



Master Elektronische Medien (M.A.): Schwerpunkt Unternehmenskommunikation

Der Schwerpunkt Unternehmenskommunikation vertieft sozial- und kommunikationswissenschaftliche und journalismusnahe Aspekte mit der Medientheorie sowie mit betrieblicher und organisationaler Kommunikation. Die Studierenden mit Schwerpunkt Unternehmenskommunikation sind nach Abschluss des Masterstudiums in der Lage, ihre Fachkompetenzen auf kommunikative und journalistische Anforderungen und Sachverhalte im Bereich der Unternehmenskommunikation - auch crossmedial - zu übertragen.

Aufbau des Studiums

Der Master-Studiengang dauert vier Semester. Studierende erhalten eine kompakte Einführung im ersten Semester mit Pflichtveranstaltungen und Wahlveranstaltungen in ihrem Schwerpunkt. Die Veranstaltungen im zweiten und dritten Semester sind frei wählbar und umfassen zusätzlich Produktionen und Projekte (in den jeweiligen Schwerpunkten sowie interdisziplinär). Das vierte Semester ist der Master-Arbeit gewidmet.

Semester	Pflicht/Wahlpflichtveranstaltungen
1	Pflichtmodule (12 ECTS) + Wahlpflichtmodule (18 ECTS)
2	Wahlpflichtmodule sowie Produktionen/Projekte im Schwerpunkt und interdisziplinär (60 ECTS)
3	
4	Master-Arbeit / Tutorium (30 ECTS)

Pflicht + Wahlpflicht

Der Schwerpunkt Unternehmenskommunikation ist auf die zukünftigen Anforderungen an Kommunikationsexperten in und für Unternehmen ausgerichtet. Auf der Pflichtbasis, die Schreiben für Zielgruppen, Communication Controlling sowie Medientheorie und Interkulturelle Kommunikation beinhaltet, werden Vertiefungen in Theorie, Funktionen und Techniken angeboten.

Die Wahlpflichtmodule vertiefen beispielsweise in Werbe- und PR-Disziplinen, den Arbeitstechniken Interview und Moderation sowie in Kommunikationskonzepten für Online-, Print- und Bild-Text-Medien.

Studien- und Prüfungsordnung (SPO)

Teil 4: Unternehmenskommunikation

Studien- semester	EDV-Nr.	Lehrveranstaltung/ Teilmodul	Art	Umfang	
				SWS	ECTS
	94400	Pflichtmodul Unternehmenskommunikation			
1	34401	Schreiben für Zielgruppen	S	2	3
1	34402	Communication Controlling ^{w)}	S	2	3
1	34403	Medientheorie ^{w)}	S	2	3
1	34404	Interkulturelle Kommunikation	S	2	3
	94401	Modul Kommunikation und Kultur			
1 - 3	34405	Internationales Marketing ^{w)}	S	2	3
1 - 3	34406	Kultur und Kommunikation	S	2	3
1 - 3	34407	Werbespots: Konzeption und Analyse ^{g) w)}	S	2	3
	94402	Modul Unternehmenskommunikation			
1 - 3	34408	Kommunikation und Branding ^{g)}	S	2	4
1 - 3	34409	Unternehmenskommunikation	S	2	4
1 - 3	34410	Corporate Publishing ^{g)}	S	2	4
	94403	Modul Visuelle Kommunikation			
1 - 3	34411	Corporate Design ^{g)}	V, S, Ü	2	4
1 - 3	34412	Designkommunikation ^{g)}	S	2	4
1 - 3	34413	Eventkommunikation ^{g) w)}	S	2	4
	94404	Modul Kommunikations- und Medientheorie			
2 - 3	34415	Medienphilosophie/ Medienethik ^{w)}	S	2	4
2 - 3	34416	Semiotik (Mediensemiotik) ^{w)}	S	2	2
2 - 3	34418	Soziologie und Politik	S	2	4
	94405	Modul Arbeitstechniken			
2 - 3	34419	Interview	S, Ü	2	3
2 - 3	34420	Moderation	S	2	3
	94406	Modul Kommunikation			
2 - 3	34421	Online-Kommunikation	S, Ü	2	3
2 - 3	34422	Print-Kommunikation	S, Ü	2	2
2 - 3	34423	Bild-Text-Kommunikation	S, Ü	4	6

Produktionen + Projekte

Der Bereich Produktionen und Projekte kann maximal 12 ECTS-Punkte umfassen. Im Schwerpunkt Unternehmenskommunikation werden beispielsweise Journalistische Produktionen angeboten. Zusätzlich können die Studierenden drei Wissenschafts- und Forschungsprojekte mit je 3 ECTS-Punkten belegen. Hier spiegelt sich auch die interdisziplinäre Ausrichtung des Masters Elektronische Medien wider.

Teil 5: Produktionen und Projekte ¹⁾

Studien- semester	EDV-Nr.	Lehrveranstaltung/ Teilmodul	Art	Umfang	
				SWS	ECTS
	94500	Modul Studioproduktionen			
3	34501	Studioproduktion Ton	SP	6	12
3	34502	Studioproduktion Fernsehen	SP	6	12
3	34503	Studioproduktion Film ³⁾	SP	6	12
3	34504	Studioproduktion Postproduction	SP	6	12
3	34505	Studioproduktion Event	SP	6	12
3	34506	Studioproduktion Computeranimation ²⁾	SP	6	12
3	34507	Studioproduktion Interaktive Medien	SP	6	12
3	34508	Studioproduktion Internet	SP	6	12
	94501	Modul Projekte			
2 - 3	34601	Interdisziplinäres Transferprojekt	S	6	12
2 - 3	34602	Spezielle Transferprojekte 1	S	6	12
2 - 3	34603	Spezielle Transferprojekte 2	S	3	6
2 - 3	34604	Kommunikationsprojekt 1	SP	3	6
2 - 3	34605	Kommunikationsprojekt 2	SP	4	6
2 - 3	34606	Projekt Medienevaluation	SP	4	6
2 - 3	34607	Dokumentation Video/Audio	SP	4	6
2 - 3	34608	Journalistische Produktion 1	SP	4	6
2 - 3	34609	Journalistische Produktion 2	SP	4	6
	94502	Modul Wissenschafts- und Forschungsprojekte			
2 - 3	34611	Projekt 1	S	2	3
2 - 3	34612	Projekt 2	S	2	3
2 - 3	34613	Projekt 3	S	2	3
	94504	Modul Wahlpflicht anderer Masterstudiengänge			
2 - 3		Wahlfächer anderer Masterstudiengänge der HdM			8
	94503	Sonstiges			
1 - 3	34701	Tutorium	S	0	2

Zusätzlich zum eigenen Wahlpflichtbereich können die Studierenden Veranstaltungen aus dem Wahlpflichtbereich anderer Schwerpunkte belegen, wenn die jeweiligen Dozent zustimmen.

Von den min. 78 bis max. 88 ETCS-Punkten im Wahlpflichtbereich müssen mindestens 45 ECTS-Punkte im eigenen Schwerpunkt erbracht werden. Wahlpflichtveranstaltungen, die bei anderen Schwerpunkten mit einem „u“ gekennzeichnet sind, werden in die 45 ECTS-Punkte mit eingerechnet.

Lehrveranstaltungen Schwerpunkt Medienwirtschaft

Teil 3: Medienwirtschaft

Studien- semester	EDV-Nr.	Lehrveranstaltung/ Teilmodul	Art	Umfang	
				SWS	ECTS
1	94300	Pflichtmodul Medienwirtschaft			
	34301	Medienökonomie / Volkswirtschaftliches Planspiel	V	2	3
	34302	Medienmärkte und -systeme	V	2	3
	34303	Strategisches Management	V	2	3
	34304	Operative Steuerung und Controlling	V	2	3
2 - 3	94301	Modul Personal-Management			
	34305	Personalauswahl	S	2	3
	34306	Aktuelle Herausforderungen im Personalmanagement	S	2	3
	34307	Personal und Organisationsentwicklung	S	2	3
2 - 3	94302	Modul Finanz-Management			
	34308	Existenzgründung / Unternehmensnachfolge	S	2	3
	34309	Internationale Rechnungslegung	S	2	3
	34310	Mergers & Acquisitions / Private Equity	S	2	3
1 - 3	94303	Modul Marketing-Management			
	34311	Integrierte Marktkommunikation ^{u)}	S	2	3
	34312	Dienstleistungs- und Eventmarketing ^{u)}	S	2	3
	34313	Transferprojekt Marketing-Management ^{u)}	S	2	3
1 - 3	94304	Modul Empirische Medienforschung			
	34314	Empirische Medienforschung / Quantitative Methoden ^{u)}	S	2	3
	34315	Empirische Medienforschung / Qualitative Methoden ^{u)}	S	2	3
	34316	Projekt Medienforschung ^{u)}	S	2	3
1 - 3	94305	Modul Internationales Management			
	34317	Internationale Finanz- und Medienmärkte	S	2	3
	34318	Globale Medienmärkte und Kommunikation	S	2	3
	34319	Interkulturelles Management I	S	2	3
	34320	Interkulturelles Management II	S	2	3
2 - 3	94306	Modul Spezielles Medienmanagement Film, TV			
	34322	Drehplanung Film, TV ^{1) g)}	S	2	3
	34323	Kalkulation AV-Medien ^{1) g)}	S	2	3
	34324	Konzeption / Produktion Film, TV ^{g)}	S	2	3
	34325	TV-Programmwirtschaft ^{u)}	S	2	3
	34326	TV-Vermarktung ^{u)}	S	2	3
	34327	New Business: Digitalisierung, Mobilität	S	2	3
2 - 3	94307	Modul Spezielles Medienmanagement Radio, Musik			
	34328	Konzeption / Produktion Radio ^{g)}	S	2	3
	34329	Radio-Programmwirtschaft ^{u)}	S	2	3
	34330	Radio-Vermarktung ^{u)}	S	2	3
	34331	Musik-Management	S	2	3
1 - 3	94308	Modul Spezielles Medienmanagement New Media			
	34332	Internetstrategien und -konzepte	S	2	3
	34333	Customer Relationship Management	S	2	3
	34334	Video- und Computerspiele	S	2	3
2 - 3	94309	Modul Spezielles Medienmanagement Verlag / Druck			
	34335	Konzeption / Produktion Verlag / Druck	S	2	3
	34336	Vermarktung Verlagsprodukte	S	2	3
1 - 3	94310	Modul Normatives Management			
	34337	Arbeitsrecht	S	2	3
	34338	Gesellschafts- und Handelsrecht	S	2	3
	34339	Ethik	S	2	3

Lehrveranstaltungen Schwerpunkt Mediengestaltung

Teil 2: Mediengestaltung

Studien- semester	EDV-Nr.	Lehrveranstaltung/ Teilmodul	Art	Umfang	
				SWS	ECTS
	94200	Pflichtmodul Mediengestaltung			
1	34201	Dramaturgie der Scriptentwicklung	V	2	4
1	34202	Neue Technologien in Bildaufnahme u. Postproduction ¹⁾	V	2	4
1	34203	Filmgestaltung ¹⁾	V	2	4
	94201	Modul Ästhetik und Gesellschaft			
1	34204	Medien, Kultur und Gesellschaft	S	2	2
1 - 2	34205	Theorie der audiovisuellen Medien	S	2	4
1 - 2	34206	Filmgeschichte	S	2	4
1 - 3	34207	Medienkunst	S	2	2
1 - 3	34208	Komposition und Film ¹⁾	S	2	2
	94202	Modul Dramaturgie und Inszenierung			
1 - 2	34209	Regie und Schauspielkunst	V	2	2
1 - 2	34210	Regie und Inszenierung	V	4	4
1 - 2	34211	Entwicklung und Gestaltung von Dokumentarberichten	V	4	4
1	34220	Storytelling	V	4	4
	94203	Modul Bild			
1 - 3	34212	Filmfotografie - Perspektive und Bewegung ¹⁾	S	2	3
1 - 3	34213	Die Kamera im Dokumentarfilm	V, S	2	3
2 - 3	34214	Das Licht in Malerei und Film ¹⁾	S	2	3
2 - 3	34215	Editing ¹⁾	S, Ü	2	4
1 - 3	34216	Compositing ¹⁾	S, Ü	2	4
1 - 2	34217	Fotografie Produktion	Ü	4	6
	94204	Modul Ton			
1 - 2	34218	Schallplattenkritik	S	2	2
1 - 2	34219	Workshop Radio	Ü	4	6
	94205	Modul Konzeption			
1 - 2	34222	Computerspiel-Konzeption	S	4	6
2 - 3	34223	Online-Konzeption	S, Ü	4	6
1 - 3	34224	Web-Usability	S	4	6
	94206	Modul Interaktive Medien/ Internet			
1 - 3	34225	Interaktionsdesign	V	2	4
1 - 2	34226	Interaktionsdesign und Mediengestaltung (IM)	S	2	4
1 - 2	34227	Multimediale Dramaturgie	S	4	6
1 - 3	34228	Wahrnehmung und Kognition (IM)	S	2	4
	94207	Modul Mediendidaktik			
1 - 2	34229	Didaktisches Design	V, Ü	4	6
1 - 2	34230	Multimediales Lernen	S	4	6
1 - 3	34231	Edutainment	S	4	6

Lehrveranstaltungen Schwerpunkt Medientechnik

Teil1: Medientechnik

Studien- semester	EDV-Nr.	Lehrveranstaltung/ Teilmodul	Art	Umfang	
				SWS	ECTS
	94100	Pflichtmodul Medientechnik			
1	34101	Mathematik	V, Ü	4	4
1	34102	Informatik	V, Ü	4	4
1	34103	Nachrichtentechnik	V, Ü	4	4
	94101	Modul Foto- und Tontechnik			
1 - 3	34104	Fototechnik	S	4	6
1 - 2	34105	Tontechnik	V	2	4
	94102	Modul Fernsehtechnik			

1 - 2	34106	Fernsehtechnik	V	4	6
1 - 2	34107	Fernsehtechnik Seminar	S	2	4
	94103	Modul Interaktive Medien			
1 - 2	34108	Interaktive Medien	S	2	4
1 - 3	34109	Seminar Interaktive Medien	S	2	4
1 - 3	34110	Technische Innovationen in Interaktiven Med.	S	2	4
	94104	Modul Internet			
1 - 3	34111	Seminar Internet	S	2	4
1 - 3	34112	Streaming Media	S	2	4
1 - 2	34113	C++ für Realtime-Anwendungen	S	2	4
	94105	Modul Computer Science			
3	38010	Management von IT-Projekten	S	4	6
3	38110	Medien - Logistik - Systeme	V	4	6
3	38710	Mediensicherheit und Digital Rights Management	V	4	6
	94106	Modul Computergrafik 1			
2	34114	Modellierung und Simulation 1 ¹⁾	V, Ü	4	6
3	34117	Modellierung und Simulation 2 ²⁾	V	2	3
1 - 3	34118	From Clay to Digital 3D-Modeling ⁹⁾	S	2	4
	94107	Modul Computergrafik 2			
3	34115	Computer Vision ^{2) 9)}	V	2	3
3	34116	Seminar Computergrafik ²⁾	S	2	4
2 - 3	38810	Moderne Techniken der Bildberechnung	V	4	6

Zulassung zum Studium

Voraussetzung für die Zulassung im Schwerpunkt Unternehmenskommunikation ist die Affinität des ersten Hochschulstudiums zu diesem Schwerpunkt. Es liegt volle Affinität des grundständigen Studiums vor, wenn ein abgeschlossenes Hochschulstudium im kommunikationswissenschaftlich sozialwissenschaftlich/werbewirtschaftlichen Bereich vorliegt. Neben den Abschlüssen Werbung und Marktkommunikation, Informationsdesign sowie Medienwirtschaft der Hochschule der Medien werden auch ähnlich positionierte Studiengänge anderer nationaler oder internationaler Hochschulen anerkannt.

Die Abschlussnote im ersten Hochschulstudium, eine Bewerbungsmappe mit Motivationsschreiben und Empfehlungen (von Hochschulen oder Arbeitgebern) sowie eine Darstellung der Bewerberpersönlichkeit (beispielsweise über politisches, soziales, sportliches, musikalisches und kulturelles Engagement) sind für die Zulassung entscheidend. Die Gesamtnote für die Zulassung muss überdurchschnittlich sein. Bewerberinnen und Bewerber mit einer Verfahrensnote schlechter als 2,5 können frühestens nach einer einschlägigen mindestens zweijährigen Berufstätigkeit zum Masterstudium zugelassen werden. Der Studienbeginn ist zum Sommer- und zum Wintersemester möglich.

Perspektive

Klassische Einsatzfelder sind unter anderem Rundfunkanstalten, Filmproduktionen, Multimedia- oder Werbeagenturen sowie Marketing- und Kommunikationsabteilungen mittlerer und großer Unternehmen. Absolventen des Schwerpunkts Unternehmenskommunikation können beispielsweise in den Abteilungen Corporate Communications, Coproate Publisng von Unternehmen arbeiten.