

11/07

11. April 2007

Amtliches Mitteilungsblatt

Seite

**Korrektur zum Amtlichen
Mitteilungsblatt Nr. 10/07**

Anlage 3 und 4 der Studienordnung für den
Bachelorstudiengang Wirtschaftskommunikation
im Fachbereich Wirtschaftswissenschaften II 243

fhtw.

**Fachhochschule für Technik
und Wirtschaft Berlin**

University of Applied Sciences

Herausgeber

Die Hochschulleitung der FHTW Berlin
Treskowallee 8
10318 Berlin

Redaktion

Rechtsstelle
Tel. +49 30 5019-2813
Fax +49 30 5019-2815

 Anlage 3 zur Studienordnung für den Bachelorstudiengang Wirtschaftskommunikation

Studienplanübersicht über die Module

Module Bachelor Wirtschaftskommunikation			1. Semester			2. Semester			3. Semester		
		Art	Form	SWS	LP	Form	SWS	LP	Form	SWS	LP
B1	Instrumente der Wirtschaftskommunikation	P	SU	4	5						
B2	Text und Rhetorik	P	SU/Ü	2/2	5						
B3	Einführung in die Wirtschaftswissenschaften	P	SU	6	6						
B4	Einführung in die Wirtschaftskommunikation	P	SU/Ü	2/2	5						
B5	Kommunikationssoziologie	P	SU	4	5						
B6	Fremdsprache 1	WP	Ü	2	2						
B7	AWE I	WP	SU	2	2						
B8	Marketing Grundlagen	P				SU/Ü	2/2	5			
B9	Print: Erstellung und Produktion	P				SU/Ü	2/2	5			
B10	Integrative Kommunikationstheorie	P				SU	4	6			
B11	Medienökonomie und Medienmanagement	P				SU/Ü	2/2	5			
B12	Projektstudium 1	WP				Ü	2	5			
B13	Fremdsprache 2	WP				Ü	2	2			
B14	AWE II	WP				SU	2	2			
B15	Marketing Vertiefung	P							SU	4	5
B16	Multimedia: Technik und Gestaltung	P							SU/Ü	2/2	5
B17	Projektstudium 2	WP							Ü	4	6
B18	Fremdsprache 3	WP							Ü	4	4
B19	Entwicklungsgeschichte der Wirtschaftskommunikation	P							SU	4	5
B20	Planung, Budgetierung, Controlling	P							SU	4	5
	Summe SWS und LP			20/6	30		12/10	30		14/10	30

Erläuterungen:

SWS = Semesterwochenstunden

LP = Leistungspunkte (ECTS)

AWE = Allgemeinwissenschaftliches Ergänzungsfach

Form der Lehrveranstaltung:

SU = Seminaristischer Unterricht

Ü = Übung

Art des Moduls:

P = Pflichtfach

WP = Wahlpflichtfach

 Anlage 3 zur Studienordnung für den Bachelorstudiengang Wirtschaftskommunikation

Module Bachelor Wirtschaftskommunikation			4. Semester			5. Semester			6. Semester		
		Art	Form	SWS	LP	Form	SWS	LP	Form	SWS	LP
B21	Empirische Markt - und Kommunikationsforschung	P	SU/Ü	2/2	6						
B22	Kommunikationspsychologie	P	SU	4	5						
B23	Unternehmensführung und Kommunikation	P	SU/Ü	2/2	5						
B24	Projektstudium 3	WP	Ü	2	5						
B25	Fachpraktikum	P			9			11			
B26	Praktikumsreflexion mit Präsentationstraining	P				Ü	4	5			
B27	Bachelorarbeit	P						12			
B28	Bachelorseminar/Kolloquium	P				SU	1	2			1
B29	Designmanagement	P							SU	4	5
B30	PR und Kommunikationsmanagement	P							SU	4	5
B31	Wirtschafts-, Medien- und Vertragsrecht	P							SU	4	5
B32	Kreativität und Innovation	P							Ü	2	4
B33	Strategien der Wirtschaftskommunikation	P							SU	4	5
B34	Projektstudium 4	WP							Ü	2	5
	Summe SWS und LP			8/6	30		1/4	30		16/4	30
	Summe Bachelorstudium									71/40	180

Anmerkung:

Ein Leistungspunkt steht für eine studentische Lernzeit (Workload) von 30 Stunden à 60 Minuten.

Der Bearbeitungszeitraum für die Bachelorarbeit ist einschließlich der Module B26 und B28 vom Beginn der 9. bis zum Ende der 22. Woche (Abgabetermin) des 5. Studienplansemesters vorgesehen. Die Workload der Bachelorarbeit beträgt 12·30 Stunden = 360 Stunden.

Anlage 4 zur Studienordnung für den Bachelorstudiengang Wirtschaftskommunikation

**Richtlinien für die Praxisphase
im Bachelorstudiengang Wirtschaftskommunikation****§ 1 Ausbildungsbereiche und -inhalte**

(1) Das Fachpraktikum ist Pflichtbestandteil des Studiums und findet studienbegleitend im 4. und 5. Semester statt. Es soll in Industrie- oder Dienstleistungsunternehmen, Verbänden, Non-Profit-Organisationen, Werbe-, PR- oder Medienagenturen absolviert werden. Auch Redaktionen von Presse, Rundfunk und Fernsehen kommen als Ausbildungsstellen in Frage, ebenso Verlage, Druckhäuser oder Designbüros. Als Arbeitsbereiche, die für die Tätigkeit von Studierenden im Rahmen des Praktikums geeignet sind, gelten in der Regel die Abteilungen

- Marketing
- Werbung
- Media
- PR und Kommunikationsmanagement
- interne und externe Unternehmenskommunikation
- Design Management
- Management/Stabsabteilung
- Markt- und Meinungsforschung
- Programm/Redaktion
- Grafik

(2) Die gewählte Ausbildungsstelle und die Arbeitsbereiche sind vor Antritt des Fachpraktikums mit der betreuenden Lehrkraft der Hochschule abzustimmen und auf ihre Eignung im Einzelfall zu prüfen. Die Studierenden sollen im Fachpraktikum zur Mitarbeit in definierte betriebliche Projekte integriert werden, die sowohl professionelle Betreuung als auch anspruchsvolle Tätigkeiten während der Praxisphase sicherstellen.

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

§ 2 Dauer und Durchführung des Fachpraktikums

(2) Das Fachpraktikum hat einen Umfang von 15 Wochen. Laut Studienplan ist die Durchführung des Fachpraktikums zusammenhängend vom Beginn der 20. Woche des 4. Studienplansemesters bis zum Ende der 8. Woche des 5. Studienplansemesters vorgesehen.

(3) Das Fachpraktikum kann auch in bis zu drei Einheiten von jeweils 5 Wochen Mindestdauer unterteilt werden. Studienbegleitende Tätigkeiten in der Wirtschaftskommunikation, die vor dem 5. Fachsemester erbracht wurden, können auf Antrag als Praktikumszeit angerechnet werden, sofern die inhaltlichen und formalen Anforderungen an das Fachpraktikum erfüllt sind.

(4) Bei der Anmeldung des Fachpraktikums sollte ein Ausbildungsplan vorgelegt werden, der im Anmeldeformular und/oder Praktikumsvertrag die Einsatzbereiche während der Praktikumszeit definiert. Der Ausbildungsplan für den einzelnen Praxisplatz soll vorsehen, dass der oder die Studierende

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

§ 3 Zulassung, Betreuung und Nachweise

(1) Bei der Vorbereitung, Durchführung und Auswertung des Fachpraktikums werden die Studierenden durch eine hauptamtliche Lehrkraft des Studienganges Wirtschaftskommunikation betreut. Diese wird durch den Prüfungsausschuss Wirtschaftskommunikation bestellt. Das Fachpraktikum ist von der betreuenden Lehrkraft zu genehmigen. Dafür ist die schriftliche Anmeldung und der Praktikumsvertrag vorzulegen. Die betreuende Lehrkraft steht für Abstimmungen und Probleme während der Praxisphase zur Verfügung. Sie ist über einen eventuellen Abbruch des Fachpraktikums zu unterrichten.

(2) Die Betreuung während des Fachpraktikums wird über persönlichen Kontakt, durch E-Mail, Telefon oder soweit möglich durch persönliche Besuche am Praktikumsplatz realisiert. Für die Auswertung und Abrechnung des durchgeführten Fachpraktikums sind folgende schriftliche Nachweise erforderlich, die der Betreuungsperson zur Prüfung und Abzeichnung vorzulegen sind:

- ein von der Ausbildungsstelle und dem/der Studierenden ausgefülltes Abrechnungsformular
- ein Zeugnis des Praktikumsbetriebes über die erfolgreiche Durchführung des Fachpraktikums
- ein Praktikumsbericht, der ca. 5 Seiten umfasst und zu folgenden Aspekten Auskunft gibt:
 - Akquisition des Praktikumsplatzes
 - zeitlicher Ablauf des Fachpraktikums
 - Kurzbeschreibung der Organisation
 - Tätigkeitsbereich, Praxisaufgaben und Umsetzung
 - Beziehung des Fachpraktikums zum Studium
 - Gesamtbewertung des Fachpraktikums.

(3) Der Bericht über das Fachpraktikum wird undifferenziert von der jeweils betreuenden Lehrkraft des Studienganges bewertet.