

Ordnung für die Praxisphasen im Studiengang Integrated Media and Communication (IMC) mit dem Abschluss Bachelor of Arts

§ 1

Allgemeines

Diese Praxisphasenordnung gilt für die Praxisphasen des ersten und zweiten Studienabschnitts im Bachelor-Studiengang Integrated Media and Communication.

§ 2

Ziele der Praxisphasen

- (1) Die Praxisphasen sollen dazu beitragen, die Studierenden auf ihr zukünftiges berufliches Tätigkeitsfeld vorzubereiten und ihnen eine realistische Vorstellung von der Berufswirklichkeit sowie den Möglichkeiten, Grenzen und Problemen des angestrebten Berufsfeldes zu vermitteln. Die Studierenden sollen durch eigene Anschauung und angeleitete Mitarbeit die wesentlichen Aufgaben und Tätigkeiten ihres künftigen Berufsfeldes exemplarisch erfahren und zugleich vertiefte Kenntnisse und Fertigkeiten erlangen.
- (2) Die Praxisphasen haben das Ziel, den Studierenden praktische Schnittstellen- und Managementkompetenzen in den Bereichen Medienplanung und Medienproduktion in den verschiedenen Arbeitsfeldern der Unternehmenskommunikation sowohl aus Auftraggeber- als auch Auftragnehmer-Perspektive zu vermitteln.
- (3) Die Studierenden sollen planerische Kompetenz erwerben, an der Steuerung und Koordinierung des komplexen Workflows von Integrated Media-Projekten beteiligt werden.
- (4) Die Praxisphase soll die Studierenden befähigen, die bisher vermittelten Kenntnisse und Fähigkeiten in der Kreation und Produktion von Medien anwenden lernen.

§ 3

Grundlegende Bestimmungen

- (1) Die Praxisphasen des praxisintegrierten Studiums sind Pflichtpraktika.
- (2) Im Abschlussemester findet eine Kopplung von Praxisphase und Abschlussarbeit statt.
- (3) Praxisstellen können Unternehmen und Institutionen im Inland oder Ausland sein, die von der fachlichen Betreuung der/des Studierenden in der Praxisphase seitens der Hochschule als geeignet anerkannt wurden. Dabei soll die fachliche Betreuerin/der fachliche Betreuer mindestens über den vom Studierenden angestrebten akademischen Grad oder gleichwertige Qualifikationen verfügen. Die Unternehmen müssen in der Lage sein eine den Zielen der Praxisphase entsprechende innerbetriebliche Tätigkeit sicherzustellen.

- (4) Während der Praxisphase haben sich die Studierenden zu immatrikulieren und bleiben Mitglieder der Hochschule mit allen Rechten und Pflichten. Sie sind insbesondere auch verpflichtet, sich ordnungsgemäß zurückzumelden.
- (5) Während der Praxisphase sind die Arbeitszeitregelungen der Praxisstelle für die Studierenden verbindlich. Fehlzeiten in den Praxisphasen sind grundsätzlich nachzuholen. Über begründete Ausnahmen entscheidet auf Antrag der/des Studierenden der Prüfungsausschuss.

§ 4

Ausbildungsinhalte und Durchführung der Praxisphasen

Innerhalb der acht Praxisphasen sind Erfahrungen in der Projektentwicklung, Planung, Produktion und dem Medieneinsatz von Medien für die Unternehmenskommunikation nachzuweisen. Dabei sollen die Studierenden sowohl in kreativen, als auch in planerischen Rollen aktiv an der Erarbeitung eines Projektes aus den Bereichen Marketing, Public Relations und Human Relations mitwirken.

§ 5

Zulassung und Betreuung zu den Praxisphasen

- (1) Die Studierenden gelten durch Vorlage eines Praktikumsvertrages (siehe § 7) bis zum Ende des jeweiligen Fachsemesters (28./29.02. oder 31.08.) für alle Praxisphasen im Vertragszeitraum als angemeldet, sofern auch ein Kooperationsvertrag zwischen der Hochschule und dem Praxispartner vorliegt. Ein Wechsel des Praxispartners ist unverzüglich anzuzeigen und durch Vorlage eines Praktikumsvertrages und des Kooperationsvertrages zu belegen.
- (2) Für die Betreuung der Studierenden in der Praxisstelle wird von dieser eine Betreuerin oder ein Betreuer benannt, die bzw. der in der beruflichen Praxis erfahren ist.
- (3) Der Hochschule liegt ein unterschriebener Kooperationsvertrag vor.
- (4) Die fachliche Betreuung der/des Studierenden in der Praxisphase seitens der Hochschule übernimmt eine hauptamtliche Hochschullehrerin oder ein hauptamtlicher Hochschullehrer, die/der i.d.R. unter Berücksichtigung der Wünsche der/des Studierenden im Einvernehmen mit dem Prüfungsausschuss ausgewählt worden ist.
- (5) Ein Antrag auf das Absolvieren einer Praxisphase in Unternehmen im In- oder Ausland ist jeweils mindestens 8 Wochen vor Beginn einer Praxisphase bei der Studiengangsleitung zur Genehmigung vorzulegen und muss Angaben zum Unternehmen, dem verantwortlichen Ansprechpartner sowie zum Themenfeld bzw. Arbeitsbereich des geplanten Projektes enthalten.
- (6) Die Praxisphasen werden durch verbindliche Seminare begleitet. Die Praxisstelle verpflichtet sich, die Studierenden zum Besuch der Seminare freizustellen.

§ 6

Anerkennung der Praxisphasen

(1) Eine Praxisphase wird vom Prüfungsausschuss anerkannt, wenn die folgenden Voraussetzungen erfüllt sind:

- Die Praxisphase wurde ordnungsgemäß abgeleistet.
- Die Bescheinigung der Praxisstelle liegt dem Prüfungsausschuss mit Gegenzeichnung des betreuenden Hochschullehrers vor.
- Die/der Studierende hat dem/der betreuenden Hochschullehrer/in für jede Praxisphase, mit Ausnahme derjenigen, in der die Bachelorarbeit geschrieben wird, einen schriftlichen Bericht vorgelegt. Die Bachelorarbeit ersetzt im o.g. Fall den anzufertigenden Bericht. In dem Bericht (in der Regel 20.000 Zeichen) sollen die Studierenden ein Projekt, an dessen Erarbeitung sie beteiligt waren, soweit möglich unter folgenden Gesichtspunkten beschreiben, analysieren und bewerten:

Projektentwicklung | Orientierung:

Auftraggeber, Produkt, Wettbewerb, Marktsituation, bisherige Kommunikationsstrategie, Zielsetzung, Zielgruppen

Strategie | Konzept:

Auswahl des Instrumentariums, Redaktion und Kreation, Kommunikationsstrategie, Botschaft und inhaltliche Anforderungen, Informationsarchitektur, Interaktion | Navigation, Informationsgestaltung, Visuelle Gestaltung

Planung:

Organisationsstruktur, Schnittstellen, Termine, Ressourcen, Kosten

Produktion:

Medienproduktion unter Kennzeichnung der eigenen Leistungsanteile der/des Studierenden, beteiligte Spezialisten bzw. Zulieferer, Technologie und Methoden, Medieneinsatz, Feedback, Evaluation, Controlling: Termine, Qualität/Resonanz, Kundenzufriedenheit, Kosten

Reflexion:

Kritische Reflexion von Projektverlauf und Ergebnissen

(2) Eines der Praxisprojekte, i.d.R. das letzte ist Gegenstand der Abschlussarbeit.

§ 7

Vertrag über eine Praxisphase

- (1) Die/der Studierende und die Praxisstelle schließen einen Praktikumsvertrag ab. Dieser Vertrag muss der betreuenden Hochschullehrerin / dem betreuenden Hochschullehrer zur Einsicht vorgelegt werden.
- (2) Dieser Vertrag regelt insbesondere:
 - die Verpflichtungen der Praxisstelle,
 - die Freistellung für Verpflichtungen an der Hochschule,
 - die Verpflichtungen der Studierenden,
 - die Kostenerstattung und Vergütung für die Studierenden,
 - die Gewährung von Urlaub,
 - die Fragen der Unfallversicherung der Studierenden.

§ 8

Auswahl der Praxisstellen

- (1) Die Studierenden sollen sich rechtzeitig und selbständig um eine Praxisstelle bemühen. Der/Die betreuende Hochschullehrer/in sowie der GWA (Gesamtverband Kommunikationsagenturen) berät sie dabei.
- (2) Ein Wechsel der Praxisstelle während der Praxisphase ist nur dann zulässig, wenn dies zur Erreichung des Studienziels unumgänglich ist oder der Verbleib in der Praxisstelle eine „unzumutbare Härte“ wäre. Ein beabsichtigter Wechsel bedarf der Zustimmung der Studiengangsleitung.

§ 9

Inkrafttreten

Diese Ordnung tritt am Tag nach ihrer Bekanntmachung im Verkündungsblatt der Hochschule Hannover in Kraft.

Neufassung

Beschluss Fakultätsrat: 19.04.2016

Genehmigung Präsidium: 04.07.2016

Verkündungsblatt Nr. 08/2016 vom 31.07.2016

1. Änderung:

Beschluss Fakultätsrat: 16.01.2018

Genehmigung Präsidium: 26.02.2018

Verkündungsblatt Nr. :04/2018 vom 15.03.2018

2. Änderung:

Beschluss Fakultätsrat: 04.06.2019

Genehmigung Präsidium: 15.07.2019

Verkündungsblatt Nr.: 03/2019 vom 2019