

Hochschule Osnabrück  
University of Applied Sciences

# ***Deklaration Praktikum***

Eine Initiative des Instituts für Kommunikationsmanagement  
der Hochschule Osnabrück, Campus Lingen (Ems)

Der wechselseitige Nutzen von angewandter Wissenschaft und beruflicher Praxis ist das Ziel eines Praktikums in Kommunikationsmanagement und Öffentlichkeitsarbeit. Um den wertschöpfenden Charakter eines in diesem Sinne gelingenden Praktikums zu gewährleisten, verpflichten sich alle beteiligten Parteien freiwillig dazu, die folgenden Kriterien zu beachten und sie mit Sorgfalt und in einer Atmosphäre der gegenseitigen Wertschätzung nach besten Kräften umzusetzen:

## **1. Funktion der Praxisphasen**

Das Konzept des Studiengangs Kommunikationsmanagement mit seinen integrativen Praxisphasen schärft das Profil der Bewerberinnen und Bewerber. Praktika als elementare Bestandteile des Studiums haben dabei eine vertiefende, ergänzende und orientierende Funktion für die Studentinnen und Studenten; der Wissenschaft dienen sie dazu, ihre Anschlussfähigkeit an praktische Fragen aufrecht zu erhalten und ihre Absolventinnen und Absolventen angemessen auf das Berufsleben vorzubereiten; der Nutzen für die Praktikumsgeber besteht darin, ihre praktischen Aufgaben im Licht der angewandten Wissenschaft zu überprüfen und geeigneten Nachwuchs zu rekrutieren.

## **2. Wissenstransfer**

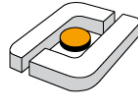
Alle am Praktikum beteiligten Parteien sind dazu aufgefordert, ihr Wissen zu teilen. Grundlage dafür ist das auf die Berufspraxis abgestimmte Lehrangebot des Instituts für Kommunikationsmanagement. Das Institut ist dauerhaft bemüht, den Wissenstransfer in die Praxis durch die Lehre zu initiieren. Die Studentinnen und Studenten müssen aktiv mit ihrem daraus gewonnenen Wissen umgehen; die Arbeitgeber schaffen Möglichkeiten dafür, dass Praktikantinnen und Praktikanten ihre Kenntnisse in eigenen Aufgaben und Projekten anwenden können.

## **3. Betreuung**

Das Institut für Kommunikationsmanagement nennt den Studentinnen und Studenten ebenso wie den Praktikumsgebern eine zentrale Kontaktperson, die für Fragen bezüglich des Praktikums und dessen Anforderungen zur Verfügung steht. Während des Praktikums erfolgt die Praktikantenbetreuung beim Arbeitgeber durch einen zugewiesenen Ansprechpartner und beinhaltet die Teameinbindung sowie mindestens zwei Personalgespräche (jeweils zu Beginn und zum Ende des Praktikums).

## **4. Vorbereitung auf die Berufsrealität**

Mit einer praxisorientierten Lehre, der Arbeit an realen Projekten und praxisnahen Kommunikationsszenarien führt das Institut für Kommunikationsmanagement seine Studentinnen und Studenten an Arbeitsprozesse und -strukturen heran und bereitet sie fachlich, sowie in ihren Erwartungshaltungen auf die Berufsrealität vor. Dazu gehören spezielle Veranstaltungen zur Vermittlung handwerklicher Tätigkeiten und zur Herausbildung relevanter Sozialkompetenzen. Erläuterungen zur modularen Struktur des Studiums geben Aufschluss über Studieninhalte und bereits erlangte Fähigkeiten. An Hand dieses Überblicks können Praktikumsgeber die Qualifikation der Studentinnen und Studenten für Praktikumsaufgaben einstufen und Bewerberinnen und Bewerber bereits im Vorfeld eine realistische Einschätzung ihrer Tätigkeiten und Praktikumsziele geben.



### **5. Bewerbungsprozess**

Der Bewerbungsprozess als wechselseitige Visitenkarte wird sowohl von Bewerberinnen und Bewerbern als auch von Praktikumsgebern professionell und respektvoll durchgeführt. Das Institut für Kommunikationsmanagement unterstützt seine Studentinnen und Studenten in diesem Prozess durch vorbereitende Informationsveranstaltungen und Schulungen.

### **6. Inhalte und Ausbildungscharakter des Praktikums**

Das Praktikum besitzt primär Ausbildungscharakter. Der Praktikumsgeber strebt an, der Praktikantin/dem Praktikanten Grundlagen in allen relevanten Tätigkeitsbereichen zu vermitteln und Aufgaben unter Berücksichtigung individueller Qualifikation zu vergeben. Im Gegenzug zum entsprechenden Zeitaufwand auf Seiten des Arbeitgebers passen sich Praktikantinnen und Praktikanten in Arbeitszeit und -umfang an die Konditionen eines Mitarbeiters an.

### **7. Vergütung/Gratifikation**

Praktikantinnen und Praktikanten sollten eine angemessene Aufwandsentschädigung für ihre Arbeitsleistung erhalten.

### **8. Evaluation**

Mit Beendigung des Praktikums erhält die Praktikantin/der Praktikant ein evaluierendes Abschlussgespräch, das die Grundlage für ein ausführliches Praktikumszeugnis bildet. Die Praktikantin/der Praktikant verpflichtet sich dazu, ebenfalls eine Rückmeldung in Form eines Praktikumsberichtes auf das Praktikum zu geben. Das Institut für Kommunikationsmanagement schafft darüber hinaus den Rahmen für einen dauerhaften Erfahrungsaustausch, der Maßnahmen zur Praktikumsbewertung und zu weiterführenden Kooperationen mit den Praktikumsgebern umfasst.

### **9. Praktikumszeitraum**

Im modularisierten Studiengang Kommunikationsmanagement sind Praktika verpflichtend in die vorlesungsfreie Zeit eingebunden. Das Institut für Kommunikationsmanagement, die Studentinnen und Studenten und die Praktikumsgeber streben an, so flexibel wie möglich auf diese Rahmenbedingungen zu reagieren.

Lingen (Ems), den 25. April 2013