

B.A. JOURNALISMUS- UND PR-MANAGEMENT

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

Prof. Matthias Welker, Fachbereichsleiter Medien & Kommunikation



MEHR ALS „IRGENDWAS MIT MEDIEN“

Das Studium Medienmanagement an der hdpk befähigt Sie, flexibel entlang der Wertschöpfungskette eines Medienunternehmens zu agieren und zu steuern. Als Manager für Journalismus und PR sind Sie der Experte für den crossmedialen Dialog und die journalistische Aufbereitung von Informationen für unterschiedlichste Kommunikationskanäle.

In Theorie und Praxis werden Sie vertraut mit den Geschäftsmodellen und Methoden von Redaktionen und PR-Agenturen, Content Management und Produkt-PR. Sie üben die Planung crossmedialer Kommunikationskampagnen, das Texten für Online und Print und produzieren eigene Reportagen für das CampusRadio HorstFM.

Persönlichkeitsbildende Wahlfächer u.a. in den Bereichen Interkulturelles Management, Medienethik, Gründungsberatung, Medienpsychologie, Storytelling und Kreative PR in Netzwerken schulen Ihr kommunikatives Geschick und machen Sie zusätzlich fit für unterschiedlichste journalistische Arbeitsfelder in der 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
 - Veranstalter
 - PR- und Kommunikationsagenturen
 - Kommunikationsabteilungen von Unternehmen
 - Messe und Tourismusunternehmen
 - Eventagenturen

B.A. JOURNALISMUS- UND PR-MANAGEMENT

ZIELE DES STUDIUMS

Vom Radioprogramm bis zur PR-Kampagne eines Smartphone-Herstellers – Journalismus- und PR-Manager produzieren Inhalte und transportieren diese crossmedial über unterschiedliche Kanäle und Kontaktpunkte zu ihren Zielgruppen. Als Kommunikationsexperten mit solidem journalistischem Handwerkszeug und ökonomischem Know-How bieten sich Ihnen vielfältige Karrierewege, u.a. in Redaktionen, Mediaplanungsagenturen oder Marketingabteilungen, in Verlagen oder Radiosendern, in PR- und Kommunikationsagenturen.

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