

Amtliches Mitteilungsblatt

Nr. 06/01

Inhalt

Seite 111

Änderung der Studienordnung
für den Studiengang **Wirtschaftskommunikation**
im Fachbereich **Wirtschaftswissenschaften II**

**Fachhochschule
für Technik
und Wirtschaft
Berlin**

Herausgeber: Die Hochschulleitung
der FHTW Berlin
Treskowallee 8
10318 Berlin

Redaktion: Rechtsstelle
Telefon: 5019-2813
Telefax: 5019-2815

26. März 2001

Fachhochschule für Technik und Wirtschaft Berlin

Änderung der Studienordnung

für den Studiengang

Wirtschaftskommunikation

im Fachbereich 4 Wirtschaftswissenschaften II

Auf Grund von § 17 Nr. 2 der Satzung der Fachhochschule für Technik und Wirtschaft Berlin zu Abweichungen von Bestimmungen des Berliner Hochschulgesetzes (AMBl. FHTW Berlin Nr. 23/98 vom 07. 09. 1998) hat der Fachbereichsrat des Fachbereichs 4 der FHTW Berlin am 08. 11. 2000 gem. § 24 des Gesetzes über die Hochschulen im Land Berlin (Berliner Hochschulgesetz - BerIHG) in der Fassung der Bekanntmachung vom 17. November 1999 (GVBl. S. 630), geändert durch Gesetz vom 31. Mai 2000 (GVBl. S. 342) die folgende Änderung der Studienordnung für den Studiengang Wirtschaftskommunikation vom 03. 09. 1996 beschlossen (AMBl. FHTW Berlin Nr. 48/96).*

I. Geltungsbereich

Diese Änderung der Studienordnung gilt für alle Studierenden des Studiengangs Wirtschaftskommunikation, die ab 1. 4. 1999 in das 4. Fachsemester eintreten.

II. Inhalt der Änderung

1. § 6 Absatz 3 Satz 2 wird ersetzt durch folgenden Satz:

Darin eingeschlossen sind das praktische Studiensemester, das als 5. Studienplansemester durchgeführt wird, und das Diplomprüfungssemester, in dem die Diplomarbeit angefertigt und das Kolloquium durchgeführt werden.

2. Änderung der Anlage zu § 8

Anlage 1, Seite 2 wird durch die Anlage 1, Seite 2 neu gefaßt (siehe Anlage)

III. Inkrafttreten

Diese Ordnung tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung im Amtlichen Mitteilungsblatt der FHTW in Kraft.

* der Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur angezeigt am 26.02.2001

Anlage 1 zur Studienordnung für den Studiengang Wirtschaftskommunikation der FHTW Berlin

STUDIENPLAN

1. Übersicht über die Studienfächer im Grundstudium

Studienfach	Art der Lehrveranstaltung		Stunden / Woche im Semester		
	PWP	V/Ü/S	1.	2.	3.
Kommunikationstheorie I u. II	P	V Ü	2 2	2 2	-
Kommunikationspsychologie I u. II	P	V Ü	-	2 2	4
Kommunikationssoziologie I u. II	P P	V Ü	4 -	- -	2 2
Empirische Markt-und Kommunikationsforschung I u. II	P	V Ü	4	- 4	-
Text	P P	V Ü	- -	2 2	- -
Printmedien	P P	V Ü	2 4	- -	- -
Betriebswirtschaftslehre	P	V	4	-	-
Volkswirtschaftslehre	P P	V Ü	- -	2 2	- -
Marketing/Einführung	P	V	-	4	-
Elektronische Datenverarbeitung I u. II	P P	V Ü	2 2	- -	2 2
Mathematik/Statistik	P P	V Ü	- -	4 2	- -
Rechnungswesen	P P	V Ü	2 2	- -	- -
Fertigung/Materialwirtschaft	P	V	-	-	2
Investition/Finanzierung	P P	V Ü	- -	- -	4 2
<u>Allgemeinwissenschaftliche Ergänzungsfächer:</u>					
Allg. WP-Fächer	WP	Ü	-	-	2+2
Fremdsprache	WP	Ü		2	4
Gesamtsumme:			30	32	28

P = Pflichtfach V = Vorlesung S = Seminar
 WP = Wahlpflichtfach Ü = Übung

2. Übersicht über die Studienfächer im Hauptstudium

Studienfach	Art der Lehrveranstaltung		Stunden / Woche im Semester				
	P/WP	V/Ü/S	4.	5.	6.	7.	8.
Instrumente der Wirtschafts-Kommunikation	P	V	4		-	-	-
Strategien der Wirtschafts-Kommunikation I u. II	P	V	-	P	4	-	D
Prozesse der Wirtschafts-kommunikation I u. II	P	V	-	R	-	2	I
Design-Management	P	V	4	A	2	2	P
Projektstudium	WP		4	K	-	-	L
AV-Medien	P	V	-	T	-	-	O
Marketing I u. II	P	V	-	I	-	2	M
Recht I u. II	P	V	4	S	4	4	P
			-	T	4	4	R
				E			S
<u>Allgemeinwissenschaftliche</u>				S			E
<u>Ergänzungsfächer:</u>				T			M
Allgemeinwiss. WP-Fächer	WP	Ü		E		2+2	S
Fremdsprache	WP	Ü	2	T	4	-	E
				R			R
<u>Praktikumsbegleitende Lehrver-</u>							
<u>anstaltungen:</u>							
Planspiel/Berufspraxis	P	Ü		4			
Auswertung v. Erf. am AP	P	Ü		2			
Diplomandenseminar	P	Ü				2	
Gesamtsumme:			18	6	24	22	-

P = Pflichtfach V = Vorlesung S = Seminar
 WP = Wahlpflichtfach Ü = Übung

Anlage 2 zur Studienordnung für den Studiengang Wirtschaftskommunikation der FHTW Berlin

Richtlinien für die inhaltliche Gestaltung der praktischen Ausbildung im Rahmen des praktischen Studiensemesters/Praktikums

1. Ausbildungsbereiche und -inhalte

Das Praktikum soll in Industrie- oder Dienstleistungsunternehmen oder in Werbe-, PR- und Medienagenturen absolviert werden. Auch Redaktionen von Presse, Rundfunk und Fernsehen kommen in Frage. In bestimmten Fällen ist es auch möglich, das Praktikum in Designbüros durchzuführen.

Als Arbeitsbereiche, die für die Tätigkeit von Studierenden im Rahmen des Praktikums geeignet sind, gelten die Abteilungen

- Marketing
- Werbung
- Media
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Design-Management
- Programm-Redaktion
- Grafik

Studierende sollen dabei vorzugsweise zur Mitarbeit in ein betriebliches Projekt integriert werden.

Die Ausbildungsinhalte ergeben sich weitgehend durch die Aufgaben der verschiedenen Bereiche der Ausbildungsstellen und die Möglichkeiten der Ausbildungsstellen. Die fachlichen Neigungen der einzelnen Studierenden innerhalb seines Studienganges sollen bei der Auswahl der Ausbildungsinhalte berücksichtigt werden.

2. Spezieller Ausbildungsplan

Der Ausbildungsplan für den einzelnen Praxisplatz soll vorsehen, daß der Studierenden

- an der Lösung klar beschriebener Aufgaben oder Teilaufgaben unter Anleitung beteiligt wird, wobei das vom Studierenden im bisherigen Studium erworbene Wissen angemessen zu berücksichtigen ist,
- in der Regel zwei verschiedene Arbeitsbereiche kennenlernt,
- in jedem Arbeitsbereich mindestens sechs Wochen tätig ist und
- eine Erläuterung über die Einordnung seines jeweiligen Arbeitsbereiches in den gesamten Betriebsablauf erhält.

