



# Informationsblatt: Masterstudiengang Internationale Public Relations

## Beschreibung des Studienfachs

Zum Wintersemester 2013/14 ist geplant, am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung (IfKW) einen Masterstudiengang Internationale Public Relations einzurichten. Die Einrichtung des Studiengangs steht noch unter dem Vorbehalt der erforderlichen Beschlüsse der Hochschulgremien sowie der Erteilung des Einvernehmens durch das Bayerische Staatsministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst.

Der Studiengang bereitet Studierende passgenau auf eine Beschäftigung im PR-Berufsfeld vor, das gekennzeichnet ist von vielschichtigen Interessenlagen, hohen externen und internen Erfolgserwartungen und zugleich unzureichend hinterfragten Wirkungsannahmen. Die Studieninhalte umfassen eine zielgenaue Anwendung sozialwissenschaftlicher Forschungsstrategien auf Fragestellungen des PR-Alltags, die Reflexion bestehender Ansätze sowie angenommener Wirkungsmodelle in der Kommunikations- und PR-Branche. Besonderheiten strategischer Kommunikation im internationalen Umfeld werden ebenso diskutiert wie die Übertragbarkeit PR-theoretischen und berufspraktischen Wissens über nationale und kulturelle Kontexte hinaus.

Inhalte und Besonderheiten des Studiengangs:

- Der Studiengang zeichnet sich durch eine starke Verknüpfung von Theorie und Praxis, Internationalisierung und eine sozialwissenschaftliche Forschungsorientierung aus.
- Theoretische Kenntnisse aus der Medien- und Kommunikationswirkungsforschung, aus Publikums- und Organisationsforschung und der Mediensoziologie werden vertieft.
- Verwandte Themenfelder (Interkulturelle Kommunikation, Journalismus, Recht, Ökonomie, Ethik) werden mit einbezogen; dadurch wird das interdisziplinäre, problemorientierte Denken in der Anwendung und Reflexion bestehenden kommunikationswissenschaftlichen Wissens gefördert.
- Zugleich integriert der Studiengang als Querschnittsthema auch Fragen des „Gender Mainstreamings“, die im überdurchschnittlich feminisierten PR-Berufsfeld von zentraler Bedeutung sind.

## Studienaufbau / Module

Das Studium dauert zwei Jahre und beginnt jeweils im Wintersemester. Die einzelnen Semester sind wie folgt aufgebaut (für einen Überblick vgl. nachfolgende Tabelle):

Im ersten Semester werden zwei Pflichtmodule („Internationale Strategische Kommunikation“ [9 ECTS] und „Anwendungs- und Wirkungskontexte der PR“ [6 ECTS], bestehend aus je zwei Veranstaltungen) sowie ein Wahlpflichtmodul besucht. Das Wahlpflichtmodul wird aus einem von folgenden vier Schwerpunkten gewählt: 1. Öffentlichkeitsarbeit politischer, wirtschaftlicher und non-profit Organisationen; 2. Public Relations und Persuasionskommunikation; 3. Publizistik und Journalismik; 4. Medienwirkung und Mediennutzung. Das Wahlpflichtmodul setzt sich aus einem Hauptseminar (9 ECTS) und einem ergänzenden Forschungsseminar (6 ECTS) zusammen.

Im zweiten Fachsemester folgen zwei weitere Pflichtmodule (bestehend aus je einem Hauptseminar zu 6 ECTS und einem Seminar zu 3 ECTS). Das Pflichtmodul „Praxis (internationaler) Öffentlichkeitsarbeit“



behandelt strategische und zielgruppenorientierte Kommunikation. Inhalte des zweiten Pflichtmoduls („PR-Wirkungs-/Erfolgsforschung & international vergleichende PR-Forschung“) sind Theorien, Modelle, Methoden und Gegenstände der PR-Wirkungs- und Erfolgskontrolle bzw. der international vergleichenden PR-Forschung. Im Rahmen des zweisemestrigen Masterprojektes, das im Sommer beginnt, wird ein konkretes PR-spezifisches Forschungsvorhaben in allen Teilschritten durchgeführt. Das Masterprojekt dient auch der Erarbeitung und Erprobung praktischer Methoden der Projektplanung und -leitung.

Im daran anschließenden dritten Fachsemester führen die Studierenden das Masterprojekt (geblockt) fort (Bearbeitung der Datenerhebung und -analyse; Endbericht). Das Masterprojekt ist eng verzahnt mit einem (mindestens) 6-monatigen Pflichtpraktikum in einer PR-Abteilung oder PR-Agentur, das auch den Charakter eines Forschungspraktikums erfüllt (reale PR bzw. Probleme realer PR als empirischer Forschungsgegenstand).

Im letzten Semester schreiben die Studierenden ihre Abschlussarbeit (21 ECTS). Der Umfang der Arbeit liegt bei maximal 100 Seiten, der Bearbeitungszeitraum umfasst vier Monate. Im Rahmen der Arbeit sollen eigene wissenschaftliche Fragestellungen entwickelt, theoretisch und methodisch fundiert bearbeitet und ein wissenschaftlicher Erkenntnisgewinn produziert werden. Die Fragestellung kann aus dem Kontext eines Hauptseminars, des Masterprojekts, aus einem anderen Forschungszusammenhang oder auch aus dem Praktikum heraus entwickelt werden. Im begleitenden Forschungskolloquium (3 ECTS) werden die Masterarbeiten im Kreis der KommilitonInnen vorgestellt und theoretische und methodische Probleme diskutiert. Lernziel ist dabei, die eigene Masterarbeit in einen größeren Kontext einordnen zu können und über die Darstellung der eigenen Forschungsprobleme die Forschungsprobleme anderer verstehen zu lernen. Darüber hinaus besuchen die Studierenden ein letztes Pflichtmodul, das in zwei Veranstaltungen (zu je 3 ECTS) spezifische Aspekte von Theorie und Praxis der Public Relations verknüpft.

## Tätigkeits- und Berufsfelder

PR-Berufe mit höheren Qualifikationsanforderungen (PR-BeraterInnen in PR-Agenturen sowie PR- und Pressesprecherpositionen in Unternehmen, non-profit Organisationen und Agenturen; PR- und KommunikationsexpertInnen in der klassischen Unternehmensberatung; BeraterInnen und RedakteurInnen im Bereich Corporate Publishing; Beratung und Projektmanagement in den Bereichen Sponsoring, Fundraising und Eventmanagement; ExpertInnen im Bereich PR-Evaluation, -Monitoring und -Controlling), NachwuchswissenschaftlerInnen in PR-Forschung und -Lehre an Hochschulen sowie weitere Medienberufe, etwa Projektleitung im Bereich Markt- und Meinungsforschung.

## Eignungsfeststellungsverfahren

Bewerbungen für den M. A. Internationale Public Relations sind jeweils bis zum 15. Juni an das IfKW zu richten. Die Zulassung setzt neben der Eignungsfeststellung einen berufsqualifizierenden Hochschulabschluss in den Bereichen Kommunikationswissenschaft, Publizistik, Public Relations oder Journalistik voraus. Als einschlägig gelten auch verwandte Studienfächer wie Sozialwissenschaften, Psychologie oder Management, sofern diese kommunikationswissenschaftliche Anteile im Umfang von mindestens 60 ECTS beinhalten.



Bewerbungsunterlagen:

- Online-Bewerbungsformular
- Tabellarischer Lebenslauf
- Transcript of Records, das einen Leistungsstand von mindestens 150 ECTS-Punkten und eine Durchschnittsnote von mindestens 2,60 aufweist (davon 48 ECTS-Punkte aus dem Fach Kommunikationswissenschaft<sup>1</sup>, 15 ECTS im Bereich Public Relations<sup>2</sup> und 21 ECTS in sozialwissenschaftlichen Forschungsmethoden<sup>3</sup>)
- Kopie des Abschlusszeugnisses (kann bis Beginn des Wintersemesters nachgereicht werden)
- Nachweis deutscher Sprachkenntnisse, Mindestniveau C2 (sofern der Schul- oder berufsqualifizierende Studienabschluss nicht in deutscher Sprache erworben wurde)
- Nachweis englischer Sprachkenntnisse, Mindestniveau C1 (sofern der Schul- oder berufsqualifizierende Studienabschluss nicht in englischer Sprache erworben wurde)
- (Zeugnisse/Bestätigungen der Berufserfahrung im Journalismus/in PR)

Das Antragsformular sowie Informationen zu den einzureichenden Unterlagen sind abrufbar unter [https://www.ifkw.uni-muenchen.de/studium/master\\_pr/zugang/index.html](https://www.ifkw.uni-muenchen.de/studium/master_pr/zugang/index.html)

## Test

Nach Prüfung der schriftlichen Anträge auf Einschlägigkeit des vorangegangenen Studiums sowie Erfüllung des Notenkriteriums wird über die Einladung zum Test entschieden. Der 90-minütige Test findet in der Regel zwischen 01.06. und 31. Juli statt.

Der Eignungstest besteht aus Fragen zu drei Bereichen:

- Theoretisches Grundlagenwissen über öffentliche Kommunikation
- spezifisches Fachwissen aus dem Bereich Public Relations (z.B. Grundlagen der Theorie und Praxis der PR/Öffentlichkeitsarbeit; Praxis und Theorie der persuasiven Kommunikation; Konzeptionslehre; Ethik der PR/Öffentlichkeitsarbeit; PR als Beruf/berufssoziologische Kenntnisse; Grundlagen der PR-Beratung(-sforschung) usw.)
- Fertigkeiten und Wissen im Bereich empirisch-sozialwissenschaftliche Methoden.

Der Test...

- wird in Teilen in deutscher und in englischer Sprache gestellt
- besteht aus Mehrfachauswahlaufgaben
- für jede Übereinstimmung gibt es einen Punkt; bei falscher Antwort einen Minuspunkt – Der Punktwert je Aufgabe kann aber null Punkte nicht unterschreiten.
- Zusätzlich zum Test können bis zu 15 Prozent der im Test maximal erreichbaren Punkte für nachgewiesene praktische Berufserfahrungen im Bereich Public Relations und/oder Journalismus vergeben werden:
  - Für ein absolviertes Praktikum (mind. 10 Wochen, im selben Unternehmen) im Bereich Journalismus: 5% der im Test max. erreichbaren Punkte.

---

<sup>1</sup> Z. B. beim Bachelor Kommunikationswissenschaft an der LMU aus folgenden Modulen: „Medienstrukturen“; „Medien und Politik“; „Medien und Wirtschaft“; „Medienwirkung und Mediennutzung“; „Publizistik und Journalistik“; „Kommunikationstheorie“; „Mediensysteme und Kommunikationspolitik“ usw.

<sup>2</sup> Z. B. beim Bachelor Kommunikationswissenschaft an der LMU aus folgenden Modulen: „Praxis der Öffentlichkeitsarbeit“; „Kommunikationsberufe“; „politische Kommunikation“; „Kommunikationsmarketing und Werbung“; „Medienökonomie, Marketing und Public Relations“ usw.

<sup>3</sup> Z. B. beim Bachelor Kommunikationswissenschaft an der LMU aus folgenden Modulen: „Methodenlehre I“ (quantifizierende Methoden); „Methodenlehre II“ (Statistik, Datenanalyse); „Methodenlehre III“ (qualitative Methoden).

- Für mehrere absolvierte Praktika (jeweils mind. 10 Wochen) im Journalismus oder eine Berufstätigkeit im Journalismus (mind. 6 Monate Dauer, im selben Unternehmen) oder ein Praktikum (mind. 10 Wochen) im Bereich Public Relations: 10%
- Für mehrere absolvierte Praktika (jeweils mind. 10 Wochen) im Bereich Public Relations oder eine Berufstätigkeit im Bereich Public Relations (mind. 6 Monate, im selben Unternehmen) oder ein Praktikum im Bereich Public Relations (mind. 10 Wochen, im selben Unternehmen) in Verbindung mit einem weiteren Praktikum (mind. 10 Wochen, im selben Unternehmen) oder einer Berufstätigkeit (mind. 6 Monate, im selben Unternehmen) im Bereich Journalismus: 15%.
- Der Nachweis der Berufserfahrungen wird in Form erworbener Zertifikate und Abgangszeugnisse erbracht, aus welchen die Dauer sowie der Bezug zum Bereich Public Relations und/oder Journalismus ausdrücklich hervorgeht. Diese Nachweise sind der Bewerbung beizulegen.
- **Der nachgewiesene Abschluss einer berufspraktischen Ausbildung in den Bereichen Journalismus oder Public Relations von mindestens einem Jahr Dauer wird ebenfalls anerkannt und wie eine Berufstätigkeit behandelt.**

#### Eignungsfeststellung:

- Die erbrachten Leistungen im Test (1.) und die nachgewiesene Berufserfahrung (2.) werden von zwei Mitgliedern der Auswahlkommission bewertet.
- Voraussetzung für die Testergebnisse, damit die Eignung festgestellt werden kann:
  - In keinem der drei Teile des Tests wurden weniger als 50% der in diesem Teil erreichbaren Gesamtpunktzahl erzielt und
  - Insgesamt wurden mindestens 75% der maximal durch Test und Berufserfahrung erreichbaren Gesamtpunktzahl erzielt (dies entspricht 86,25% der im Test erreichbaren Punkte) oder
  - Insgesamt wurden mindestens 65% der maximal durch Test und Berufserfahrung erreichbaren Gesamtpunktzahl (dies entspricht 74,75% der im Test erreichbaren Punkte) erzielt und die erzielte Gesamtpunktzahl unterschreitet um nicht mehr als 10% die durchschnittliche Gesamtpunktzahl der Bewerberinnen und Bewerber, die in diesem Jahr erstmals an dem Test teilgenommen haben.
- ➔ Die Eignung für den Masterstudiengang Internationale Public Relations ist festgestellt, wenn beide Bewertungen der Prüfer übereinstimmend auf „geeignet“ lauten.
- ➔ Wer zum festgesetzten Termin nicht erscheint, gilt als nicht geeignet (Gründe, die das nicht selbst zu vertretende Versäumnis rechtfertigen sollen, müssen bis zu Beginn des festgesetzten Termins bei der oder dem Vorsitzenden der Auswahlkommission schriftlich geltend und glaubhaft gemacht werden; wird der Grund anerkannt, erfolgt die Einladung zu einem Ersatztermin).

## Überblick: Modulplan Master Internationale Public Relations\*

<b>1. Semester</b>	<b>30 ECTS</b>
<b>Zwei Pflichtmodule bestehend aus zwei Seminaren</b>	
<b>Internationale Strategische Kommunikation</b>	9
Theorie und Praxis der internationalen Public Relations	(6)
Internationale und Interkulturelle Kommunikation	(3)
<b>Anwendungs- und Wirkungskontexte der Public Relations</b>	6
Business Planning and Project Management	(3)
Mediatisierung und journalistische Praxis im internationalen Vergleich	(3)
<b>Ein Wahlpflichtmodul aus folgenden vier Schwerpunkten</b>	
<b>Öffentlichkeitsarbeit politischer, wirtschaftlicher und Non-profit-Organisationen</b>	15
Public Relations von Organisationen	(9)
Forschung zur Public Relations von Organisationen	(6)
<b>Public Relations und Persuasionskommunikation</b>	15
Persuasionskommunikation	(9)
Forschung in der Persuasionskommunikation	(6)
<b>Publizistik und Journalistik</b>	15
Theorien und aktuelle Aspekte des Journalismus	(9)
Methoden der Journalismusforschung	(6)
<b>Medienwirkung und Mediennutzung</b>	15
Perspektiven der Medienwirkungs- und Mediennutzungsforschung	(9)
Methoden der Medienwirkungs- und Mediennutzungsforschung	(6)
<b>2. Semester</b>	<b>30 ECTS</b>
<b>Zwei Pflichtmodule bestehend aus zwei Seminaren</b>	
<b>Praxis (internationaler) Öffentlichkeitsarbeit</b>	9
Strategische und zielgruppenorientierte Kommunikation	(6)
Übung strategische und zielgruppenorientierte Kommunikation	(3)
<b>PR-Wirkungs-/Erfolgsforschung und international vergleichende PR-Forschung</b>	9
Theorien, Modelle, Methoden und Gegenstände der PR-Wirkungs- und Erfolgskontrolle	(6)
Theorien, Modelle, Methoden und Gegenstände der international vergleichenden PR-Forschung	(3)
<b>Masterprojekt (1. Teil)</b>	12
Theoretische Grundlagen der Konzeption & Anlage eines PR-spezifischen Forschungsprojekts	(8)
Methodenübung: Forschungsdesign und Erhebung	(4)



LUDWIG-  
MAXIMILIANS-  
UNIVERSITÄT  
MÜNCHEN

INSTITUT FÜR  
KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT  
UND MEDIENFORSCHUNG



<b>3. Semester</b>	<b>30 ECTS</b>
<b>Masterprojekt (2. Teil)</b>	15
Empirische Umsetzung und Datenerfassung	(6)
Methodenübung: Datenanalyse	(9)
<b>Praktikum</b>	15
Pflichtpraktikum in einer PR-Abteilung oder PR-Agentur	(9)
Forschungspraktikum	(6)
<b>4. Semester</b>	<b>30 ECTS</b>
<b>Mastermodul</b>	24
Masterarbeit	(21)
Forschungskolloquium	(3)
<b>Verknüpfung von Theorie und Praxis der Public Relations</b>	6
Spezifische Aspekte und Herausforderungen der angewandten PR für die PR-Theorie und -Forschung	(3)
Spezifische Aspekte und Herausforderungen der PR-Theorie und -Forschung für die Praxis der PR	(3)

\* Vorbehaltlich der erforderlichen Beschlüsse der Hochschulgremien sowie der Erteilung des Einvernehmens durch das Bayerische Staatsministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst