

STPO-PRDM STUDIEN- UND PRÜFUNGSORDNUNG – M. A. PUBLIC RELATIONS UND DIGITALES MARKETING

Studien- und Prüfungsordnung für den mit dem Grad eines *MASTER OF ARTS* (MA)
abzuschließenden Studiengang

M. A. Public Relations und Digitales Marketing

der

MU – MEDIA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Stand: 2024-06-08

Inhaltsverzeichnis

I Präambel	3
II Allgemeines	3
§ 1 Geltungsbereich und Inhalt	3
§ 2 Zugangsvoraussetzungen	3
III Studienleistungen	4
§ 3 Studienzeit und Studienformen	4
§ 4 ECTS-Studienleistungen	4
§ 5 [Praktikum – entfällt]	5
IV Schlussbestimmung	5
§ 6 Inkrafttreten	5

I Präambel

- 1) Auf Grundlage des *Berliner Hochschulgesetzes* (BerlHG) in der Fassung vom 26. Juli 2011 (GVBl. 378 ff.), zuletzt geändert durch Artikel 1 des Gesetzes vom 14. September 2021 (GVBl. S. 1039), und der *Rahmenstudien- und -prüfungsordnung* (RStPO-Master) der *MU – Media University of Applied Sciences* für Studiengänge, die mit dem Grad eines *Master of Arts* (M. A.) oder eines *Master of Science* (M. Sc.) abschließen, erlässt die HMKW die folgende *Studien- und Prüfungsordnung* für den Master-Studiengang *Public Relations und Digitales Marketing* (StPO-PRDM).
- 2) Die Nummerierung der Paragraphen dieser Ordnung erfolgt parallel zur Nummerierung der Paragraphen der *Studien- und Prüfungsordnung* (StPO-Bachelor) für Studiengänge, die mit dem Grad eines *Bachelor of Arts* (B. A.) bzw. eines *Bachelor of Science* (B. Sc.) abschließen, um Querverweise leichter nachvollziehbar zu halten und die Vergleichbarkeit zu erleichtern.

II Allgemeines

§ 1 Geltungsbereich und Inhalt

- 1) Die hier vorgelegte *Studien- und Prüfungsordnung* regelt gemäß § 1 Abs. 3 RStPO-Master die Inhalte, die Gewichtung (in Form von ECTS Credit Points) und den Verlauf der modularen Studienabschnitte sowie die prüfungsrelevanten Bestimmungen und Verfahren des Studiengangs *Public Relations und Digitales Marketing*, der zum akademischen Grad des 'Master of Arts' führt (MA-PRDM).
- 2) Die vorliegende *Studien- und Prüfungsordnung* wird ergänzt durch das studiengangsspezifische Curriculum, das Folgendes umfasst:
 - Modul-, Zeit-, Studien-/Prüfungsverlaufspläne
 - eine curriculare Skizze zum inhaltlichen und methodischen Aufbau des Studiengangs
 - ein Modulhandbuch mit Erläuterungen zu formalen Aspekten und Inhalten der Module
- 3) Sofern diese studiengangsspezifische *Studien- und Prüfungsordnung* keine eigene Regelung enthält, gelten die entsprechenden Regelungen der *Rahmenstudien- und -prüfungsordnung* für Master-Studiengänge der HMKW.

§ 2 Zugangsvoraussetzungen

- 1) Ergänzend zu § 1 ZgS-Master gilt folgende Eingrenzung der Gruppe grundständiger Studiengänge, deren erfolgreicher Abschluss gemäß dem erweitert konsekutiven Profil des Masterstudiums *Public Relations und Digitales Marketing* an der HMKW eine notwendige Voraussetzung für die Zulassung zu diesem Studiengang darstellt. Für die Zulassung in diesem Studiengang muss ein berufsqualifizierender grundständiger Abschluss (Bachelor, Diplom, Magister, Staatsexamen einer Fachhochschule, Akademie oder Universität)
 - entweder in einem journalistisch/publizistischen bzw. medien-/kommunikationsorientierten
 - oder in einem wirtschafts- bzw. management-orientiertenStudiengang nachgewiesen werden.

- 2) Der Master-Studiengang *Public Relations und Digitales Marketing* zeichnet sich durch die hohe Bedeutung aus, die er der Vermittlung qualitativer und quantitativer methodischer Kompetenzen zumisst. Deshalb sind im Rahmen seines Auswahlverfahrens u. a. die grundlegenden methodischen Vorkenntnisse und Fertigkeiten der Bewerber:innen zur Anwendung von Verfahren der empirischen Sozialforschung zu prüfen. Alle Bewerber:innen, die vor Studienbeginn den Stand, der im Wahlpflichtmodul „Wp8 Empirische Sozialforschung“ vermittelt wird, nicht bereits erreicht haben, müssen sich verpflichten, wenn sie in den Studiengang aufgenommen werden, in dessen ersten Semester dieses Wahlpflichtmodul zu belegen, um die für einen erfolgreichen Studienabschluss des MA-PRDM erforderlichen empirisch-methodologischen Grundlagen zu sichern.
- 3) Ein Studium im Bereich Public Relations stellt zudem besonders hohe Anforderungen an die Sprachkompetenz. Ergänzend zu § 1 Abs. 4 ZgS-Master müssen daher Bewerber:innen, die Deutsch als Fremdsprache erlernt haben, für die Zulassung zu dem Masterstudiengang *Public Relations und Digitales Marketing* einen autorisierten Nachweis über ihre Deutsch-Kenntnisse erbringen, die mindestens das C1-Kompetenzniveau gemäß dem Europäischen Referenzrahmen (CEFR, nachweisbar per TOEFL-, IELTS-, Cambridge CAE/ CPE- und vergleichbaren Zertifikaten) erreichen müssen.
- 4) Eine analoge Voraussetzung gilt für englischsprachige Module dieses Studiengangs als Ergänzung zu § 1 Abs. 5 ZgS-Master: Hier muss ein autorisierter Nachweis über die Beherrschung der englischen Sprache, die ebenfalls mindestens das CEFR-Level C1 erreicht, erbracht werden.

III Studienleistungen

§ 3 Studienzzeit und Studienformen

- 1) Die Regelstudienzeit des MA-Studiengangs *Public Relations und Digitales Marketing* beträgt im Vollzeitstudium vier Semester und im Teilzeitstudium sechs Semester, inklusive der Masterarbeit und des abschließenden Prüfungskolloquiums (siehe § 4 Abs. 3 RStPO-Master).
- 2) Die zeitlichen Regelungen zur Verteilung der Module und Teilmodule auf die Semester, die der Zeitplan und der Studienverlaufsplan enthalten, stellen den Regelfall dar. In begründeten Fällen sind Abweichungen von dieser Regelplanung möglich.
- 3) Der MA-Studiengang *Public Relations und Digitales Marketing* kann an allen Standorten der HMWK in einer deutschen und einer englischsprachigen Version durchgeführt werden, abhängig von der Nachfrage. In jedem Fall handelt es sich bei einer englischsprachigen Version nur um eine anderssprachige Variante des gleichen Studiengangs, nicht um einen neuen, eigenständigen Studiengang.

§ 4 ECTS-Studienleistungen

- 1) Der MA-Studiengang *Public Relations und Digitales Marketing* umfasst im Vollzeit- wie im Teilzeitstudium insgesamt Studienleistungen im Umfang von 120 ECTS-Punkten (Credit Points im Rahmen des *European Credit Transfer Systems*, § 5 Abs. 2 RStPO-Master). Darin enthalten sind alle Studienleistungen, die im Rahmen des Verfassens der Masterarbeit und des abschließenden Kolloquiums zu erbringen sind.

- 2) Die Gewichtung der Studienleistungen, die sich in der Zuordnung der Credit Points zu Studienabschnitten (Modulen und Teilmodulen) äußert, ist im Studienverlaufsplan als Teil des Curriculums festgelegt.
- 3) Alle Modul- und Abschlussprüfungen des MA-Studiengangs *Public Relations und Digitales Marketing*, in Vollzeit- oder in Teilzeitform, erfolgen gemäß den entsprechenden prüfungsrelevanten Paragraphen der *Rahmenstudien- und -prüfungsordnung* für Masterstudiengänge der HMKW.
- 4) Die Bestimmungen des § 20 RStPO-Master gelten für den Studiengang *Public Relations und Digitales Marketing* unverändert: Die Regelzeit für das Verfassen der Masterarbeit in diesem Studiengang beträgt vier Monate, die auf maximal sechs Monate verlängert werden können (Abs. 1). Der Umfang der Masterarbeit sollte in der Regel ca. 70 bis 90 Seiten betragen (Abs. 2).

§ 5 [Praktikum – entfällt]

IV Schlussbestimmung

§ 6 Inkrafttreten

- 1) Diese studiengangspezifische *Studien- und -prüfungsordnung* für den Master-Studiengang *Public Relations und Digitales Marketing (M. A.)* ersetzt die vorherige Fassung vom 01. Oktober 2018.
- 2) Sie tritt mit Wirkung vom 01. Oktober 2022 für alle Studierenden dieses Studiengangs, die zu diesem Termin bereits immatrikuliert sind bzw. ab diesem Termin immatrikuliert werden, in Kraft.