

## **§ 1 Masterstudiengang Unternehmenskommunikation**

Die folgende Prüfungsordnung gilt für Studierende, die sich ab Wintersemester 2018/19 in den Studiengang Unternehmenskommunikation eingeschrieben haben.

- (1) Der Gesamtumfang der für den erfolgreichen Abschluss des Studiums erforderlichen Module im Pflicht- und Wahlpflichtbereich beträgt 90 ECTS-Punkte.
- (2) Das Studium besteht aus einem Pflichtbereich im Umfang von 40 ECTS-Punkten und einem Wahl-pflichtbereich im Umfang von 50 ECTS-Punkten.

Im Wahlpflichtbereich muss mindestens ein Studienschwerpunkt und dürfen höchstens drei Studienschwerpunkte erbracht werden. Ein Studienschwerpunkt gilt mit der Erbringung von drei Modulen im Umfang von 15 ECTS als erbracht. Enthält ein Studienschwerpunkt ein mit "Pflicht" gekennzeichnetes Modul gilt der Studienschwerpunkt nur dann als erbracht wenn dieses mit "Pflicht" gekennzeichnetes Modul erbracht wurde. Die restlichen ECTS-Punkte können aus dem Wahlpflichtbereich frei gewählt werden.

Aus dem Angebot anderer Masterstudiengänge, die demselben SPO Teil A unterliegen, dürfen Module im Umfang von maximal 15 ECTS- Punkten erbracht werden.

- (3) Im Masterzeugnis werden auf Wunsch des Studierenden die im Wahlpflichtbereich gewählten Studienschwerpunkte ausgewiesen.
- (4) Im Modul "Internationales Studium" können maximal 30 ECTS anerkannt werden.
- (5) Das Qualifikationsprogramm Moderation ist ein zusätzliches Wahlangebot für Masterstudierende. Es wird jährlich zum Wintersemester angeboten. Das Zertifikat „Moderator (HdM)“ wird verliehen, wenn alle Pflichtmodule erbracht und aus dem Wahlpflichtbereich „Moderationspraxis Studio“ Module im Umfang von minimal 16 ECTS-Punkten und maximal 24 ECTS-Punkten erfolgreich absolviert wurden. Diese insgesamt minimal 38 ECTS-Punkte und maximal 50 ECTS-Punkte müssen in zwei aufeinanderfolgenden Semestern erbracht werden. Im Masterstudiengang können 12 ECTS-Punkte der Module „Moderation theoretische Grundlagen“ und „Moderation journalistische Grundlagen“ aus dem Pflichtbereich angerechnet werden.

Zulassungsvoraussetzung zum Qualifikationsprogramm Moderation ist das erfolgreiche Bestehen des zweistufigen Auswahlverfahrens und des Castings. Eine Bewerbung an das Institut für Moderation (imo) an der HdM bis zum 15. Juli eines Jahres ist nötig.

Einzelheiten zur Zulassung sind in einer gesonderten Regelung festgehalten und unter [www.moderationzukunft.de](http://www.moderationzukunft.de) bzw. beim Institut für Moderation einzusehen.

**Tabelle 1: Pflichtbereich des Studien- und Prüfungsplans für den Medienmaster Unternehmenskommunikation**

**Teil 1: Pflichtbereich**

Sem.	EDV-Nr.	Modul (Kurzbezeichnung) ggf. Lehrveranstaltung	Umfang		Prüfung
			SWS	ECTS	
1	<b>VS: 255000</b>	<b>Englisch Einstufungstest</b> <i>English Placement Test</i>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>VS: LÜ</b>
<b>2 1</b>	<b>PL: 255001 PV: 255003</b>	<b>Management der Unternehmenskommunikation</b> <i>Management of Corporate Communications</i>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>PL: ST PV: T</b>
1	255001a	Unternehmenskommunikation: Theorien & Instrumente	2	2	PV
2	255001b	Unternehmenskommunikation: Planung & Controlling	2	3	
<b>2 1</b>	<b>PL: 255002 PV: 255004</b>	<b>Forschung in der Unternehmenskommunikation</b> <i>Research on Corporate Communications</i>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>PL: ST PV: T</b>
1	255002a	Psychologie der Unternehmenskommunikation	2	2	PV
2	255002b	Forschungsmethoden der Unternehmenskommunikation	2	3	
<b>3</b>	<b>PL: 255020</b>	<b>Masterarbeit</b> <i>Master Thesis</i>	<b>0</b>	<b>28</b>	<b>PL: MA</b>
<b>1,2,3</b>	<b>PL: 255021</b>	<b>Tutorium</b> <i>Tutorial</i>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>PL: PA, 14 Wo</b>

**Tabelle 2: Wahlpflichtbereich des Studien- und Prüfungsplans für den Medienmaster Unternehmenskommunikation**

## Teil 1: Wahlpflichtbereich

Sem.	EDV-Nr.	Modul (Kurzbezeichnung) ggf. Lehrveranstaltung	Umfang		Prüfung
			SWS	ECTS	
<b><u>Studienschwerpunkt</u></b>					
<b><u>Kommunikationsmanagement</u></b>					
<b>2</b>	<b>PL:</b>	<b>Content Strategie</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>PL: PP</b>
<b>1</b>	<b>255040</b>	<b>Content Strategy</b>			<b>PV: T</b>
	<b>PV:</b>				
	<b>255044</b>				
1	255040a	Content Strategie: Konzeption	2	3	PV
2	255040b	Content Strategie: Realisation	2	2	
<b>2</b>	<b>PL:</b>	<b>PR &amp; Corporate Publishing</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>PL: ST</b>
<b>1</b>	<b>255041</b>				<b>PV: T</b>
	<b>PV:</b>				
	<b>255045</b>				
1	255041a	Public Relations	2	2	PV
2	255041b	Corporate Publishing	2	3	
<b>1,2</b>	<b>PL:</b>	<b>Crossmediale Kommunikation</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>PL: PA</b>
	<b>255042</b>	<b>Crossmedia Communications</b>			
<b>1,2</b>	<b>PL:</b>	<b>Ethik &amp; Narrative Medienanal-</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>PL: ST</b>
	<b>254166</b>	<b>yse</b>			
		<b>Ethics and Narrative Media</b>			
		<b>Analysis</b>			
<b>2</b>	<b>PL:</b>	<b>Politische Kommunikation</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>PL: TEA</b>
	<b>255043</b>	<b>Political Communications</b>			
<b>1,2</b>	<b>PL:</b>	<b>Moderation und Interview</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>PL: PA</b>
	<b>253405</b>	<b>Presentation and interview</b>			
1,2	253405a	Moderation	2	2	
1,2	253405b	Interview	2	3	
<b><u>Studienschwerpunkt Branding</u></b>					
<b>2</b>	<b>PL:</b>	<b>Markenstrategie und</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>PL: ST</b>
	<b>255060</b>	<b>-kommunikation (Pflicht)</b>			
		<b>Brand Strategy and Communica-</b>			
		<b>tions</b>			
1	255060a	Markenstrategie	2	2	
2	255060b	Markenkommunikation	2	3	
<b>1,2</b>	<b>PL:</b>	<b>Corporate Design</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>PL: PA</b>

<b>255061</b>					
<b>1,2</b>	<b>PL: 255062</b>	<b>Designkommunikation <i>Design Communications</i></b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>PL: PA</b>
<b>2 1</b>	<b>PL: 255064 PV: 255067</b>	<b>Digital Brand Experience</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>PL: PA PV: T</b>
1	255064a	Digital Brand Experience	2	2	PV
2	255064b	Transferprojekt Digital Brand Experience	2	3	
<b>2 1</b>	<b>PL: 255065 PV: 255068</b>	<b>Customer Experience</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>PL: PA PV: T</b>
1	255065a	Customer Experience	2	2	PV
2	255065b	Transferprojekt Customer Experience	2	3	
<b><u>Studienschwerpunkt</u> <u>Digitale Medien und Marketing</u></b>					
<b>1,2</b>	<b>PL: 254040</b>	<b>Strategie und Marketing 4 (Pflicht) <i>Strategy and Marketing</i></b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>PL: KL,120 Min.</b>
1,2	254040a	Strategisches Management	2	3	
1,2	254040b	Strategisches Marketing	2	2	
<b>2 1</b>	<b>PL: 254041 PV: 254047</b>	<b>Digital Business</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>PL: ST PV: T</b>
1	254041a	Digital Business	2	2	PV
2	254041b	Transferprojekt Digital Business	2	3	
<b>2 1</b>	<b>PL: 254042 PV: 254048</b>	<b>CRM/Social Media</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>PL: ST PV: T</b>
1	254042a	CRM/ Social Media	2	2	PV
2	254042b	Transferprojekt CRM	2	3	
<b>2</b>	<b>PL:</b>	<b>Digital Media Technologies</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>PL: PP</b>

<b>1</b>	<b>254043</b>				<b>PV: T</b>
	<b>PV:</b>				
	<b>254049</b>				
1	254043a	Digital Media Technologies	2	2	PV
2	254043b	Transferprojekt Digital Media Technologies	2	3	
<b>1</b>	<b>PL:</b>	<b>Empirische Medienforschung</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>PL: ST</b>
	<b>254044</b>	<b><i>Empirical Media Research</i></b>			
1	254044a	Digitalität und Gesellschaft	2	2	
1	254044b	Empirische Forschung zur digitalen Gesellschaft	2	3	
<b>1,2</b>	<b>PL:</b>	<b>Marketing Management</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>PL: ST</b>
	<b>254045</b>				
1,2	254045a	Integrierte Marktkommunikation	2	2	
1,2	254045b	Transferprojekt Marketing Management	2	3	
<b>1,2</b>	<b>PL:</b>	<b>Dienstleistungs- und Eventmarketing</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>PL: ST</b>
	<b>254046</b>	<b><i>Service and Event Marketing</i></b>			
1,2	254046a	Dienstleistungs- und Eventmarketing	2	2	
1,2	254046b	Transferprojekt Dienstleistungs- und Eventmarketing	2	3	
		<b><u>Studienschwerpunkt Web Analytics</u></b>			
<b>1</b>	<b>PL:</b>	<b>E-Business und Technisches Online-Marketing</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>PL: KL, 60 Min</b>
	<b>254080</b>	<b><i>E-Business and Technical Online-Marketing</i></b>			
1	254080a	Technologische Grundlagen E-Business und Online-Marketing	2	2	
1	254080b	E-Business	2	3	
<b>2</b>	<b>PL:</b>	<b>Grundlagen und Verfahren von Business Intelligence/Web Analytics</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>PL: KL, 60 Min</b>
	<b>254081</b>	<b><i>Fundamentals and Techniques of Business Intelligence / Web Analytics</i></b>			
1	254081a	BI / Web Analytics I	2	2	
2	254081b	BI / Web Analytics II	2	3	

2	<b>PL: 254082</b>	<b>Praxisprojekt Online Marketing und Web Analytics (Kampagne)</b> <i>Project Online Marketing/ Web Analytics</i>	4	5	<b>PL: PP</b>
<b><u>Studienschwerpunkt Integrierte</u></b>					
<b><u>TV-Formatentwicklung und -vermarktung</u></b>					
1,2	<b>PL: 254140</b>	<b>Management des Bewegtbildmarktes</b> <i>Management Moving Image Industry</i>	4	5	<b>PL: ST</b>
1,2	254140a	Programmwirtschaft	2	2	
1,2	254140b	Vermarktung	2	3	
1,2	<b>PL: 254141</b>	<b>Produktionsmanagement Film &amp; TV</b> <i>Management of Production (Film &amp; TV)</i>	4	5	<b>PL: PA</b>
1,2	254141a	Konzeption/ Produktion Film, TV	2	2	
1,2	254141b	Filmfinanzierung, Recoupment	2	3	
1,2	<b>PL: 254142</b>	<b>Produktionsleitung</b> <i>Production Management</i>	4	5	<b>PL: HA</b>
1,2	254142a	Drehplanung Film, TV	2	2	
1,2	254142b	Kalkulation AV-Medien	2	3	
1	<b>PL: 254143</b>	<b>TV-Formatlab I</b> <b>Tv Format Lab I</b>	4	5	<b>PL: PP</b>
2	<b>PL: 254144</b>	<b>TV-Formatlab II</b> <b>Tv Format Lab II</b>	4	5	<b>PL: PP</b>
1,2	<b>PL: 253405</b>	<b>Moderation und Interview</b>	4	5	<b>PL: PA</b>
1,2	253405a	Moderation	2	2	
1,2	253405b	Interview	2	3	
<b><u>Studienschwerpunkt Storytelling &amp; Werteanalyse</u></b>					
1,2	<b>PL: 254165</b>	<b>Think Tank</b>	4	5	<b>PL: TEA</b>

1,2	<b>PL:</b> <b>254166</b>	<b>Ethik &amp; Narrative Medienanalyse</b> <i>Ethics and Narrative Media Analysis</i>	2	5	<b>PL: ST</b>
1	<b>PL:</b> <b>254044</b>	<b>Empirische Medienforschung</b> <i>Empirical Media Research</i>	4	5	<b>PL: ST</b>
1	254044a	Digitalität und Gesellschaft	2	2	
1	254044b	Empirische Forschung zur digitalen Gesellschaft	2	3	
1,2	<b>PL:</b> <b>254167</b>	<b>Storytelling im Unternehmen</b> <i>Corporate Storytelling</i>	2	5	<b>PL: ST</b>
		<b><u>Studienschwerpunkt Internationale Kommunikation &amp; Management</u></b>			
1	<b>PL:</b> <b>254180</b>	<b>International Management</b>	4	5	<b>PL: ST</b>
1	254180a	Internationales Marketing-management	2	2	
1	254180b	Public Diplomacy and Nation Branding	2	3	
2 1	<b>PL:</b> <b>254181</b> <b>PV:</b> <b>254183</b>	<b>Internationales Medienmanagement</b> <i>International Media Management</i>	4	5	<b>PL: ST</b> <b>PV: T</b>
1	254181a	Internationale Finanz- und Medienmärkte	2	2	PV
2	254181b	Mediensysteme im internationalen Vergleich	2	3	
1,2	<b>PL:</b> <b>254182</b>	<b>Interkulturelle Kommunikation</b> <i>Intercultural Communications</i>	4	5	<b>PL: ST</b>
1,2	254182a	Interkulturelle Kommunikation	2	3	
1,2	254182b	Interkulturelles Management Asia Pacific	1	1	
1,2	254182c	Interkulturelles Management Hispanic	1	1	
		<b><u>Sonstige Module</u></b>			
1,2	<b>PL:</b>	<b>Datenschutz,</b>	4	5	<b>PL: ST</b>

	<b>254102</b>	<b>Medienrecht und -politik</b> <i>Data Privacy, Media Law and Media Politics</i>			
<b>1,2</b>	<b>PL:</b> <b>254104</b>	<b>Media Law &amp; Entrepreneurship Clinic</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>PL: ST</b>
<b>1,2</b>	<b>PL:</b> <b>255504</b>	<b>Kleines Projekt 1</b> <i>Small Project 1</i>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>PL: PA</b>
<b>1,2</b>	<b>PL:</b> <b>255508</b>	<b>Kleines Projekt 2</b> <i>Small Project 2</i>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>PL: PA</b>
<b>2</b>	<b>PL:</b> <b>255503</b>	<b>Forschungsprojekt <sup>1)</sup></b> <i>Research Project</i>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>PL: PA</b>
<b>1,2</b>	<b>PL:</b> <b>253400</b>	<b>Teamworkshop Radio</b> <i>Team Workshop Radio</i>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>PL: PA</b>
<b>2</b>		<b>Module anderer Masterstudiengänge der HdM</b>		<b>max. *) 15</b>	
<b>2,3</b>	<b>PL:</b> <b>255505</b>	<b>Tutorium 2</b> <i>Tutorial 2</i>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>PL: HA</b>
<b>1,2</b>	<b>PL:</b> <b>255506</b>	<b>Aktuelle Themen &amp; Cases</b> <i>Current Topics &amp; Cases</i>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>PL: PA</b>
<b>2,3</b>	<b>PL:</b> <b>255507</b>	<b>Internationales Studium</b> <i>International Studies</i>		<b>max. *) 30</b>	

<sup>1)</sup> Forschungsprojekte bedürfen der Zustimmung des Forschungsausschusses der Fakultät Electronic Media.

\*) Die Anzahl der ECTS in diesem Modul richtet sich an dem Umfang der gewählten Lehrveranstaltungen.

## Teil 2: Qualifikationsprogramm Moderation

**Tabelle 1: Pflichtbereich des** Qualifikationsprogramms Moderation

<b>Sem.</b>	<b>EDV-Nr.</b>	<b>Modul (Kurzbezeichnung)</b> ggf. Lehrveranstaltung	<b>Umfang</b>		<b>Prüfung</b>
			<b>SWS</b>	<b>ECTS</b>	
<b>1-2</b>	<b>PL:</b> <b>254900</b>	<b>Moderation theoretische Grundlagen</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>PL: ST</b>



<b>Moderation Theoretical Fundamentals</b>					
1	254900a	Personalisierung und Moderation	1	2	
1-2	254900b	Medienethik in der Moderation	2	2	
1-2	254900c	Moderationsanalyse	2	2	
<b>1-2</b>	<b>PL: 254901</b>	<b>Moderation journalistische Grundlagen</b> <i>Moderation Journalistic Fundamentals</i>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>PL: PA</b>
1	2549001a	Sprecherziehung / Stimmbildung	4	4	
2	2549001b	Texten für elektronische Medien	1	2	
<b>1</b>	<b>PL: 254902</b>	<b>Moderation praktische Grundlagen</b> <i>Moderation Practical Fundamentals</i>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>PL: PP</b>
1	254902a	Rhetorik	1	2	
1	254902b	Interviewführung und Kommunikationspsychologie	1	2	
1	254902c	Sprechen mit dem Körper	2	2	
<b>1-2</b>	<b>254903</b>	<b>Moderationswerkstatt</b> <i>Presentation Garage</i>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>PL: PA</b>
1-2	254903a	Achtung Praxis: Profis berichten aus ihrem Alltag	2	2	
1-2	254903b	Achtung Praxis: Individuelles Coaching	2	2	

**Tabelle 2: Wahlpflichtbereich des** Qualifikationsprogramms Moderation

Sem.	EDV-Nr.	Modul (Kurzbezeichnung) ggf. Lehrveranstaltung	Umfang		Prüfung
			SWS	ECTS	
<b><u>Wahlpflichtbereich</u></b>					
<b><u>Moderationspraxis Studio <sup>1)</sup></u></b>					
<b>2</b>	<b>PL: 254910</b>	<b>Fernsehen: Information und informative Unterhaltung</b> <i>Television: Information and informative Discussion</i>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>PL: PP</b>
<b>2</b>	<b>PL: 254911</b>	<b>Fernsehen: Information und Politik</b> <i>Television: Information and Politics</i>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>PL: PP</b>

2	<b>PL: 254912</b>	<b>Hörfunk: Formatradio</b> <i>Radio Broadcasting: Format Radio</i>	2	4	<b>PL: PP</b>
2	<b>PL: 254913</b>	<b>Hörfunk: Information, Politik und Informierende Unterhaltung</b> <i>Radio Broadcasting: Information, Politics, Informing Entertainment</i>	2	4	<b>PL: PP</b>
2	<b>PL: 254914</b>	<b>Selbstfahrerstudio</b> <i>One-person Studios</i>	2	4	<b>PL: PP</b>
2	<b>PL: 254915</b>	<b>Fachmoderationen</b> <i>Subject Presentation</i>	2	4	<b>PL: PP</b>
2	<b>PL: 254916</b>	<b>Öffentliche Veranstaltung, Bühne, Podium</b> <i>Public Event, Stage, Podium</i>	2	4	<b>PL: PP</b>
<b><u>Wahlpflichtbereich Moderation</u></b>					
2	<b>PL: 254920</b>	<b>Der „Look“ von Formaten</b> <i>The "Look" of Formats</i>	1	2	<b>PL: PA</b>
2	<b>PL: 254921</b>	<b>Moderationspraxis</b> <i>Professional Facilitators</i>	1	2	<b>PL:PA</b>

<sup>1)</sup> Aus dem Wahlpflichtbereich „Moderationspraxis Studio“ sind mindestens vier, höchstens aber sechs Module zu belegen. Insgesamt können in diesem Bereich 24 ECTS erworben werden.



