



**HOCHSCHULE OSNABRÜCK**

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Fakultät Management, Kultur und Technik

**1. Änderung der Studienordnung  
für den berufsbegleitenden weiterbildenden Masterstudiengang  
Corporate Communications**

Beschlossen vom Fakultätsrat der Fakultät Management, Kultur und Technik am 06.11.2019, genehmigt vom Präsidium am 05.12.2019, veröffentlicht am 09.12.2019

**§ 1 Geltungsbereich**

Mit dieser Ordnung wird die Studienordnung für den berufsbegleitenden weiterbildenden Masterstudiengang Corporate Communications in der Fassung vom 13.06.2017 geändert.

**§ 2 Änderungen**

In Anlage 2 werden folgende Änderungen vorgenommen:

- Bei den Modulen „Organisationskommunikation und Unternehmensführung“, „Methodenlehre zur Analyse von Führung und Organisation“, „Strategisches Planen und Gestalten“, „Unternehmenskommunikation“, „Mediencoaching“, „Interne Kommunikation“, „Personal- und Organisationsentwicklung“, „Managementtools“, „Führung in der digitalen Wirtschaft“, „Risiko- und Krisenkommunikation“ sowie „Brand Management“ werden die benoteten Prüfungsleistungen „HA“, „PR“ sowie „M“ gestrichen.
- Bei den Modulen „Organisationskommunikation und Unternehmensführung“, „Methodenlehre zur Analyse von Führung und Organisation“, „Strategisches Planen und Gestalten“, „Unternehmenskommunikation“, „Mediencoaching“, „Interne Kommunikation“, „Personal- und Organisationsentwicklung“, „Managementtools“, „Führung in der digitalen Wirtschaft“, „Risiko- und Krisenkommunikation“ sowie „Brand Management“ wird die unbenotete Prüfungsleistung „APS“ gestrichen.

**§ 3 Inkrafttreten**

Diese Ordnung tritt am Tag nach ihrer Veröffentlichung im Amtsblatt der Hochschule Osnabrück in Kraft.



**HOCHSCHULE OSNABRÜCK**

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Fakultät Management, Kultur und Technik

**Studienordnung  
für den berufsbegleitenden weiterbildenden Masterstudiengang  
Corporate Communications**

Neubekanntmachung

mit 1. Änderungsordnung, veröffentlicht am 09.12.2019

**§ 1 Verweis auf weitere Regelungen**

Mit dieser Studienordnung sind weitere Ordnungen zu beachten:

- Allgemeiner Teil der Prüfungsordnung der Hochschule Osnabrück,
- Besonderer Teil der Prüfungsordnung für den berufsbegleitenden weiterbildenden Masterstudiengang Corporate Communications.

Die gültigen Fassungen der Ordnungen und weitere aktuelle Hinweise zur Studienorganisation sind im Internet auf der Homepage unter den Rubriken „Studium“ und „Lehre“ abgelegt. Dies sind unter anderem:

- Jährliches Lehrangebot,
- Semesterzeitplan mit wichtigen Terminen zum Studium.

Eine ausführliche Beschreibung der Module ist im Modulplanungssystem (MOPPS) auf der Homepage der Fakultät abgelegt.

**§ 2 Art und Umfang der Prüfungen**

Die Anzahl und die Arten der Prüfungsleistungen je Semester sowie die Prüfungsanforderungen sind in der Anlage 2 festgelegt.

**§ 3 Inkrafttreten**

Diese Ordnung tritt am Tag nach ihrer Veröffentlichung im Amtsblatt der Hochschule Osnabrück in Kraft.



**HOCHSCHULE OSNABRÜCK**  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Fakultät Management, Kultur und Technik

**Anlagen zur Studienordnung  
für den berufsbegleitenden weiterbildenden Masterstudiengang  
Corporate Communications**

**Anlage 1:**

Curriculum des berufsbegleitenden weiterbildenden Masterstudiengangs Corporate Communications

Verpflichtungsgrad und Leistungspunkte der Module je Semester im berufsbegleitenden weiterbildenden Masterstudiengang Corporate Communications

**Anlage 2:**

Studienverlaufsplan – Berufsbegleitender weiterbildenden Masterstudiengang Corporate Communications

**Anlage 1: Curriculum des berufsbegleitenden weiterbildenden Masterstudiengangs Corporate Communications**

Semester	5	10	15	20	25	CP
5	<b>Masterarbeit und Kolloquium</b>					
4	<b>Führung in der digitalen Wirtschaft</b>		<b>Brand Management</b>	<b>Risiko- und Krisenkommunikation</b>	Praxisorientierte Projektarbeit/Berufspraxis Je Semester 5 cp (Semester 1-4)	
3	<b>Interne Kommunikation</b>	<b>Personal- und Organisationsentwicklung</b>		<b>Managementtools</b>		
2	<b>Strategisches Planen und Gestalten</b>		<b>Unternehmenskommunikation</b>	<b>Mediencoaching</b>		
1	<b>Organisationskommunikation und Unternehmensführung</b>		<b>Methodenlehre zur Analyse von Führung und Organisation</b>			

Abb. 1: Curriculum des Studienprogramms Corporate Communications

**Verpflichtungsgrad und Leistungspunkte der Module je Semester im berufsbegleitenden weiterbildenden Masterstudiengang Corporate Communications**

Semester	Anzahl Module	Pflicht	Wahlpflicht	Leistungspunkte
1	2	2	0	20+5
2	3	3	0	20+5
3	3	3	0	20+5
4	3	3	0	20+5
5	1	1	0	20
Summe				120

## Anlage 2: Studienverlaufsplan – Berufsbegleitender weiterbildender Masterstudien- gang Corporate Communications

Modul	Semester					Leistungs- punkte	Prüfungsart	
	1.	2.	3.	4.	5.		PL	Unben. PL
Organisationskommunikation und Unternehmensführung	X					10	R/PSC	
Methodenlehre zur Analyse von Führung und Organisation	X					10	R/PSC	
Praxisorientierte Projektarbeit 1/ Berufspraxis	X					5		PSC
Strategisches Planen und Gestalten		X				10	R/PSC	
Unternehmenskommunikation		X				5	R/PSC	
Mediencoaching		X				5	R/PSC	
Praxisorientierte Projektarbeit 2/ Berufspraxis		X				5		PSC
Interne Kommunikation			X			5	R/PSC	
Personal- und Organisationsentwicklung			X			10	R/PSC	
Managementtools			X			5	R/PSC	
Praxisorientierte Projektarbeit 3/ Berufspraxis			X			5		PSC
Führung in der digitalen Wirtschaft				X		10	R/PSC	
Risiko- und Krisenkommunikation				X		5	R/PSC	
Brand Management				X		5	R/PSC	
Praxisorientierte Projektarbeit 4/ Berufspraxis				X		5		PSC
Masterarbeit und Kolloquium					X	20	SAA/KQ	
<b>Gesamt</b>						<b>120</b>		

### Erklärung:

PL Prüfungsleistung (benotet)  
Unben. PL unbenotete Prüfungsleistung

KQ Colloquium  
PSC schriftlicher Projektbericht  
R Referat  
SAA Studienabschlussarbeit