - eine Grundidee der Integrierten Kommunikation - ist aufgrund der soliden Lehrinhalte für die AbsolventInnen in der Praxis anwendbar.

Ein besonderes Augenmerk wird dabei auf die individuelle Förderung von persönlicher Kompetenz und Ausdrucksfähigkeit (Personal Skills) gelegt. Weitere Schwerpunkte sind: Kennen lernen der Disziplinen der Integrierten Kommunikation (Public Relations, Werbung, Journalismus, Eventmanagement, etc.) und weiterer Know-how-Erwerb in den Bereichen Medien, Marketing sowie in den Supportfächern (z.B.: VWL, BWL, Recht, etc.).

§ 2. Dauer und Gliederung

Der berufsbegleitende Universitätskurs mit einem Gesamt-Arbeitsaufwand von 30 ECTS-Anrechnungspunkten¹ umfasst zwei Semester und ist modular strukturiert.

Die insgesamt 280 Kontaktstunden² sind verpflichtend zu besuchen, wobei eine

¹ Allen von den Studierenden zu erbringenden Leistungen werden ECTS-Anrechnungspunkte zugeteilt. Mit diesen ECTS-Anrechnungspunkten ist der relative Anteil des mit den einzelnen Studienleistungen verbundenen Arbeitspensums zu bestimmen. Das Arbeitspensum umfasst den Selbststudienanteil und die Kontaktstunden.

² Eine Kontaktstunde entspricht 45 Minuten

Mindestanwesenheitspflicht von 80% der Kontaktstunden pro Semester vorgegeben ist.

Es wird versucht, die Gesamtkontaktstunden auf beide Semester gleichmäßig aufzuteilen (140/140).

Für die absolvierten Lehrveranstaltungen und die Abfassung der Projektarbeit werden insgesamt 30 ECTS-Anrechnungspunkte vergeben.

§ 3. Zugangsvoraussetzungen

Voraussetzungen für die Zulassung zum Universitätskurs KOMMUNIKATIONSASSISTENT/IN sind:

- Vollendung des 18. Lebensjahres
- Hochschulreife oder 1-jährige facheinschlägige Berufserfahrung
- Zusendung der Anmeldeunterlagen
- Positive Absolvierung des Aufnahmeverfahrens

Die wissenschaftliche Leitung des Universitätskurses prüft die Eignung und die Erfüllung der Zulassungsvoraussetzungen und entscheidet über die Aufnahme in den Universitätskurs.

Es müssen so viele TeilnehmerInnen am Universitätskurs teilnehmen, dass dieser kostendeckend durchgeführt werden kann.

§ 4. Zielgruppen

Zielgruppen des Universitätskurses sind:

- MaturantInnen bzw. Personen mit Hochschulreife
- Absolventinnen und Absolventen eines facheinschlägigen Studiums, wie Publizistik
- Personen, die bereits im Bereich der Information und Kommunikation (PR, Werbung, Marketing, Unternehmenskommunikation) tätig sind und zur Verbesserung ihrer Berufschancen eine zusätzliche Qualifikation bzw. Spezialisierung erwerben wollen
- Personen mit geringer einschlägiger Berufserfahrung, die eine Karriere in Informations- und Kommunikationsberufen anstreben

§ 5. Unterrichtsplan

Aufbau und Gliederung des Universitätskurses

	ECTS
Modul A: Disziplinen der Integrierten Kommunikation	8,5
Modul B: Angewandte Integrierte Kommunikation	7,5
Modul C: Personal Skills/Kommunikation	5
Modul D: Medien	7
Projektarbeit	2
<i>Summe</i>	<i>30</i>

Der Unterrichtsplan enthält die nachstehend aufgelisteten Lehrveranstaltungen. Alle Lehrveranstaltungen sind Pflichtveranstaltungen:

Die Lehrveranstaltungen sind im Folgenden mit Gliederung, Titel, Typ, ECTS-Anrechnungspunkten (ECTS), Kontaktstunden (KStd.) und der empfohlenen Semesterzuordnung (Sem.) genannt.

Die Modulbeschreibungen befinden sich in Anhang I.

**Aufteilung der ECTS - Anrechnungspunkte
Universitätskurs Kommunikationsassistent /In**

				ECTS-Punkte	
	Titel	Typ	KStd.	1. Sem	2. Sem
Modul A	Disziplinen der Integrierten Kommunikation				
1	Organisation und Struktur der Integrierten Kommunikation	VO	20	0,5	1,5
2	Werbung	VO	11	1	0
3	Public Relations	VO	24	2	0,5
4	Marketing und Kommunikation	VO	20	1,5	0,5
5	Randbereiche der Integrierten Kommunikation	VO	8	1	0
	Summen:		83	6	2,5
Modul B	Angewandte Integrierte Kommunikation				
1	Techniken der Integrierten Kommunikation	VU	8	0	1
2	Werbung	VU	4	0	0,5
3	Angewandte Public Relations	VU	27	0,5	2,5
4	Management externer Faktoren	VU	8	0	1
5	Randbereiche der Integrierten Kommunikation	VU	20	1	1
	Summen:		67	1,5	6
Modul C	Personal Skills/Kommunikation				
1	Kommunikationstraining	UE	19	1	1
2	Präsentationstechnik	UE	13	1,5	0
3	Argumentationstraining	UE	7	1	0
4	Teamtraining	UE	4	0	0,5
	Summen:		43	3,5	1,5
Modul D	Medien				
1	Massenmedien	VO	51	3	2,5
2	Personal Media	VO	16	1	0,5
	Summen:		67	4	3
	Praxisprojekt plus Konzeptpräsentation		20	0	2
		Summe KStd:	280	15	15

§ 6. Prüfungsordnung

Voraussetzung für ein Universitätskurs-Zertifikat bzw. für die Zulassung zur Abschlussprüfung ist die positive Absolvierung aller Lehrveranstaltungen und des Praxisprojekts sowie eine Mindestanwesenheit beim Präsenzunterricht (Kontaktstunden) von 80% pro Semester.

1. Semester:

Am Ende des 1. Semesters erfolgt eine Wissensüberprüfung in Form eines schriftlichen Tests. Sollte die Prüfung am Haupttermin nicht positiv absolviert werden, kann diese zu einem Nachtermin wiederholt werden. Ein insgesamt viermaliges Antreten ist möglich. Der Nachprüfungstermin ist noch vor Ende des 2. Semesters zu wählen.

Die Beurteilung der Prüfungsleistungen richtet sich nach der in § 73 Abs 1 und 3 UG 2002 bestimmten Notenskala.

2. Semester:

Erstellung eines schriftlichen Kommunikations-Konzepts (=Projektarbeit) für ein frei gewähltes, reales Unternehmen. Abgabe des Konzepts in dreifacher Ausfertigung zum genannten Stichtag (wird im Kurs bekannt gegeben).

Präsentation dieses Konzepts vor einer Prüfungskommission, zusätzliche Fach- und Verständnisfragen ergänzen die Prüfung (Dauer ca. 20 min. pro TeilnehmerIn).

Sollte die Prüfung am Haupttermin nicht positiv absolviert werden, kann die Prüfung zu einem Nachtermin wiederholt werden. Ein insgesamt dreimaliges Antreten ist möglich. Der Nachprüfungstermin ist bis spätestens 6 Monate nach dem Haupttermin zu absolvieren.

Die Beurteilung der Prüfungsleistungen richtet sich nach der in § 73 Abs 1 und 3 UG 2002 bestimmten Notenskala.

Die Gesamtnote setzt sich wie folgt zusammen:

1. Semester: Schriftliche Prüfung: 50%
2. Semester: Kommunikations-Konzept, Präsentation, ergänzende Verständnis- und Fachfragen: 50%

Die Mitarbeit und das Engagement (u.a. Anwesenheit im Universitätskurs, Anwesenheit bei freiwilligen Einheiten, ...) finden in der Notenvergabe ebenso Berücksichtigung und sind vor allem bei Zwischennoten entscheidend.

Die Einzelbewertungen erfolgen nach dem Schulnotensystem. Die Beurteilung erfolgt nach dem Benchmark-Prinzip. Das bedeutet, dass der/die Beste der PrüfungskandidatInnen durch seine/ihre Leistung die Latte für die Beurteilung der Prüfungen vorgibt.

Gesamtbeurteilung des Universitätskurses:

- | | |
|---------|---------------------------------|
| < 1,5 | mit ausgezeichnetem Erfolg |
| < 2 | mit gutem Erfolg |
| > 2 < 4 | mit Erfolg bestanden/absolviert |
| > 4 | nicht bestanden |

§ 7. Verleihung der Bezeichnung

Nach Erreichung des laut § 6 vorgeschriebenen Studienerfolges dürfen sich die Absolventinnen und Absolventen als „Zertifizierte Kommunikationsassistentin“ bzw. „Zertifizierter Kommunikationsassistent“ bezeichnen.

§ 8. Universitätskursbeitrag

Der Universitätskursbeitrag schließt nur die Kosten des Universitätskurses gem. § 9 insbesondere für die Lehrveranstaltungen ein (inklusive Lehrunterlagen), nicht hingegen sonstige Kosten, die für Recherchen im Zuge der Erstellung der Projektarbeit oder für die Teilnahme an allfälligen Exkursionen. Diese und allfällige weitere Kosten für Reisen, Unterkunft, Verpflegung und Prüfungsgebühren sind von den Teilnehmenden selbst zu tragen.

Die wirtschaftliche Leitung des Universitätskurses behält sich eine Änderung des Universitätskursbeitrages aufgrund sinkender oder steigender Teilnehmendenzahlen vor.

§ 9. Kosten des Universitätskurses

Die Kosten des Universitätskurses setzen sich aus den Aufwendungen für die Lehrenden und den sonstigen Aufwendungen für Leitung, Organisation etc. zusammen. Die dafür erforderlichen Mittel werden aus dem Universitätskursbeitrag und gegebenenfalls aus Drittmitteln aufgebracht. Falls die für die Durchführung des Universitätskurses erforderlichen Mittel nicht in entsprechender Höhe zur Verfügung stehen, kann der Universitätskurs nicht abgehalten werden. Diese Erfordernisse werden vor jedem Durchlauf von UNI for LIFE GmbH überprüft. Der Universität Graz erwachsen aus dem Universitätskurs keine Kosten.

§ 10. Durchführung des Universitätskurses und in Kraft treten des Curriculums.

Der Universitätskurs wird ab dem Studienjahr 2009/10 in wirtschaftlicher und organisatorischer Kooperation mit UNI for LIFE GmbH durchgeführt. Dieses Curriculum tritt mit seiner Verlautbarung im Mitteilungsblatt in Kraft.

Anhang I

Modulbeschreibungen - Beschreibung der zu vermittelnden Kenntnisse und Fertigkeiten (Learning-Outcomes, Voraussetzungen, Inhalte)

Für alle Module gilt:

Zur Erreichung des Ausbildungsziels ist es erforderlich, von den Erfahrungen und der Vorbildung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer auszugehen, daher ist der Lehrplan als Rahmen zu sehen. Der Lehrstoff ist nach den Kriterien der Praxisnähe, der neuesten wissenschaftlichen Erkenntnisse sowie der Erwachsenenbildung gerecht werdend auszuwählen. Änderungen und Erweiterungen des detaillierten Lehrstoffes können sich durch neue Anforderungen der Wissenschaft oder Wirtschaft ergeben.

Unterschiedliche Themenbereiche aus einem Unterrichtsgegenstand können durch verschiedenes Lehrpersonal – entsprechend ihrer Fähigkeiten und Qualifikationen – vermittelt werden.

Zur Förderung der Team- und Kooperationsfähigkeit und des ethisch-solidarischen Handelns ist die gemeinsame Bearbeitung von Projekten, bei der die Kritikfähigkeit aller Teilnehmerinnen und Teilnehmer gefördert werden soll, von Bedeutung.

Die Fähigkeit zur selbstständigen und kritischen Verarbeitung des Erlernten, sowie das Verstehen von Zusammenhängen und das eigenverantwortliche Lösen von Aufgabestellungen und Problemen soll gefördert werden.

Aus pädagogischen und didaktischen Gründen wird ein bestimmtes Stundenausmaß in Blockveranstaltungen unterrichtet werden.

Modul A: Disziplinen der Integrierten Kommunikation

A.1: Organisation und Strukturen der Integrierten Kommunikation (2 ECTS-Anrechnungspunkte)

Ziel

Nach Absolvierung der Lehrveranstaltung sind die AbsolventInnen in der Lage, Strukturen und Organisationsformen der Integrierten Kommunikation zu verstehen.

Voraussetzungen

Basiskonzepte von Zusammenarbeit zwischen Personen und Gruppen

Inhalt

Vorbereitungen von Tests/Umfragen, Prüfungen, Zwischen- und Abschlussberichte, Erstellung eines Programms, Durchführung von Programmgesprächen, Abhaltung von Besprechungen

A.2: Werbung (1 ECTS-Anrechnungspunkt)

Ziel

Nach Absolvierung der Lehrveranstaltung sind die TeilnehmerInnen mit den Grundlagen der Werbung vertraut.

Voraussetzungen
Bereitschaft zur Zusammenarbeit in einer Gruppe

Inhalt
Grundbegriffe der Werbung, Disziplinen der Werbung

A.3: Public Relations (2,5 ECTS-Anrechnungspunkte)

Ziel
Nach Absolvierung der Lehrveranstaltung haben die AbsolventInnen einen soliden Überblick über die einzelnen Bereiche von Public Relations und Lobbying gewonnen.

Voraussetzungen
Bereitschaft zur Zusammenarbeit in einer Gruppe und Bereitschaft zum vernetzten Denken

Inhalt
Disziplinen und Grundlagen der PR

A.4: Marketing und Kommunikation (2 ECTS-Anrechnungspunkte)

Ziel
Mit der Absolvierung der Lehrveranstaltung sind die AbsolventInnen in der Lage, die Grundlagen von Marketing als Methode und Inhalt von integrierter Kommunikation zu verstehen.

Voraussetzungen
Interesse am Bereich Marketing

Inhalt
Einführung in die Grundlagen des Marketing, Projektmanagement, Einführung Businessplan

A.5: Randbereiche der Integrierten Kommunikation (1 ECTS-Anrechnungspunkt)

Ziel
Die AbsolventInnen dieser Lehrveranstaltung haben nach Abschluss derselben einen weitgreifenden Einblick in die wichtigsten Randgebiete der Integrierten Kommunikation erhalten, der sie in die Lage versetzt, die administrativen, finanziellen und organisationalen Verflechtungen der einzelnen Teilgebiete und deren Bedeutung für die IK zu verstehen.

Voraussetzungen
Vernetztes Denken

Inhalt
Einführung in die Randbereiche der Integrierten Kommunikation, Kommunikationspolitik

Modul B: Angewandte Integrierte Kommunikation

B.1: Techniken der Integrierten Kommunikation (1 ECTS-Anrechnungspunkt)

Ziel

Nach Absolvierung der Lehrveranstaltung sind die TeilnehmerInnen in der Lage Integrierte Kommunikation als angewandte und ganzheitliche Kommunikationsstrategie zu verstehen.

Voraussetzungen

Bereitschaft zur offenen und gemeinschaftlichen Erarbeitung von Inhalten.

Inhalt

Zusammenspiel von Kommunikationsstrategien und Integrierter Kommunikation.

B.2: Werbung (0,5 ECTS-Anrechnungspunkte)

Ziel

Die TeilnehmerInnen sind nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung in der Lage, einfache Werbemittel zu konzipieren und theoretisch zu produzieren.

Voraussetzungen

Verständnis für zusammenhängende Prozesse, Bereitschaft zur Zusammenarbeit

Inhalt

Konzeption und Produktion von Werbemitteln

B.3: Angewandte Public Relations (3 ECTS-Anrechnungspunkte)

Ziel

Nach dem Besuch der Lehrveranstaltung sind die AbsolventInnen in der Lage einfache PR-Konzepte zu erstellen und umzusetzen.

Voraussetzungen

Bereitschaft zur Kommunikation mit anderen Menschen

Inhalt

Medienarbeit, PR-Konzepte, Durchführung von Events, Eventmarketing

B.4: Management externer Faktoren (1 ECTS-Anrechnungspunkt)

Ziel

Nach Ende der Lehrveranstaltung sind die AbsolventInnen in der Lage, die Begriffe und Grundlagen des Dialog-Marketing, des Database-Marketings und von Customer Relationship Marketing zu verstehen und anzuwenden.

Voraussetzungen

Bereitschaft zum Denken in unterschiedlichen Bereichen

Inhalt

Strategisches Marketing, Dialog-Marketing, Database-Marketing, Customer Relationship Marketing

B.5: Randbereiche der Integrierten Kommunikation (2 ECTS-Anrechnungspunkte)

Ziel

Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung haben die TeilnehmerInnen einen Einblick in wichtige, ausgewählte Randbereiche der Integrierten Kommunikation, wie z.B. Rechtsgrundlagen oder Markt- und Meinungsforschung.

Voraussetzungen

Bereitschaft zu offenem Denken und Handeln

Inhalt

Medienrecht, Veranstaltungsrecht, BWL, VWL, Markt- und Meinungsforschung

Modul C: Personal Skills/Kommunikation

C.1: Kommunikationstraining (2 ECTS-Anrechnungspunkte)

Ziel

Die TeilnehmerInnen sind nach Absolvierung der Lehrveranstaltung in der Lage grundlegende Elemente der (integrierten) Kommunikation zu verstehen und in der Praxis anzuwenden.

Voraussetzungen

Bereitschaft zur verbalen Kommunikation

Inhalt

Kreativitätstechniken, Kommunikationstraining

C.2: Präsentationstechnik (1,5 ECTS-Anrechnungspunkte)

Ziel

Nach Absolvierung der Lehrveranstaltung sind die TeilnehmerInnen in der Lage professionelle Präsentationen zu konzipieren und durchzuführen.

Voraussetzungen

Bereitschaft zur Arbeit mit und an einem Computer

Inhalt

Gestaltung von Präsentationen mit MS Powerpoint, Photoshop, Rhetorik – Techniken und Methoden

C.3: Argumentationstraining (1 ECTS-Anrechnungspunkt)

Ziel

Die TeilnehmerInnen werden nach Abschluss der Lehrveranstaltung in die Lage versetzt mit den Mitteln der Rhetorik eine zielführende, sachliche und formal korrekte Argumentation von Inhalten und Standpunkten durchzuführen.

Voraussetzungen

Bereitschaft zur aktiven zwischenmenschlichen Kommunikation, Bereitschaft zur Verwendung von Sprache als Kommunikationsmedium

Inhalt

Rhetorik und Argumentation – Techniken und Methoden

C.4: Teamtraining (0,5 ECTS-Anrechnungspunkte)

Ziel

Nach Abschluss der Lehrveranstaltung sind die TeilnehmerInnen in der Lage verschiedene Verhaltensmuster und Dynamiken innerhalb einer Gruppe zu verstehen und zu analysieren.

Voraussetzungen

Bereitschaft zur Interaktion und Kommunikation mit anderen Personen

Inhalt

Das Verhalten im Team, Gruppencoaching, Prinzipien und Aspekte der Führung von Personen

Modul D: Medien

D.1: Massenmedien (5,5 ECTS-Anrechnungspunkte)

Ziel

Nach Absolvierung der Lehrveranstaltung haben die TeilnehmerInnen ein Grundlagenwissen über klassische Medien, aber auch Neue Medien. Sie kennen die Arbeitsmethoden von Massenmedien und können Medienaktivitäten selbst durchführen.

Voraussetzungen

Grundlegendes Allgemeinwissen, Interesse an Medien und deren Arbeit

Inhalt

Massenmedien und Massenkommunikation, Einführung in klassische Medien und Neue Medien, Journalistisches Schreiben, Mediaplanung, Medienpädagogik, Online-Marketing

**D.2: Personal Media
(1,5 ECTS-Anrechnungspunkte)**

Ziel

Nach dem Besuch der Lehrveranstaltung sind die TeilnehmerInnen in der Lage die Grundlagen von Personal Media und Individualkommunikation zu verstehen und anzuwenden.

Voraussetzungen

Grundlegendes Interesse an Medien und Kommunikation

Inhalt

Medienwirkung, Medienethik, Anwendungsbereichen und Grenzen der Möglichkeiten