

**Studien- und Prüfungsordnung
der Privaten Hochschule für Kommunikation und Gestaltung HfK+G
(staatlich anerkannte Hochschule für angewandte Wissenschaften)**

**Besonderer Teil für den Bachelor-Studiengang Werbung und Marktkommunikation
in dualer Studienform
gültig ab Wintersemester 2015/16**

Vom Gründungssenat in seiner Sitzung am 27.02.2013 beschlossene Ordnung in der vom Gründungssenat am 17.10.2013 und 25.09.2014 und vom Gesamtsenat mit Beschluss vom 15.07.2015 und 27.11.2015 geänderten Fassung.

§ 1 Geltungsbereich

- (1) Für den Bachelor-Studiengang Werbung- und Marktkommunikation gilt der Allgemeine Teil der Prüfungsordnung der Hochschule für Kommunikation und Gestaltung HfK+G.
- (2) Diese Ordnung regelt die weiteren Bestimmungen für den Studiengang Werbung und Marktkommunikation.

§ 2 Ziel des Studiums, Abschlussgrad

- (1) Das Studium zielt darauf ab, den Studierenden durch die Ausbildung an der Hochschule und eine in das Studium integrierte praxisorientierte Ausbildung im Betrieb oder Unternehmen eines Praxispartners unter der Supervision der Hochschule eine Theorie und Praxis eng verbindende Handlungskompetenz zu vermitteln. Die förmliche Umsetzung des Instruments der Lernortverknüpfung ist in einer Praxispartnerordnung der Hochschule geregelt. Durch die Bachelorprüfung wird festgestellt, ob die Kandidaten die fachlichen, methodischen und Schlüsselqualifikationen erworben haben, die für eine qualifizierte und verantwortungsbewusste Berufsausübung im Bereich Werbung und Marktkommunikation erforderlich sind und ob sie diese nach fachwissenschaftlichen und berufsethischen Grundsätzen anwenden können.
- (2) Die Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs Werbung und Marktkommunikation sind befähigt,
 - in kommunikativen, ökonomischen, rechtlichen und sozialen Kategorien zu denken,
 - sich mit theoretischen Ansätzen ihres Faches auseinanderzusetzen, sich selbständig theoretisches Wissen anzueignen, dieses strukturiert darzustellen und eigene Schlussfolgerungen abzuleiten,
 - Methoden und Instrumente der Kommunikation und der Kommunikationstechnik auf die Praxis und neue Sachverhalte anzuwenden und selbständig Lösungen für kommunikative Probleme zu erarbeiten,
 - Werbung und Marktkommunikation als Verknüpfung unterschiedlichster Disziplinen der Kommunikation und ihrer Techniken in allen Branchen von Wirtschaft und Organisationen mit besonderem Schwerpunkt zu begreifen und mittels Medien- und Informationskompetenz zu vertiefen, so dass der öffentlichen Meinungsbildung über Plattformen und Medien aller Art (von klassischen Medien bis hin zu Social Media, unternehmens- bzw. organisationsspezifischen Informations- und Kommunikationssystemen) sachgemäß begegnet wird,

- Verantwortung in Teams zu übernehmen,
 - effektiv zu kommunizieren und kollaborieren, auch in internationalen und kulturübergreifenden Zusammenhängen,
 - eine selbstkritische Haltung einzunehmen und an ihrer Persönlichkeit zu arbeiten, in ihrer Tätigkeit berufsethische Gesichtspunkte zu beachten, den Wert zivilgesellschaftlichen Einsatzes zu erkennen und sich innerhalb und außerhalb von Arbeitszusammenhängen zu engagieren.
- (3) Nach bestandener Bachelorprüfung verleiht die HfK+G den Abschlussgrad „Bachelor of Arts“, abgekürzt „B.A.“.

§ 3 Beginn, Dauer und Gliederung des Studiums

- (1) Das Studium beginnt i.d.R. am 1. Oktober eines jeden Jahres.
- (2) Die Regelstudienzeit beträgt sechs Semester. Die Gesamtarbeitsbelastung beträgt 180 Leistungspunkte (gemäß European Credit Transfer and Accumulation System – ECTS)
- (3) Das Studium umfasst 20 Pflichtmodule, 5 Wahlpflichtmodule, 2 Praxismodule und die Bachelorprüfung. Der Studienplan ist als Anlage 1 Teil dieser Ordnung. Weitere Wahlmöglichkeiten sind den Studierenden durch eigenständige Wahl der Mittel und Projekte / Gestaltungsobjekte innerhalb der Module einzuräumen.
- (4) Die modulbezogenen Regelungen sind Anlage 1 dieser Ordnung zu entnehmen.

§ 4 Modulprüfungen

- (1) Art und Umfang der Modulprüfungen sind im Prüfungsplan in Anlage 1 ausgewiesen.
- (2) Für die Zulassung zum Praxismodul II sind 70 Leistungspunkte erforderlich.

§ 5 Prüfungen der Praxismodule

Die Prüfungsleistungen im Praxismodul I werden von einem oder einer hauptberuflich Lehrenden der Hochschule und einer Vertreterin bzw. einem Vertreter der beruflichen Praxis als Prüfern bewertet.

§ 6 Bachelorprüfung

Thema und Aufgabenstellung der Bachelor-Thesis müssen dem Ziel des Studiums gemäß § 2 entsprechen und in der vorgesehenen Zeit bearbeitbar sein.

§ 7 Inkrafttreten

Diese Ordnung tritt am 27.11.2015 in Kraft.

Stuttgart, den 27.11.2015

Prof. Otto Wolf

-Präsident-

Anlage 1: Studien- und Prüfungsplan

