



Vision der Medienentwicklung Konsequenzen | Auswirkungen auf Medienmaster

**Master-Infotag
20. April 2018**

Prof. Eichsteller – von Strategiemeeting mit Unternehmer und Beirat 2017



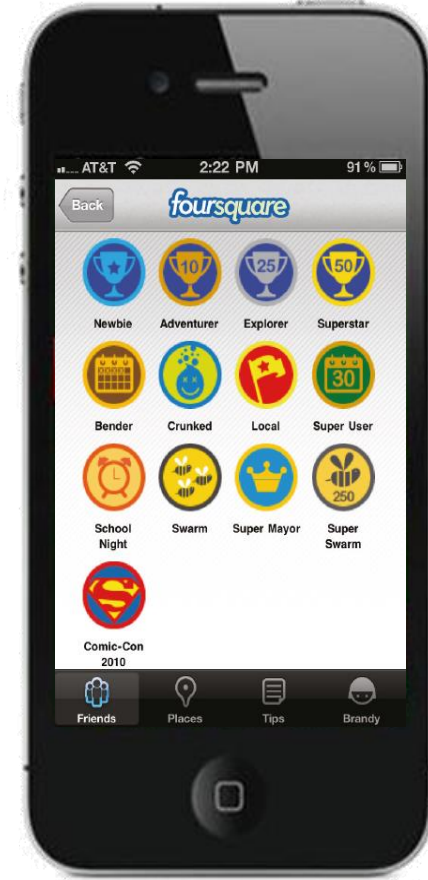
Kickoff



Werbung von großen Marken heute

The image displays a collage of digital marketing assets for Heineken's Star Player app. On the left, a Facebook page snippet for 'Heineken Star Player' is visible, showing a profile picture of a Heineken bottle and navigation options like 'Wall', 'Info', and 'Star Player'. In the center, a YouTube video player shows a video titled 'Heineken Star Player BuzzmaniaTV.mp4'. The main part of the collage is a mobile app landing page with a green background. It features the Heineken logo and the text 'STAR PLAYER' with a green star icon. A prominent red button says 'DOWNLOAD STAR PLAYER-APP'. Below this, three smartphones are shown displaying the app's interface, which includes a 'PICK A MATCH AND PLAY' button, 'HOW TO PLAY' instructions, 'LEADERBOARDS', 'YOUR PROFILE', and 'YOUR LEAGUE'. The app interface also shows statistics like 'MISSED 500 ms' and 'GOAL SAVED 150 ms'. At the bottom of the landing page, there are navigation links for 'SPIELPAARUNGEN', 'SO WIRD GESPIELT', 'RANGLISTEN', 'DEINE LIGA', 'PREISE', and 'AUF DEM HANDY SPIELEN'. A footer contains 'UNTERNEHMENSINFORMATIONEN', 'NUTZUNGSBEDINGUNGEN/DATENSCHUTZ', 'FAQ', and social media links for Facebook and a language selection dropdown.

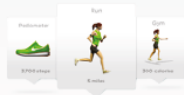
Marken-Strategien werden zu Involvement-Strategien



Digitale Interaktionskonzepte mit Offline-Komponenten



Aktivitäten aufzeichnen



Mit Nike+ kannst du alle deine Aktivitäten aufzeichnen, egal ob Laufen oder alltägliche Aktivitäten und deine Ergebnisse über einen bestimmten Zeitraum vergleichen.

Persönliche Ziele setzen



Und sie dann bezwingen. Mit Nike+ kannst du dir Ziele setzen und dir die nötige Motivation holen, um alles aus dir rauszuholen. Für jeden Tag, jeden Lauf und jedes Workout.

Intelligenter trainieren



Hol dir Trainingstipps von Weltklasse-Trainern, während du auf dein Ziel hinarbeitest oder einfach nur um deine Gesamtleistung zu verbessern.

Leistung verbessern



Zeichne deine Läufe und Aktivitäten auf und sieh dir deinen Fortschritt an. Nike+ zeigt dir außerdem Trends an und gibt Tipps, mit denen du dich verbessern kannst.

Bessere Strecke suchen



Nike+ unterstützt dich bei der Suche nach neuen Orten zum Laufen und bietet Spiele, Belohnungen u.v.m., um deine Grenzen auszuleisten und dabei Spaß zu haben.

Deinen Tag beschreiben



Halte fest, wie du dich gefühlt hast, wie das Wetter, Gelände und deine Laufstrecke waren. Du kannst auch Notizen hinzufügen, um das Erlebnis persönlicher zu gestalten.

Freunde herausfordern



Push dich und deine Freunde mit Spielen, Herausforderungen und virtuellen Wettbewerben, um motiviert zu bleiben.

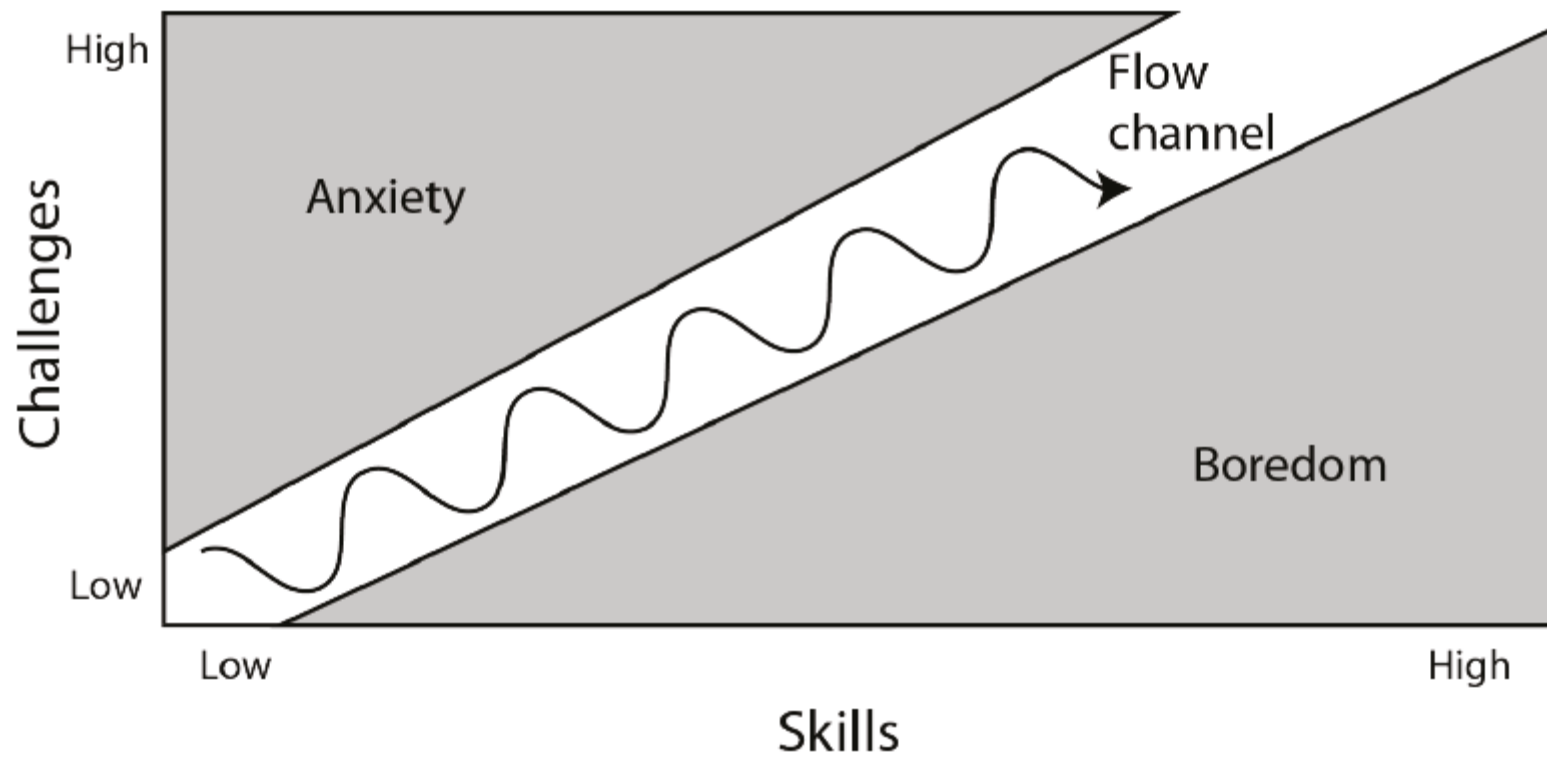
Teile deinen Erfolg



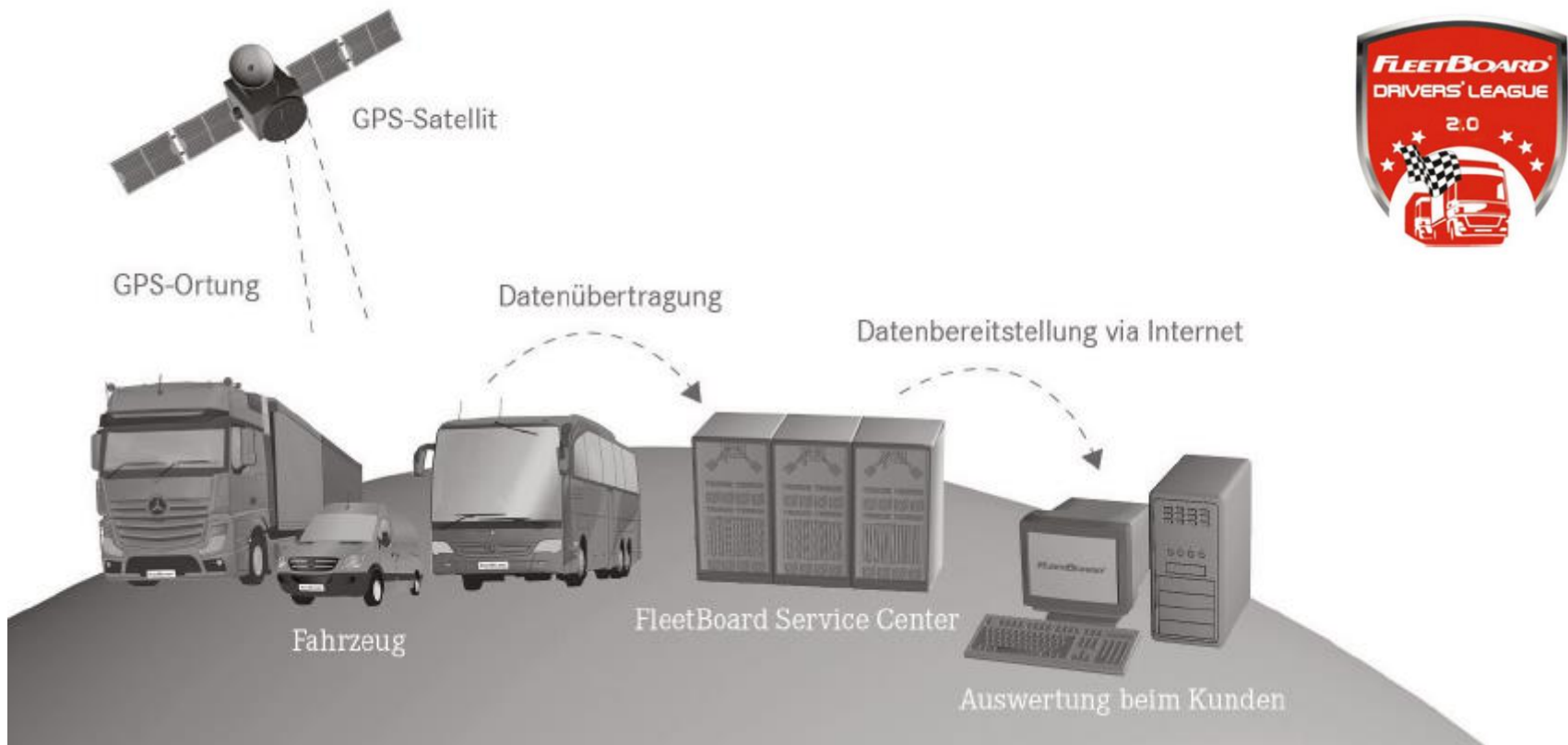
Jeder Sieg bedeutet etwas. Nike+ belohnt deine Erfolge und lässt deine Freunde daran teilhaben.



Flow zwischen Herausforderung und Langeweile erzeugen



Digitale Interaktionskonzepte in B2B übersetzt



Trend

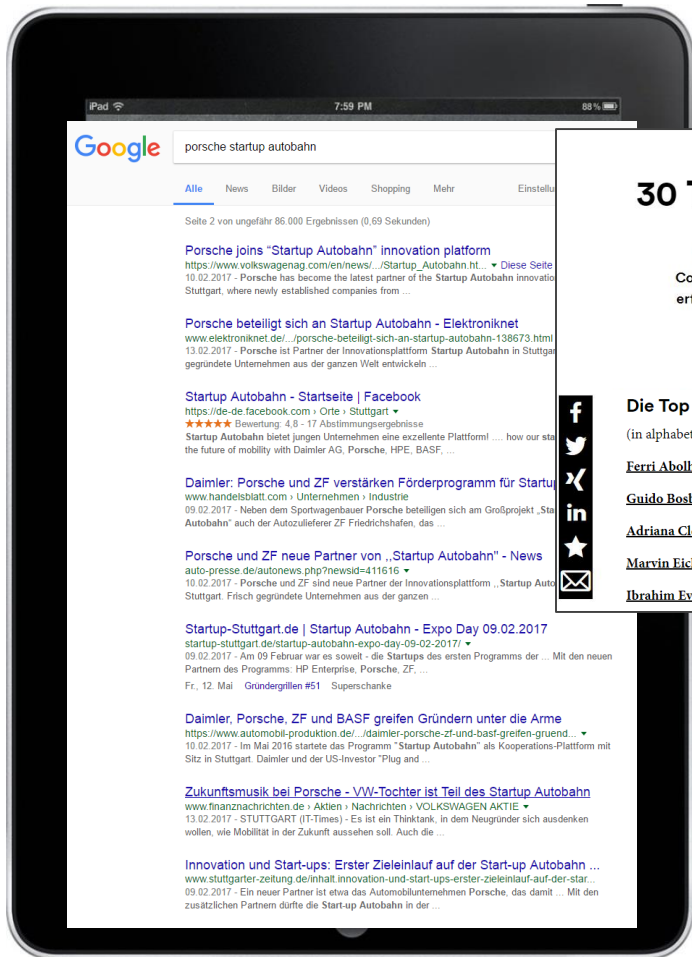
Consumerization / Gamification

Hobbies Prof. Harald Eichsteller



Hobbies Prof. Harald Eichsteller II

www.emobilitaetblog.de
 https://www.facebook.com/EMobilitaetBlog



Content Marketing

30 Top-Influencer auf LinkedIn

Xing und LinkedIn entwickeln sich gerade zu Medien- und Content-Marketing-Plattformen. Welches Mitglied ist besonders erfolgreich? Hier sind die Top 30 in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

*Text: Frank Zimmer
12. Dezember 2017*

Die Top 25 der LinkedIn-Autoren
 (in alphabetischer Reihenfolge)

- Ferri Abolhassan** - Telekom-Manager
- Guido Bosbach** - Berater
- Adriana Clemens** - McKinsey-Managerin
- Marvin Eichsteller** - Blogger / Experte für Elektromobilität
- Ibrahim Evsan** - Berater, Startup-Gründer



Handlungen Personen Länder

3.996 erreichte Personen

Link-Klicks	128
Gefällt mir	2
Kommentare	2
Geteilte Inhalte	3

3.996 erreichte Personen

Gefällt mir · Antworten · Nachrichten · 1 Antwort

EMobilität - der Blog Lars Ammann erzeugt

Gefällt mir · Antworten · 1 · Kommentiert von Harald Eichsteller [?] · 4. März um 14:59 · Bearbeitet

Kommentieren ...

DESKTOP NEWS FEED MOBILER NEWS FEED

EMobilität - der Blog Gesponsert €

Beitrag mit Videos vom Porsche Mission E Design und aus der Batterieforschung

Porsche Mission E 18 Monate Jahr nach der Vorstellung

Der Porsche Mission E war vor genau einem Jahr in Genf vorgestellt worden und dem Preis „Best Concept Car Design“ ausgezeichnet worden.

EMOBILITAETBLOG.DE [Mehr dazu](#)

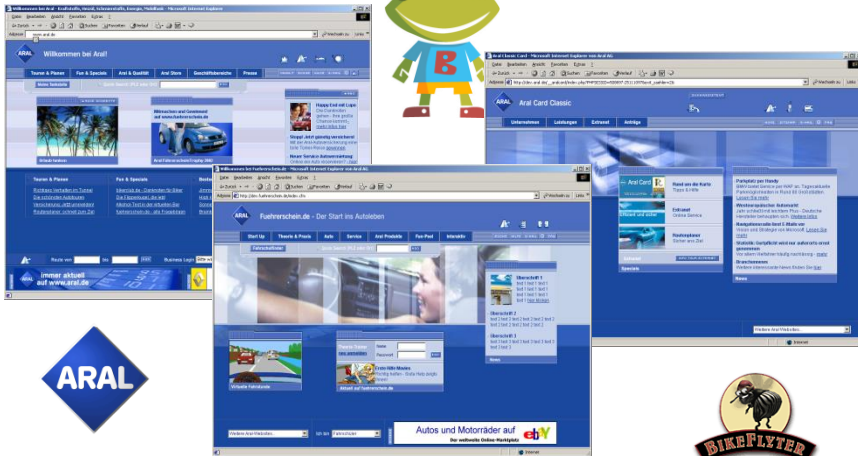
66 Reaktionen 2 Kommentare

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

[Bewerbe einen anderen Beitrag](#) [Schließen](#)

Background Prof. Harald Eichsteller

www.aral.de



SIEMENS



Highlight 2001 – IT-Innovationspreis für Tankstellenpreise online



Aral Tankstelle Robert Herrmann	
Preise	
Aral Super E10	140 ^g
Aral Super 95	152 ^g
Aral Ultimate 102	160 ^g
Aral Diesel	132 ^g
Aral Ultimate Diesel	142 ^g
Aral LKW Diesel	131 ^g

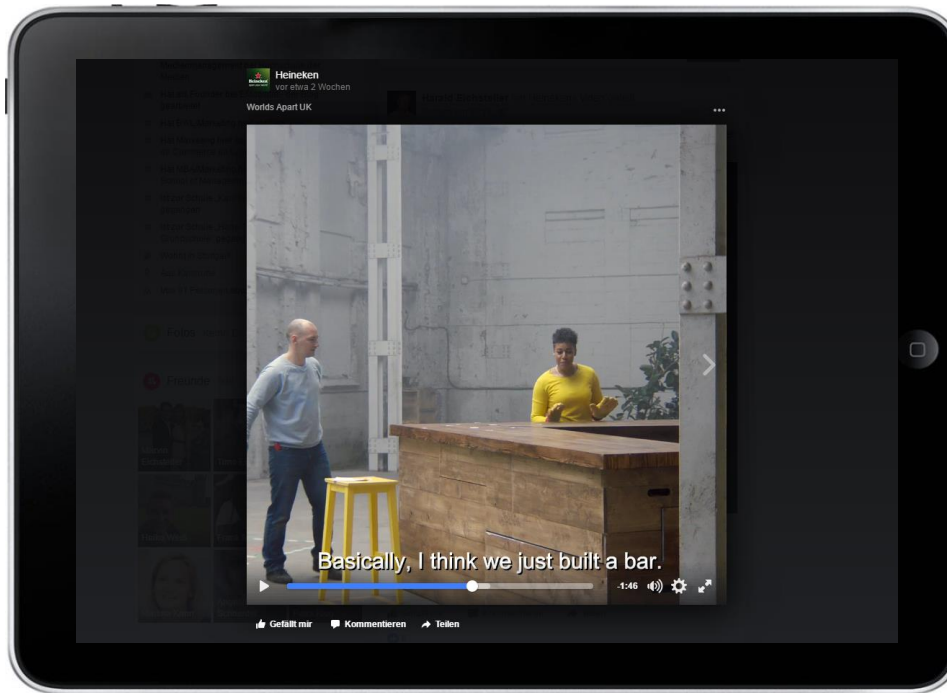
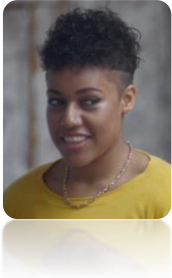
Letzte Preisänderung: 11. Mai 2014 12:03,
Stand: 11. Mai 2014 15:21
Ohne Gewähr - es gelten die Preise (€) an der Zapfsäule.

Aral Diesel	
Dieter Gusenbauer Hauptstraße 156, Stuttgart	134 ^g >
Thomas Weiß Albtalstraße 18, Marzell	133 ^g >
Matthias Kolmar Venloer Straße 39, Pulheim	132 ^g >
Ferdinand Schmidt Aachener Straße 1100, Köln	137 ^g >
Robert Herrmann Sachsstraße 2, Pulheim	132 ^g >
Angelika Weiss Karlsruher Straße 50a, Ettlingen	136 ^g >

Hochschule der Medien – Hochschule für angewandte Wissenschaften

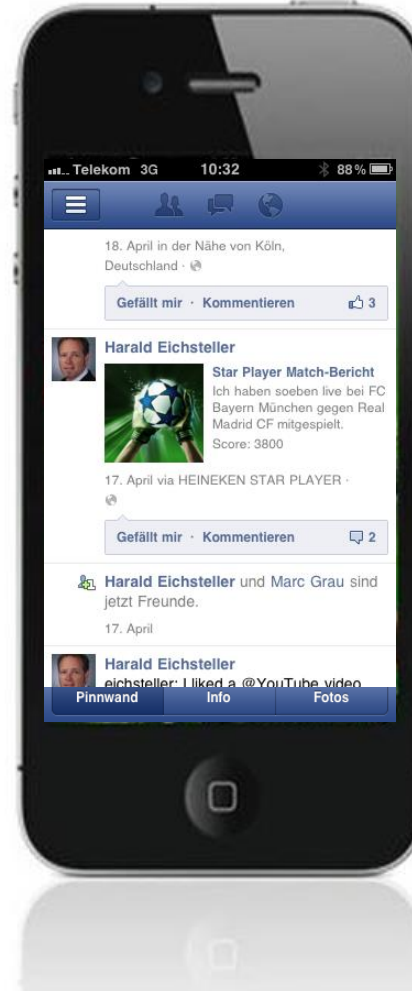


Heineken Open Your World – Worlds apart



www.youtube.com/watch?v=dKggA9k8DKw

Kunden werden zu Multiplikatoren



... doch so einfach ist es nicht

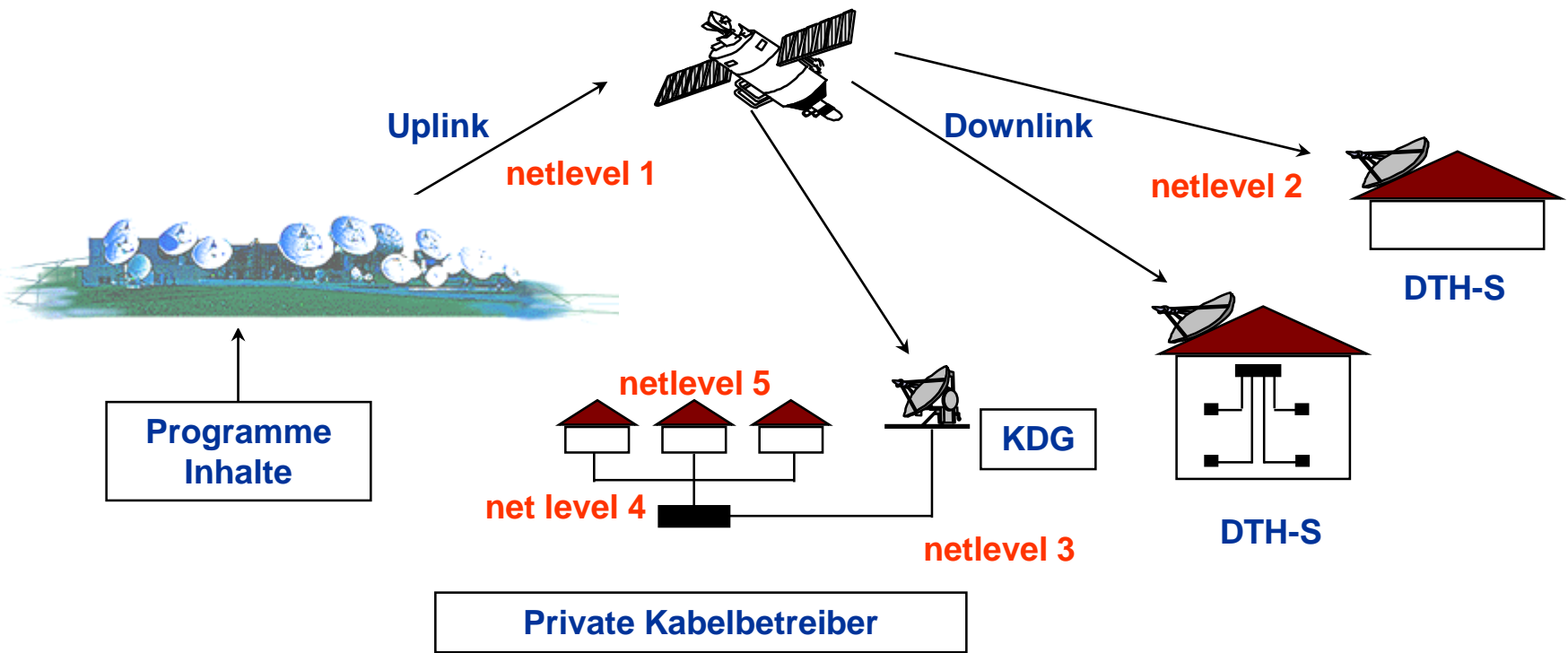
The screenshot shows a Facebook profile for Harald Eichsteller. The main post is titled "Star Player Match-Bericht" and describes a live broadcast of FC Bayern München vs Real Madrid CF. The score is 3800. Below the post are two comments:

- Harald Eichsteller** (posted 48 minutes ago): "wenn man auf T-Home Entertain das Spiel verfolgt, ist der Zeitverzug zwischen Live-Match und TV-Screen oft zu viel >>> Uplink - Downlink - Einspeisen - Puffern = 10 Sekunden"
- Christian Hütel** (posted 7 minutes ago): "Bald hat es sich eh gegessen mit Liga Total :). Es lebe Sky!"

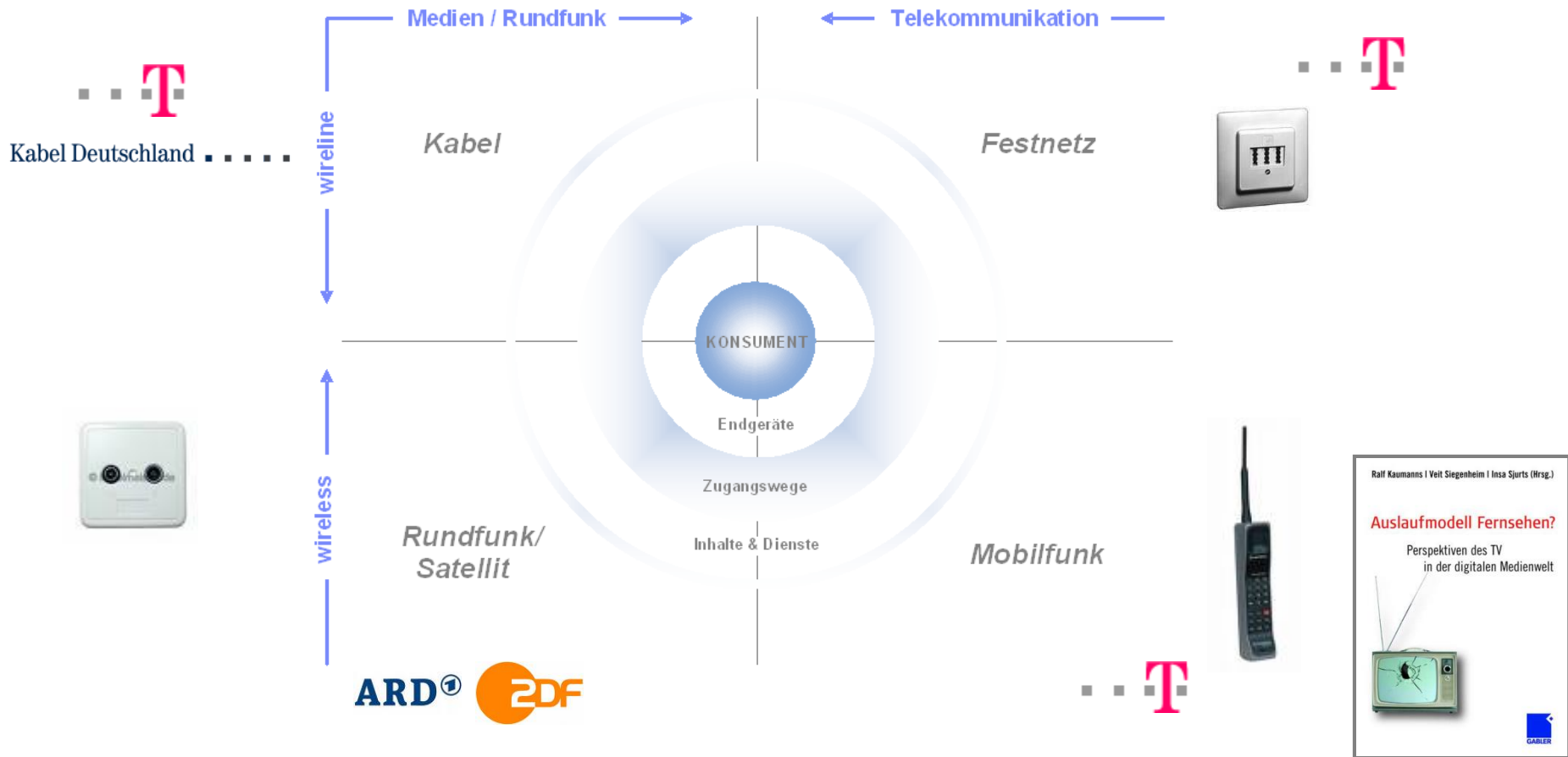
The left sidebar shows the user's profile picture, cover photo, and a list of friends including Christian Willers, Bianca Weishäupl, Kim Isabel Walter, Christina Bedürftig, Alexander Kast, Till Grupp, Jürgen Henrich, and Thomas Brasch.

At the bottom, there are two small promotional ads: one for iPhone cases and another for Zurich Sports.

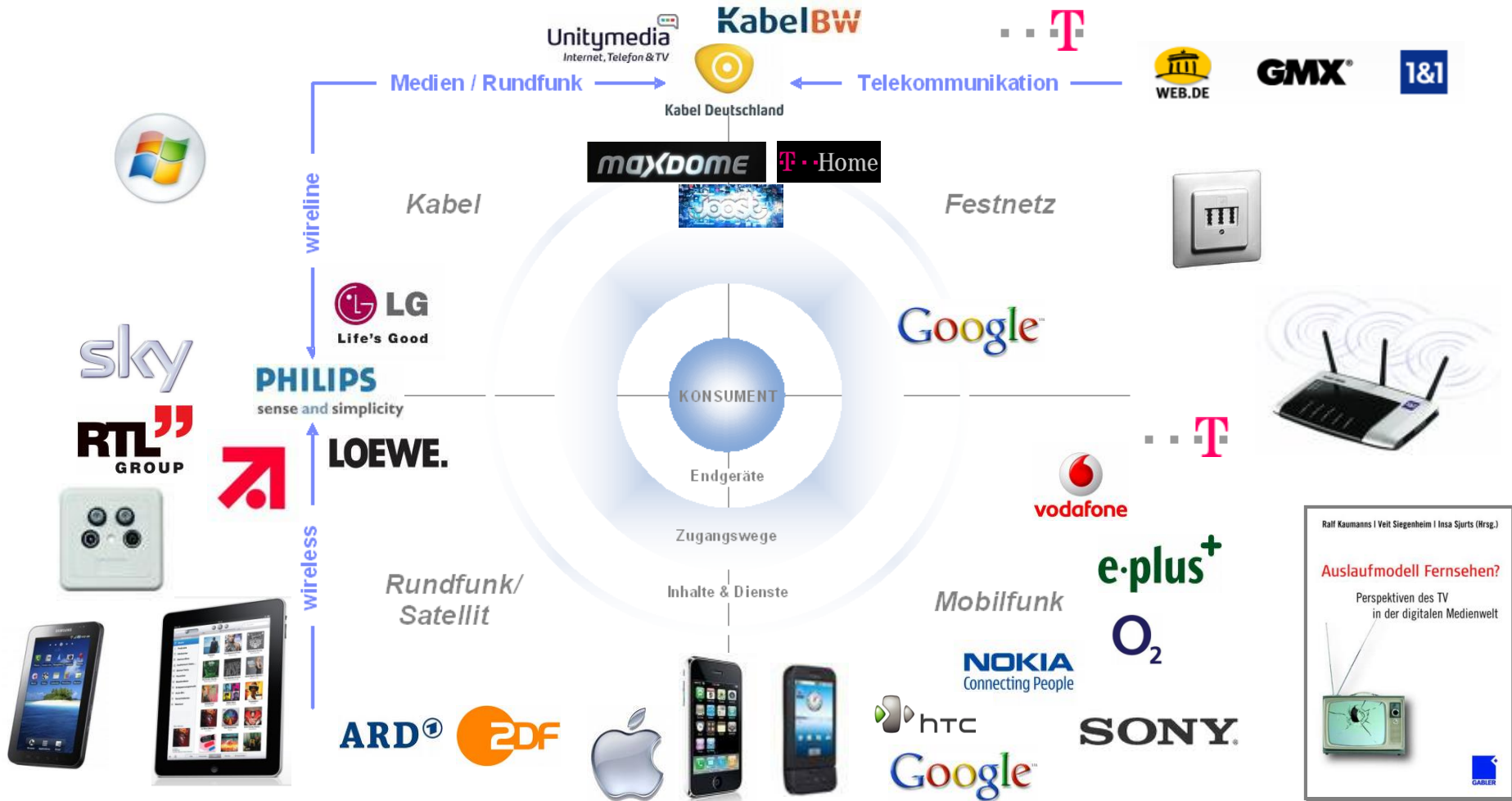
Im internationalen Vergleich mit Abstand das beste Netz



Telekommunikation | Informationstechnik | Medien | Entertainment = TIME



Konvergenz-Radar



Telekommunikation | Informationstechnik | Medien | Entertainment



Die IT- und Medienwelt in Baden-Württemberg im Jahr 2020

MFG Stiftung Baden-Württemberg, August 2008, FAZIT Forschungsbericht / Band 15

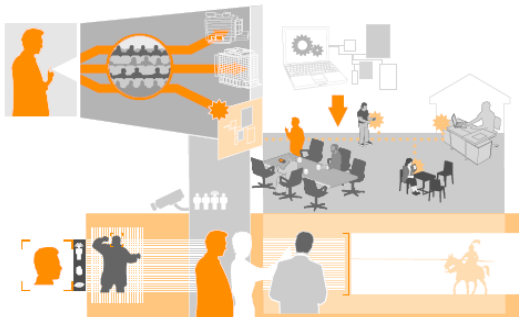
Die flexible, virtualisierte Arbeitnehmerin



The empowered User



Die neue Wissenschaftselite



Die IKT Branche nach der Experimentierphase



Peter Kemnitzer, SWR-Filmautor, freier TV-Produzent, Lehrbeauftragter

„Die unterschiedlichen Medien **wachsen in atemberaubender Geschwindigkeit zusammen**, verändern sich, ergänzen sich. Es wird keinen medialen Einheitsbrei geben, aber Nutzung und Gewohnheiten ändern sich mit jeder Generation.

Entsprechend **vielseitig muss auch die Berufsausbildung sein**. Vor allem, wenn man davon ausgeht, dass dieser stete Wandel, der ja auch einen Teil der Attraktivität dieses Berufsfeldes ausmacht, so weitergehen wird. Die Absolventen werden in Berufen arbeiten, die es heute zum Teil noch gar nicht gibt. Daher haben die Hochschulen die Verantwortung eine **zukunfts feste Ausbildung** anzubieten. Und die muss in diesem Bereich **möglichst breit** sein.

Die **nötige Spezialisierung kommt später**, teilweise erst im Beruf. Beginnt die zu früh, nimmt man den Studenten einen Teil ihrer künftigen Möglichkeiten. Kann man wirklich mit Anfang 20 immer schon entscheiden, wie genau die berufliche Zukunft aussehen soll?

Man **muss nicht alles perfekt können**. Aber Vieles doch soweit, dass man weiß, worum es geht und bei Bedarf sich schnell einarbeiten kann.

Peter Kemnitzer, SWR-Filmautor, freier TV-Produzent, Lehrbeauftragter

Der Weg, den die HdM hier einschlägt, ist für mich als jemandem, der seit Jahrzehnten in Praxis und Ausbildung tätig ist, der richtige. Schwachpunkte, die ich in der täglichen Redaktionsarbeit erlebe, werden durch den Aufbau des Masters an der HdM angegangen:

- Blicken und Denken über den **Tellerrand**
- **Verstehen**, was der Kollege macht
- **Respekt** vor anderen Tätigkeiten
- kurz: **Interdisziplinäres** Arbeiten, Handeln und Denken.“

„Fields of Excellence“ des Medienmasters bauen auf vier Fundamenten auf

1
Kompetenz

2
Ausstattung

3
Anwendung

4
Gestaltbarkeit

Lehren und Lernen ist Teamwork – die Medienmaster mit einem großen Team

Kompetenz



Crossmediales Arbeiten am Beispiel Convergent Media Center (CMC)

Ausstattung



**Der Raum:
kommunikativ.**



**Die Ausstattung:
umfassend.**



**Das Arbeiten:
interdisziplinär.**

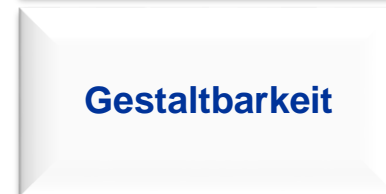
DIVE Projekt @ dmexco2010 @ Interact2011 @ dmexco2013 @ dmexco2014 digital and interactive venues & exhibitions



Internet
Innovators



TOGETHER FOREVER? ONLINE + TRADITIONAL MEDIA
8 - 9 June 2011



www.internetinnovators.com

<https://vimeo.com/156240473>

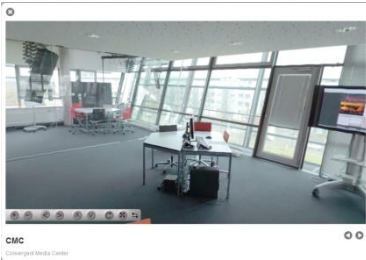


Internet
Innovators

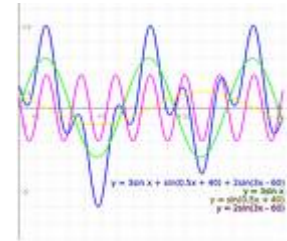
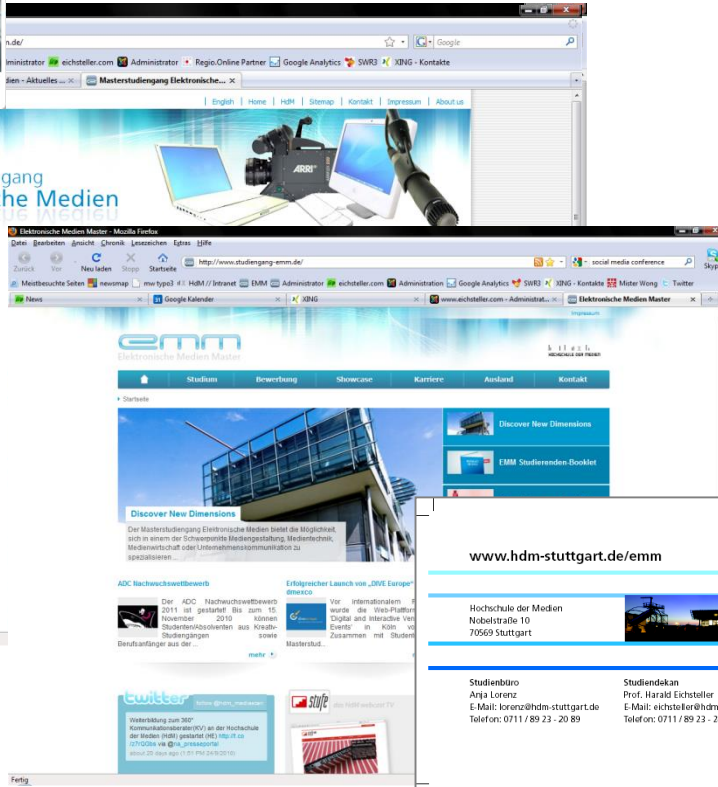


www.engagementmarketinginsights.de

Aufbau der EMM Außendarstellung _ interdisziplinär, studentisch Corporate Design, Logo, Internetauftritt, Printbroschüre



>> Showcase



www.hdm-stuttgart.de/emm

Hochschule der Medien
Nobelstraße 10
70569 Stuttgart

Studienbüro
Anja Lorenz
E-Mail: lorenz@hdm-stuttgart.de
Telefon: 0711 / 89 23 - 20 89

Hochschule der Medien

Studiendekan
Prof. Harald Eichsteller
E-Mail: eichst@hdm-stuttgart.de
Telefon: 0711 / 89 23 - 28 92

Aufbau der neuen Außendarstellung _ interdisziplinär, studentisch Messeausstattung



Integratives Masterkonzept I

16 Jahrgänge > 48 bis 68 Studierende pro Semester > 180 bis 500 Bewerber

	Audiovisuelle Medien	Medienwirtschaft	Unternehmenskommunikation	
4. Semester	<i>Masterarbeit / Tutorium</i>	<i>Masterarbeit / Tutorium</i>	<i>Masterarbeit / Tutorium</i>	30 ECTS
3. Semester				30 ECTS
2. Semester	<i>Schwerpunkt Produktionen / Projekte</i>	<i>Schlüsselkompetenzen</i>	<i>Interdisziplinäre Produktionen / Projekte</i>	30 ECTS
1. Semester	<i>Schwerpunkt Pflichtmodule</i>	<i>Wahlpflichtmodule der Schwerpunkte</i> <i>Schwerpunkt Pflichtmodule</i>	<i>Schwerpunkt Pflichtmodule</i>	30 ECTS

Integratives Masterkonzept II

seit WiSe 2015/16 > 108 bis 125 Studierende pro Jahr > über 700 Bewerber



Media Research

Master of Science (M. Sc)



Master of Arts

- Advanced Media Management
- Web Analytics
- Digitale Medien und Marketing
- Internationale Kommunikation & Management
- Digitale Ethik
- Online Medien Management
- Innovationsmanagement & Entrepreneurship
- Integrierte TV-Formatentwicklung und -vermarktung



Master of Arts

- Kommunikations- management
- Branding
- Digitale Medien und Marketing
- Internationale Kommunikation & Management
- Digitale Ethik



Master of Engineering

- Computergrafik/ Computeranimation
- Ton
- Film & Fernsehen
- Interaktive Systeme/ Games

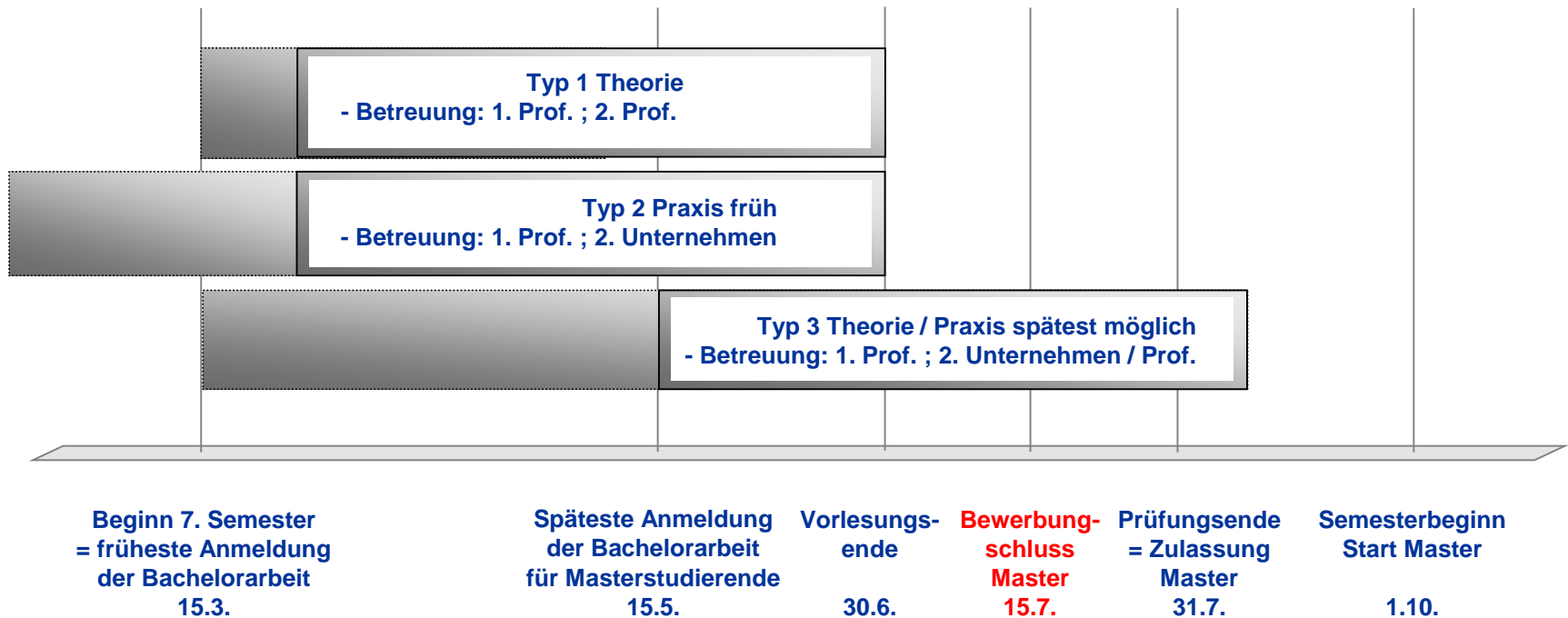


Computer Science&Media

Master of Science (M. Sc)



Timing für Bachelorarbeiten _ 12 ECTS / 3 Monate Bearbeitungszeit



Studium mit 180 ECTS – Learning Agreement über 30 ECTS

Ableich der Eingangsqualifikationen
für die Zulassung zum Masterstudiengang

Ableich der Kompetenzen, die (geb. am.....) im oder nach dem
grundständigen Studium des/der an der erworben hat,
mit den für die Zulassung zum oben genannten Masterstudium notwendigen Eingangsqualifikationen.

Das Formular wurde ausgefüllt durch Prof. H. Eichsteller am

Hinweis: Der Abgleich ist Voraussetzung für das Learning Agreement zwischen Studiengang und Studienbewerber(in).

Für die Zulassung erforderliche Kompetenzen	Kompetenzen des/der Studienbewerber(in)	Nachträglich zu erwerbende Kompetenzen
Der Bewerber /die Bewerberin besitzt betriebswirtschaftliche Praxiskompetenzen.	<input type="checkbox"/> vollständig <input type="checkbox"/> teilweise <input type="checkbox"/> nicht nachgewiesen	
Der Bewerber /die Bewerberin besitzt medienbezogene Praxiskompetenzen.	<input type="checkbox"/> vollständig <input type="checkbox"/> teilweise <input type="checkbox"/> nicht nachgewiesen	
Der Bewerber /die Bewerberin besitzt kommunikationsbezogene Praxiskompetenzen.	<input type="checkbox"/> vollständig <input type="checkbox"/> teilweise <input type="checkbox"/> nicht nachgewiesen	
Der Bewerber /die Bewerberin besitzt interkulturelle Kompetenzen.	<input type="checkbox"/> vollständig <input type="checkbox"/> teilweise <input type="checkbox"/> nicht nachgewiesen	

Ableich der Eingangsqualifikationen für die Zulassung zum Masterstudiengang V1.0/LJ/Hj/He Mai 2017

Learning Agreement
für die Zulassung zum Masterstudiengang Medienmanagement

Für (geb. am.....) wurde bei der Überprüfung der im oder nach dem
grundständigen Studium des/der an der erworbenen
Kompetenzen festgestellt:

Alle notwendigen Kompetenzen für die Aufnahme des oben angegebenen Masterstudiums sind vorhanden.

Folgende Leistungen bzw. Module müssen als Angleichungsleistungen erbracht werden:

Nr.	Modul bzw. Leistung	EDV-Nr.	ECTS/Umfang
1	Einschlägiges Praktikum (1 Monat Vollzeit = 5 ECTS)		
2	und/oder Bachelor-Veranstaltungen an der HdM oder einer anderen Hochschule/Universität		
3	und/oder internationales Studium		

Stuttgart.....
.....
Unterschrift Studiendekan(in)

Das abgezeichnete Formular ist bei der Immatrikulation im Original einzureichen.

Falls Angleichungsleistungen festgelegt wurden, ist eine Bestätigung durch den / die Studienbewerber(in) erforderlich.

Ich erkläre mein Einverständnis mit dem Learning Agreement.

Bis zur Ausgabe der Masterthesis werde ich die oben aufgeführten Leistungen als Angleichungsleistungen gemäß § 14 der Studien- und Prüfungsordnung (Teil A) der Hochschule der Medien erbringen

.....
Ort, Datum
.....
Unterschrift Studienbewerber(in)

Festlegung von Angleichungsleistungen für die Immatrikulation von Studierenden in den Masterstudiengängen V2.0 / LJ/Hj/He Mai 2017

Zulassung zum Medienmaster _ die Gemeinsamkeiten

Für alle Master-Studiengänge gilt:

Wer ein Master-Studium anstrebt, braucht einen international **anerkannten Hochschulabschluss**, zum Beispiel einen Bachelor- oder Diplom-Abschluss einer Universität oder Fachhochschule, das Erste Staatsexamen, einen Magister oder einen baden-württembergischen Berufsakademie-Abschluss (Duale Hochschule).

Der grundständige Studiengang muss auf ein **Kompetenzprofil** ausgelegt sein, das fachlich auf den jeweiligen Masterstudiengang vorbereitet hat.

Die Bachelorstudiengänge an der Hochschule der Medien (HdM) sind als **Referenz** für die jeweiligen Masterstudiengänge angegeben. Zulassungsberechtigt sind auch Bewerber aus gleichwertigen Studiengängen anderer nationaler oder internationaler Hochschulen.

Zulassung zum Medienmaster Medienmanagement

Voraussetzung ist ein abgeschlossenes Hochschulstudium im **wirtschaftswissenschaftlich/kommunikationswissenschaftlichen** Bereich.

Referenzstudiengang der HdM ist der **Bachelorstudiengang Medienwirtschaft**. Weitere Bachelorstudiengänge der HdM, die zum Zielprofil des Masterstudiengangs Medienmanagement passen, sind Werbung und Marktkommunikation, Onlinemedienmanagement sowie Wirtschaftsinformatik.

Idealerweise bringen Sie also ein **ökonomisches Kompetenzprofil** mit, das durch Studieninhalte aus allen der folgenden Lehrgebiete nachgewiesen werden kann, wobei in Summe **mindestens 30 ECTS** erreicht worden sein müssen:

Volkswirtschaftslehre/Ökonomie

Betriebswirtschaftslehre, insb.

- Rechnungswesen/Kalkulation
- Marketing
- Führung/Management/Organisation/Personal.

Wenn die Bezeichnung des Abschlusses oder der ökonomischen Fächer nicht 'selbstsprechend' die geforderten Kompetenzfelder vermuten lässt, ist eine Erläuterung der entsprechenden Inhalte hilfreich.

Zulassung zum Medienmaster



Unternehmenskommunikation

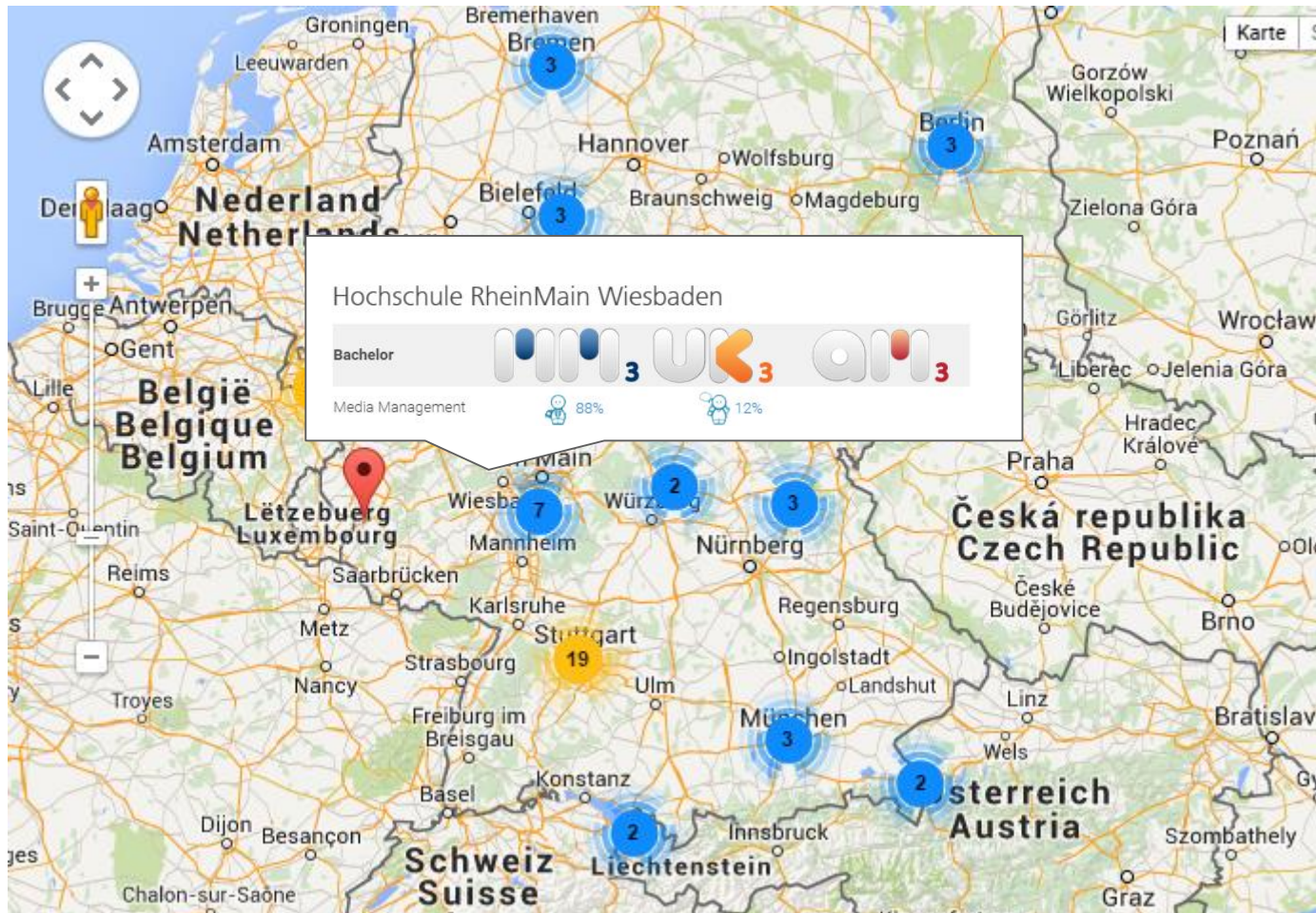
Voraussetzung ist ein abgeschlossenes sozialwissenschaftliches oder wirtschaftswissenschaftliches Hochschulstudium mit dem **Schwerpunkt Kommunikation und Medien**.

Referenzstudiengänge der HdM sind die **Bachelorstudiengänge Werbung und Markt-ommunikation** sowie **Crossmedia-Redaktion/Public Relations**. Weitere Bachelorstudiengänge der HdM, die zum Zielprofil des Masterstudiengangs Unternehmenskommunikation passen, sind Medienwirtschaft und Informationsdesign.

Idealerweise bringen Sie also ein **kommunikationsbezogenes Kompetenzprofil** mit, das durch Studieninhalte aus mindestens einem der folgenden drei Lehrgebiete nachwiesen werden kann, wobei in Summe **mindestens 30 ECTS** erreicht worden sein müssen:

Kommunikations- und Medienwissenschaft
PR und Journalismus
Marketing und Marktkommunikation

Zulassung zum Medienmaster _ gleiche Chancen für alle



Zulassung zum Master _ die Verfahrensnote I

Liegt die Gesamtnote des grundständigen Studiums noch nicht vor und der Bewerber kann die Anmeldung zu allen zum Abschluss des Studiums notwendigen Prüfungen nachweisen, wird das arithmetische Mittel der nach ECTS gewichteten bisher erbrachten Prüfungsleistungen als Verfahrensnote herangezogen.

In diesem Fall ist der vollständige, benotete Nachweis über alle Prüfungsleistungen im Sinn eines endgültigen Abschlusszeugnisses spätestens bei der Einschreibung zu erbringen.

Zulassung zum Medienmaster _ die Verfahrensnote II

Zur Bildung der Verfahrensnote können auf die Gesamtnote des grundständigen Studiums Notengutschriften vergeben werden.

Bei einer dem Studienziel förderlichen Berufstätigkeit von mindestens 2 Jahren kann eine Notengutschrift bis zu einer halben Note gewährt werden.

Für den Studiengang wird im Hinblick auf die Eignung und Motivation für das angestrebte Studienziel zusätzlich die Bewertung einer Bewerbungsmappe mit

- **Motivationsschreiben**
- **Empfehlungen** (Wissenschaft & Praxis)
- Belegen zu politischem, sozialem, sportlichem, musikalischem und sonstigem kulturellen **Engagement**

herangezogen.

Zulassung zum Medienmaster _ die Bewerbung I

Unterlagen

- I Zulassungsantrag
- I Formular aus Online-Bewerbung
- I beglaubigte Zeugnis-Kopie des abgeschlossenen Hochschulstudiums
(Sonderregelungen, wenn noch nicht abgeschlossen)
- I ggf. Arbeitsnachweise, Beurteilungen, Zeugnisse etc. zu Berufstätigkeiten
- I Bewerbungsmappe mit Motivationsschreiben und Empfehlungen
(bspw. von Hochschulen, Arbeitgebern, Institutionen)
sowie Aussagen zu politischem, sozialem, sportlichem, musikalischem und sonstigem kulturellen Engagement.

Zulassung zum Medienmaster _ die Bewerbung II

Fristen

- I Bewerbung bis 15. Juli (Ausschlussfrist)

Studienplatzvergabe und Zusagen

- I schriftlich frühestmöglich
mit Mitteilung, welchen Rangplatz man durch die ermittelte Verfahrensnote erhalten hat.

Medienmaster Medienmanagement _ Kompetenzprofil

Idealerweise bringen Sie ein ökonomisches Kompetenzprofil mit, das durch Studieninhalte aus allen der folgenden Lehrgebiete nachgewiesen werden kann,

wobei **in Summe mindestens 30 ECTS** erreicht worden sein müssen:

Volkswirtschaftslehre/Ökonomie

Betriebswirtschaftslehre, insb.

- Rechnungswesen/Kalkulation
- Marketing
- Führung/Management/Organisation/Personal.

Kompetenzprofil
für die Zulassung zum Masterstudienengang Medienmanagement

Diese Tabelle dient dem Nachweis einschlägiger fachlicher Kompetenzen, die der/die Bewerber/in (geb. am) im grundständigen Studium an der erworben hat.

Für die Bewerbung müssen Sie ein ökonomisches Kompetenzprofil mitbringen, das durch Studieninhalte aus allen der folgenden Lehrgebiete nachgewiesen werden kann, wobei in **Summe mindestens 30 ECTS** erreicht worden sein müssen:

- Volkswirtschaftslehre/Ökonomie
- Betriebswirtschaftslehre, insb.
 - o Rechnungswesen/Kalkulation
 - o Marketing
 - o Führung/Management/Organisation/Personal.

Für die Zulassung erforderliche Kompetenzen	Titel der Lehrveranstaltung (lt. Leistungsspiegel)	Anzahl ECTS
VWL/ Ökonomie		
BWL		
- Rechnungswesen/ Kalkulation		
- Marketing		
- Führung/ Management/ Organisation/ Personal		
Gesamtsumme ECTS	Σ =	

Bitte markieren Sie hier, welche weiteren Unterlagen Sie Ihrer Bewerbung beifügen:

- Motivationsschreiben
- Empfehlungsschreiben von Hochschule/Universität
- Empfehlungsschreiben von Unternehmen
- Belege besonderen Engagements in Politik, Kultur, Sport, Sozialem, etc.

Bitte legen Sie Ihren Bewerbungsunterlagen dieses ausgefüllte Formular sowie Ihren Leistungsspiegel bei.

.....
 Ort, Datum Unterschrift Studienbewerber/in

V2.0 | 18/19 | Sept. 2017

Medienmaster Medienmanagement _ Inhalte

Das Studium besteht aus einem Pflichtbereich und einem Wahlpflichtbereich:

Der Pflichtbereich setzt sich aus 2 Modulen mit je 5 ECTS (bestehend aus zwei Vorlesungen), einem Tutorium mit 2 ECTS und der Masterarbeit mit 28 ECTS zusammen.

Für die übrigen 50 ECTS können individuelle Module aus dem Wahlpflichtteil gewählt werden. Hier muss mindestens ein Studienschwerpunkt aber höchstens drei Studienschwerpunkte erbracht werden.

- Digitale Medien und Marketing
- Online Medien Management
- Web Analytics
- Advanced Media Management
- Innovationsmanagement & Entrepreneurship
- Integrierte TV-Formatentwicklung und -vermarktung
- Digitale Ethik
- Internationale Kommunikation & Management

Qualifikationsprogramm Moderation

Medienmaster Unternehmenskommunikation _ Kompetenzprofil

Idealerweise bringen Sie ein kommunikationsbezogenes Kompetenzprofil mit, das durch Studieninhalte aus mindestens einem der folgenden drei Lehrgebiete nachwiesen werden kann,

wobei in **Summe mindestens 30 ECTS** erreicht worden sein müssen:

- Kommunikations- und Medienwissenschaft
- PR und Journalismus
- Marketing und Marktkommunikation.

Kompetenzprofil
für die Zulassung zum Masterstudiengang Unternehmenskommunikation

Diese Tabelle dient dem Nachweis einschlägiger fachlicher Kompetenzen, die der/die Bewerber/in
..... (geb. am) im grundständigen Studium
..... an der erworben hat.

Für die Bewerbung müssen Sie ein kommunikationsbezogenes Kompetenzprofil mitbringen, das durch Studieninhalte aus **mindestens einem der folgenden drei Lehrgebiete** nachwiesen werden kann, wobei in **Summe mindestens 30 ECTS** erreicht worden sein müssen:

- Kommunikations- und Medienwissenschaft
- PR und Journalismus
- Marketing und Marktkommunikation.

Für die Zulassung erforderliche Kompetenz	Titel der Lehrveranstaltung (lt. Leistungspiegel)	Anzahl ECTS
Kommunikations- und Medienwissenschaft		
PR und Journalismus		
Marketing und Marktkommunikation		
Gesamtsumme ECTS		Σ =

Bitte markieren Sie hier, welche weiteren Unterlagen Sie Ihrer Bewerbung beifügen:

- Motivationsschreiben
- Empfehlungsschreiben von Hochschule/Universität
- Empfehlungsschreiben von Unternehmen
- Belege besonderen Engagements in Politik, Kultur, Sport, Sozialem, etc.

Bitte legen Sie Ihren Bewerbungsunterlagen dieses ausgefüllte Formular sowie Ihren Leistungspiegel bei.

VZ/01/10/11/12/13/14/15/16/17

.....
Ort, Datum

.....
Unterschrift Studienbewerber/in

Kompetenzprofil für die Zulassung zum Masterstudiengang Medienmanagement V. 1.1/17/12/13/14/15/16/17

Medienmaster Unternehmenskommunikation _ Inhalte

Das Studium besteht aus einem Pflichtbereich und einem Wahlpflichtbereich:

Der Pflichtbereich setzt sich aus 2 Modulen mit je 5 ECTS (bestehend aus zwei Vorlesungen), einem Tutorium mit 2 ECTS und der Masterarbeit mit 28 ECTS zusammen.

Für die übrigen 50 ECTS können individuelle Module aus dem Wahlpflichtteil gewählt werden:

- Kommunikationsmanagement
- Branding
- Digitale Medien und Marketing
- Digitale Ethik
- Internationale Kommunikation & Management

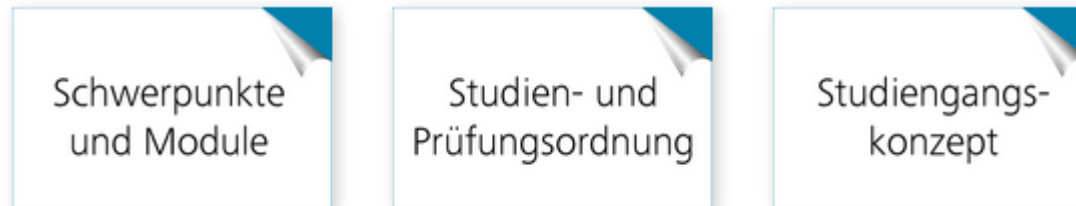
Qualifikationsprogramm Moderation

Medienmaster _ Studienschwerpunkte

Als erbracht gilt ein Studienschwerpunkt mit der Erbringung von drei Modulen im Umfang von 15 ECTS. Enthält ein Studienschwerpunkt ein Modul, welches mit "Pflicht" gekennzeichnet ist, ist die Erbringung dieses Moduls Voraussetzung, damit der Studienschwerpunkt als erbracht gilt.

Die restlichen ECTS-Punkte können aus dem Wahlpflichtbereich frei gewählt werden. Dabei ist zu beachten, dass aus dem Angebot "Sonstige Module" nur ein großes Projekt à 10 ECTS erbracht werden darf. Zusätzlich können kleine Projekte à 5 ECTS belegt werden. Darüber hinaus können aus dem Angebot anderer Masterstudiengänge, die demselben SPO Teil A unterliegen, Module im Umfang von bis zu maximal 15 ECTS-Punkten erbracht werden.

Weitere Informationen:



www.hdm-stuttgart.de

Hochschule der Medien

Bewerber
Studierende
Mitarbeiter
Alumni
Firmen
Presse

Druckansicht

Sie sind hier: [Hochschule der Medien](#) > [Studiengänge & Studium](#) > [Vorlesungsverzeichnis](#)

Vorlesungsverzeichnis der HdM

AUSWAHL VON STUDIENGANG UND SEMESTER

Studiengang Medienmanagement (Master, Studienstart zum WS15/16 vorgeseh

Semester

1.Sem
2.Sem
3.Sem
4.Sem
5.Sem
6.Sem
7.Sem
8.Sem

Auswahl der Schwerpunkte

- Advanced Media Management
- Digitale Ethik
- Digitale Medien und Marketing
- Innovationsmanagement & Entrepreneurship
- Integrierte TV-Formatentwicklung und -vermarktung
- Internationale Kommunikation & Management
- Online Medien Management
- Qualifikationsprogramm Moderation
- Web Analytics

- Startseite
- Aktuelles & Presse
- Die Hochschule
- **Studiengänge & Studium**
- Aktuelles Studienangebot
- Alle Studiengänge
- Master-Portal der HdM
- Fakultät Druck & Medien
- Fakultät Electronic Media
- Fakultät Information & Kommunikation
- Studieninhalte
- SPO-Informationen
- Studiengebühren
- Persönlicher Stundenplan
- Vorlesungsverzeichnis

Beispielsemester

Erklärung: P=Pflichtveranstaltung, W=Wahlpflichtveranstaltung, Raumangaben finden Sie in Klammern

	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag
08:15 - 09:45	34103 / P (U31) 34311 / W (220) Beginn: 23.03.09 34319 / W (115) 1. SH bis 18.05.09		34318 / W (116)		34401 / P (204) 27. März 2009, 09:00-13:00 Uhr
10:00 - 11:30	34103 / P (U31) 34230 / W (U32) 34301 / P (204) BV bes. Plan 04.-06.05.09 34313 / W (220) Beginn: 23.03.09 34319 / W (115) 1. SH bis 18.05.09	34118 / W (041) 1. SH Beginn: 24.03.09 34227 / W (U31) 34303 / P (220)	34101 / P (204) 34219 / W (118) + bes. Plan 34315 / W (116)	34339 / W (204) bes. Plan Beginn: 02.04.09 34402 / P (047)	34401 / P (204) 27. März 2009, 09:00-13:00 Uhr
11:45 - 13:15	34230 / W (U32) 34302 / P (220) Beginn: 23.03.09 34317 / W (217)	34110 / W (2U12) 34118 / W (041) 1. SH Beginn: 24.03.09 34227 / W (U31) 34304 / P (220)	34101 / P (204) 34316 / W (116)	34339 / W (204) bes. Plan Beginn: 02.04.09 34403 / P (220)	34401 / P (204) 27. März 2009, 09:00-13:00 Uhr

Erklärung: P=Pflichtveranstaltung, W=Wahlpflichtveranstaltung, Raumangaben finden Sie in Klammern

	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag
13:15 - 14:15		34678 / P (None) 34978 / P (None)	34778 / P (None) 34878 / W (None)		
14:15 - 15:45	34102 / P (204) 34206 / W (116) Beginn: 23.03.09 34207 / W (U32) Beginn: 16.03.09 34334 / W (217)	34202 / P (047) 34228 / W (U32) 34412 / W (204, 231)	34217 / W (None) bes. Plan 34231 / W (U31)	34201 / P (U32) Beginn: 26.03.09 34339 / W (204) bes. Plan Beginn: 02.04.09 34408 / W (220)	34400 / W (204)
16:00 - 17:30	34102 / P (204) 34411 / W (220, 231) Kick-off-Termin:	34210 / W (U32) Beginn:24.03.09 34218 / W (056)	34211 / W (U32) Beginn: 25.03.09 34217 / W (None) bes. Plan 34231 / W (U31)	34203 / P (U32) Beginn: 26.03.09 34339 / W (204) bes. Plan Beginn: 02.04.09 34407 / W (220)	
17:45 - 19:15		34210 / W (U32) Beginn:24.03.09 34413 / W (204) Kick-off-Termin: 24.03.09	34211 / W (U32) Beginn: 25.03.09 34424 / W (204) Beginn: 25.03.09	34209 / W (U31) Beginn: 26.03.09 34410 / W (220) 2. SH bes. Plan	
19:30 - 21:00				34410 / W (220) 2. SH bes. Plan	

Info_Kontakt

- **Infos**
www.medienmaster.de
www.eichsteller.com
- **eMail**
eichsteller@hdm-stuttgart.de
dorostan@hdm-stuttgart.de
goebel@hdm-stuttgart.de
- **Sprechzeiten**
 - nach Voranmeldung per eMail
 - Montag – Mittwoch/Donnerstag
nach Vereinbarung in Raum 333

