



B.A. MANAGEMENT IN DIGITALEN MEDIEN

» MEDIENMANAGER/-INNEN LENKEN KREATIVE IDEEN IN WIRTSCHAFTLICH LOHNENDE BAHNEN.«

Prof. Matthias Welker, Fachbereichsleiter Medien & Kommunikation



MEHR ALS „IRGENDWAS MIT MEDIEN“

Kaum eine Branche ist so facettenreich, dynamisch und wandelbar wie die Medienindustrie. Hier gilt es, mit kreativen Inhalten wirtschaftlich zu arbeiten. Das Studium Medienmanagement an der hdpk befähigt Sie, flexibel entlang der Wertschöpfungskette eines Medienunternehmens zu agieren und zu steuern.

Als Manager für digitale Medien verfolgen Sie aufmerksam aktuelle Trends im Netz und wissen, wie man im Web ein Publikum für sich gewinnt. Mit diesem Studienschwerpunkt vertiefen Sie ihr Wissen in den Bereichen Interface Design und Content Management, Social Media, AV-Produktion und Statistik.

Dabei bekommen Sie das nötige technische und ökonomische Fachwissen an die Hand, um Informationen und Produkte auf dem digitalen Markt zielgerichtet zu platzieren. Wahlfächer u.a. in den Bereichen Interkulturelles Management, Medienethik, Gründungsberatung, Medienpsychologie, Storytelling und Kreative PR in Netzwerken schulen Ihr kommunikatives Geschick und schärfen Ihr Persönlichkeitsprofil für einen erfolgreichen Karrierestart in der wachstumsstarken digitalen Medienbranche.

SCHWERPUNKTE

Medienmanagement & -produktion	████████████████████
Medienwirtschaft	██████████████
Kommunikationswissenschaft	██████████████
Crossmedia	██████████
Journalistische Praxis	██████████
Medieninformatik	██████
Medienrecht/ -ethik	████
Persönlichkeit	██
Kultur- und Mediengeschichte/ kreative Bildung	██████████

BERUFSBILDER

- Positionen bei:
- Radio und TV
 - Mediaplanungsagenturen
 - Verlagen
 - Online- und Mobileanbietern
 - Veranstaltern
 - PR- und Kommunikationsagenturen
 - Kommunikationsabteilungen von Unternehmen
 - Messe und Tourismusunternehmen
 - Eventagenturen



B.A. MANAGEMENT IN DIGITALEN MEDIEN

© SRH Hochschulen Berlin, Fotos: Monique Küssel & Laura Palm • Design: sandtranaumann.com

ZIELE DES STUDIUMS

Manager digitaler Medien kennen deren Wirkungsweisen und Dynamiken und wissen, wie man im Web ein Publikum für sich gewinnt. Für Organisationen, Unternehmen oder Agenturen identifizieren sie Zielgruppen, planen Kampagnen, führen diese durch und werten Ergebnisse aus. Vertraut mit unterschiedlichsten digitalen Medienformaten und ausgestattet mit fundierten Kenntnissen in den Bereichen Journalismus, Medienpsychologie, Marketing und Finanzierung bieten sich Ihnen exzellente Chancen auf dem Arbeitsmarkt – u.a. in Verlagen, Radio- und TV-Sendern, Produktionsfirmen und Marktforschungsinstituten, PR- und Kommunikationsagenturen und bei Veranstaltern.

STUDIENVERLAUFSPLAN (gemäß CORE-Prinzip)

SEMESTER	BLOCK I Woche 01-05	BLOCK II Woche 06-10	BLOCK III Woche 11-15	BLOCK IV Woche 16-18
1. Semester Einführung Kommunikations- & Medienmanagement	Kommunikations- & Medienmanagement I	Kommunikations- & Medienmanagement II	Kommunikations- & Medienmanagement III	Praxisprojekt I: Presentation Techniques
	Theorie-Praxistransfer: Projektorganisation			
	Business English / English for Media			
2. Semester Öffentlichkeit und Märkte	Medienmärkte & Medienpolitik	Öffentlichkeit & Kommunikationskanäle	Marktanalyse & Geschäftsmodelle	Praxisprojekt II: Gestaltungslehre, Performance, Interaktionsdesign
	Theorie-Praxistransfer: Musikproduktion / AV-Produktion			
	Journalismus: Textarbeit mit wissenschaftlichen & fiktionalen Texten, Recherche & Redaktion			
3. Semester Medienpraxis & Unternehmensentwicklung	Aktionsfelder, Problemstellungen, Instrumente	Organisations- & Aktionsmodelle	Wahlmodul 1: Journalismus, Mediengeschichte, Medieninformatik & Multimediarecht	Praxisprojekt III: Studiengangübergreifende Workshops
	Theorie-Praxistransfer: Medienpraxis nach Studienrichtung: Eventplanung & Organisation/Redaktion und Agentur/ Social Media Management			
	Medienpsychologie: Rezeptionserleben und –verhalten, Medienwirkung, Mensch-Computer			
4. Semester Kommunikationspraxis & Kontrolle	Kommunikation mit Kapitalgebern & interne Steuerung	Financial Accounting and Controlling	Wahlmodul 2: Künstlerische & Persönlichkeitswahlfächer	Praxisprojekt IV: Studiengangübergreifende Workshops
	Theorie-Praxistransfer: Medienpraxis nach Studienrichtung: Eventkommunikation / Lehedaktion / Online Reputation und Monitoring			
	Spezielles Medienrecht: Veranstaltungsrecht, Presserecht			
5. Semester	Erweitertes Praxissemester / Studiensemester im Ausland			
6. Semester Führung und Persönlichkeit	Kommunikation im Konflikt und PR	Unternehmen, Musik, Digital	Wahlmodul 3: Studiengangübergreifende Workshops	Praxisprojekt V: Präsentation Organisations- & Führungskonzepte
	Theorie-Praxistransfer: Unternehmensführung			
	Abschlussvorbereitung, Betreuung wissenschaftliches Arbeitens & nach Studienrichtung			
7. Semester Bachelor Abschluss	Wahlmodul 4: Soziale Medien & PR		Wahlmodul 5: Gründungs- & Berufsberatung	
	Bachelorprojekt, Kolloquium			Präsentation / Studienabschluss
	Bachelor Thesis			

AUF EINEN BLICK

ABSCHLUSS	Bachelor of Arts
STUDIENDAUER	7 Semester
CREDIT POINTS	210
PRAKTIKUM	im 5. Semester
STUDIENORT	Berlin

ZUGANGSPRÜFUNG

Feststellung der Eignung durch studiengangspezifische (Haus-) Aufgabe und persönliches Gespräch

BEGINN DES STUDIUMS

Sommersemester: 1. April
Wintersemester: 1. Oktober

BEWERBUNGSFRISTEN

Sommersemester: 15. Januar
Wintersemester: 15. Juli
Bewerbung für Reststudienplätze möglich bis zum Semesterstart

KOSTEN

650,- €/Monat

CORE

STUDIERN MIT KOPF & HERZ -
Lebendig. Praxisnah. Im Team gestalten.

KONTAKT

SRH Hochschule der populären Künste (hdpk)
Potsdamer Str. 188
D-10783 Berlin

Sebastian Rabe
+49 30 2332066-21
studienberatung.hdpk@srh.de

LINKS

- www.hdpk.de
- spam-music.de
- horst.fm

ANSPRECHPARTNER



Prof. Matthias Welker
Fachbereichsleiter



Sebastian Rabe
Studienberatung

BEWERBUNGEN

Für die Zulassung zum Studium setzen wir die allgemeine Hochschulreife oder Fachhochschulreife voraus.

Außerdem müssen Sie innerhalb des Bewerbungsverfahrens eine textliche Hausaufgabe bearbeiten und im Rahmen eines persönlichen Gesprächs Ihre fachliche Eignung nachweisen.



SRH Hochschule der populären Künste