

Unternehmenskommunikation und Rhetorik/ Business Communication and Rhetoric

Studienfachskizze

Verantwortliche Fakultät
Rechtswissenschaftliche Fakultät

Verantwortliche Fachrichtung
Rechtswissenschaften

Abschlussgrad
Master of Arts

Regelstudienzeit
5 Semester

Ggf. wählbare Vertiefungsrichtungen	Keine wählbaren Vertiefungsrichtungen
Einrichtung	WS 2016/17
Abschlussart <small>(z.B. Bachelor, Master, Staatsexamen, ggf. Doppelabschluss)</small>	Master
Profil <small>(nur Master: stärker forschungsorientiert / stärker anwendungsorientiert; ggf. Aufbaustudiengang)</small>	stärker anwendungsorientiert (Weiterbildungsmaster)
Studienfachart <small>(z.B. Kernbereich, erweitertes Hauptfach, Hauptfach, Nebenfach, Ergänzungsfach)</small>	Kernbereich
Ggf. Kooperation(en) mit anderen Hochschulen	Universität Koblenz-Landau

Lernziele (Diploma Supplement)
<p>Absolvent:innen des Studiengangs haben sich angeeignet:</p> <ul style="list-style-type: none"> — ein breites Wissen um Kommunikationsprozesse jeder Art innerhalb von und zwischen Institutionen und Organisationen, in der medialen Öffentlichkeit, national und international, in wirtschaftlichen, politischen und kulturellen Dimensionen — die Fähigkeit, solche Prozesse zu analysieren, kritisch zu bewerten und Konzepte für ihre Gestaltung zu entwickeln — die Fähigkeit, in solchen Prozessen selbst kommunikativ zu intervenieren oder solche Interventionen zu planen und zu implementieren — die Fähigkeit, Strategien für persuasives Handeln in Organisationen und Unternehmen zu entwickeln

Kompetenzprofil der Absolvent*innen des Studienfachs

M.A. Unternehmenskommunikation und Rhetorik/ Business Communication and Rhetoric

Die Absolvent*innen der UdS zeichnen sich durch ein individuelles Kompetenzprofil aus, bei dem – je nach Schwerpunktsetzung des gewählten Studiengangs – die Bereiche der Interdisziplinarität, der Internationalität sowie der Forschungs- bzw. Praxisorientierung im Vordergrund stehen. Zudem fördert ein Studium an der UdS nachhaltig die Befähigung zum zivilgesellschaftlichen Engagement sowie die Persönlichkeitsentwicklung der Absolvent*innen.

Die Relevanz der einzelnen Kompetenzbereiche für das spezifische Profil der Absolvent*innen dieses Studienfachs wird im Folgenden dargelegt:

Kompetenzbereiche, orientiert an den Qualifikationszielen der UdS <small>(Relevanz des Bereichs für das Kompetenzprofil dieses Studienfachs: W/M/S)¹</small>	Merkmale des Studienfachs, die zu den einzelnen Kompetenzen beitragen
Forschungsorientierung W	Die Forschungsorientierung ist durch den Einbezug aktueller Forschungsergebnisse in die Ausbildungsinhalte sichergestellt. Da es sich um ein Weiterbildungsstudium handelt, steht die Anwendungsorientierung im Vordergrund.
Interdisziplinarität S	Die jeweiligen Module greifen Themen und Erkenntnisse aus sozial-, wirtschafts-, rechts-, medien-, geistes- und kulturwissenschaftlich Bereichen auf. Insofern handelt es sich um einen multidisziplinären Blick.
Internationale Orientierung M	Die internationale Orientierung wird dezidiert im Modul 'interkulturelle Kommunikation', aufgegriffen und in den weiteren Modulen jeweils dort angesprochen, wo internationale Bezüge von Bedeutung sind. Auslandsaufenthalte sind nicht vorgesehen.
Individuelles Qualifikationsprofil W	Im Studium selbst sind keine individuellen Spezialisierungen in Form von Wahlmodulen vorgesehen. In Kombination mit der vorgängigen Berufserfahrung entstehen aber als Ergebnisse des Studiums neue Spezialisierungsperspektiven.
Praxisorientierung S	Sie ist die zentrale Zielsetzung des Studiums: wissenschaftsbasierte Praxisbewältigung bei allen Kommunikationsthemen sowohl in Hinblick auf interne als auch externe Bereiche und immer orientiert an den Folgen des gesellschaftlichen Wandels, wie er z.B. durch Prozesse der Virtualisierung hervorgerufen wird. Externe Abschlussarbeiten sind möglich.
Verantwortung S	Nicht nur bei den Fern-Lehrmaterialien für das angeleitete Selbststudium ist bei diesem Weiterbildungsstudium die Eigenverantwortung der Teilnehmer gefragt. Bei den Inhalten spielt in allen Modulen Kommunikations-, Wirtschafts- und politische Ethik eine zentrale Rolle.

¹ Siehe Orientierungsrahmen

<p>Berufsfelder</p>	<p>Der Studiengang qualifiziert für alle Berufe, in denen Kommunikation im Mittelpunkt des Handelns steht. Das gilt beispielsweise für die Unternehmenskommunikation, die Presse- oder Öffentlichkeitsarbeit, die Werbung, den Einsatz und die Gestaltung von Medien, die PR- und Pressearbeit sowie Teilbereiche des Marketings oder die Mitarbeit in Kommunikationsagenturen. Berufsfelder im engeren Sinne sind die Mitarbeit in Kommunikationsabteilungen von Unternehmen und Verbänden, aber auch Sektoren der Wissenschaftskommunikation. Der Studiengang qualifiziert aber auch jede Führungskraft für die Bearbeitung der internen und externen Kommunikation. Er schult im Umgang mit den verschiedensten Medien, mit Kunden, Lieferanten und der Öffentlichkeit.</p>
<p>Einbezug externer Expertise <small>(z.B. Orientierung an Fachstandards, Stellungnahmen, Vertreter*innen aus der Berufspraxis etc.)</small></p>	<p>Wird nachgereicht</p>
<p>Einordnung in die UdS-Strukturplanung <small>(Universitäts-, Fakultäts-, Fachrichtungsebene)</small></p>	<p>Der Studiengang steht im Einklang mit den aktuellen „Empfehlungen zu hochschulischer Weiterbildung als Teil des lebenslangen Lernens“ des Wissenschaftsrates vom 25.01.2019 (Drs. 7517-19) und dem gesamtgesellschaftlichen Bedürfnis nach einer stärkeren Öffnung der deutschen Hochschulen auch für bildungsferne Schichten. Der Studiengang ist Anwendungsbeispiel für die „Digitalstrategie für das Saarland im Bereich Bildung“ ebenso wie für die „Digitalisierungsstrategie der Universität des Saarlandes“. Schließlich steht der Studiengang exemplarisch für das Weiterbildungsprofil der Fakultät R, die juristische Weiterbildung in der Zukunft qualitativ und quantitativ nachhaltig „auf Universitätsniveau“ auszubauen.</p>
<p>Standort in der deutschen / internationalen Studienlandschaft</p>	<p>Der Studiengang vereint folgende Vorteile:</p> <ul style="list-style-type: none"> — Fernstudium, das ortsunabhängig neben dem Beruf möglich ist (Teilzeitstudium) — Blended Learning-Format mit geringem Anteil von Präsenzveranstaltungen (keine umfangreichen Blockveranstaltungen an vielen Wochenenden oder über mehrere Wochen) — Das Studium grenzt sich gegenüber Ausbildungen zum Sprecherzieher und auch Angeboten zur Kommunikationspsychologie ab. Die Konzentration auf die Kommunikation im Unternehmen – einschließlich des Blicks auf rhetorische Prozesse – ist insofern ein Alleinstellungsmerkmal des Studiums. Gleichwohl gibt es Mitbewerber wie etwa die ACCADIS Hochschule, oder die Hochschule Neu-Ulm. Bei den Angeboten handelt es sich um grundständige Studiengänge. — Relativ geringe Kosten (ca. 6.000 Euro) <p>Akkreditierter Studiengang einer staatlichen Universität</p>
<p>Weitere Besonderheiten <small>(z.B. Gebührenpflicht für Aufbaustudiengänge)</small></p>	<p>Gebührenpflichtiges Weiterbildungsstudium</p>

Anlage: Orientierungsrahmen für Merkmale zur Beschreibung des Kompetenzprofils eines Studienfachs

Kompetenzbereiche	Relevanz für das Kompetenzprofil des jeweiligen Studienfachs		
	WENIG (W)	MITTEL (M)	STARK (S)
Forschungs-orientierung	Einbezug aktueller Forschungsergebnisse in die Lehre oder Angebot forschungsbezogener Veranstaltungsformate		hoher Anteil verpflichtender Forschungspraktika bzw. forschungsbezogener Veranstaltungsformate Fast-Track-Angebote
Interdisziplinarität	Einzelne Module in Kooperation mit anderen Fächern	Möglichkeit bzw. Verpflichtung zur Fachwahl anderer Disziplinen (in geringem bis hohem CP-Umfang)	interdisziplinäres Fach
Internationale Orientierung	hoher Anteil an Austausch-Studierenden (Incomings) Auslandsaufenthalt empfohlen vereinzelt fremdsprachige Lehrveranstaltungen	Mobilitätsfenster (mit unterschiedlich stark ausgeprägter Strukturierung wie z.B. Äquivalenzlisten oder feste Kooperationspartner) Häufige Verwendung fremdsprachiger Lehr- und Lernmaterialien	Zielgruppe primär internationale Studierende Doppelabschluss / Joint Degree oder ausländischer Abschluss komplett fremdsprachiger Studiengang

