

§ 1 Masterstudiengang Unternehmenskommunikation

Die folgende Prüfungsordnung gilt für Studierende, die sich ab Wintersemester 2020/21 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 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	VS: 255000	Englisch Einstufungstest <i>English Placement Test</i>	0	0	VS: LÜ
1,2 1,2	PL: 255001 PV: 255003	Management der Unternehmenskommunikation <i>Management of Corporate Communications</i>	4	5	PL: ST PV: T
1,2	255001a	Unternehmenskommunikation: Theorien & Instrumente	2	2	PV
1,2	255001b	Unternehmenskommunikation: Planung & Controlling	2	3	
1,2 1,2	PL: 255002 PV: 255004	Forschung in der Unternehmenskommunikation <i>Research on Corporate Communications</i>	4	5	PL: ST PV: T
1,2	255002a	Psychologie der Unternehmenskommunikation	2	2	PV
1,2	255002b	Forschungsmethoden der Unternehmenskommunikation	2	3	
3	PL: 255020	Masterarbeit <i>Master Thesis</i>	0	28	PL: MA
1,2,3	PL: 255021	Tutorium <i>Tutorial</i>	0	2	PL: PA, 14 Wo

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	
<u>Studienschwerpunkt</u> <u>Kommunikationsmanagement</u>					

2 1	PL: 255040 PV: 255044	Content Strategie <i>Content Strategy</i>	4	5	PL: PP PV: T
1	255040a	Content Strategie: Konzeption	2	3	PV
2	255040b	Content Strategie: Realisation	2	2	
2 1	PL: 255041 PV: 255045	PR & Corporate Publishing	4	5	PL: ST PV: T
1	255041a	Public Relations	2	2	PV
2	255041b	Corporate Publishing	2	3	
1,2	PL: 255042	Crossmediale Kommunikation <i>Crossmedia Communications</i>	2	5	PL: PA
1,2	PL: 254166	Ethik & Narrative Medienanal- yse <i>Ethics and Narrative Media Analysis</i>	2	5	PL: ST
2	PL: 255043	Politische Kommunikation <i>Political Communications</i>	4	5	PL: TEA
1,2	PL: 253405	Moderation und Interview <i>Presentation and interview</i>	4	5	PL: PA
1,2	253405a	Moderation	2	2	
1,2	253405b	Interview	2	3	
<i>Studienschwerpunkt Branding</i>					
1,2	PL: 255060	Markenstrategie und -kommunikation (Pflicht) <i>Brand Strategy and Communicati- ons</i>	4	5	PL: ST
1,2	255060a	Markenstrategie	2	2	
1,2	255060b	Markenkommunikation	2	3	
1,2	PL: 255061	Corporate Design	2	5	PL: PA
1,2	PL: 255062	Designkommunikation <i>Design Communications</i>	2	5	PL: PA

2	PL:	Digital Brand Experience	4	5	PL: PA
1	255064				PV: T
	PV:				
	255067				
1	255064a	Digital Brand Experience	2	2	PV
2	255064b	Transferprojekt Digital Brand Experience	2	3	
2	PL:	Customer Experience	4	5	PL: PA
1	255065				PV: T
	PV:				
	255068				
1	255065a	Customer Experience	2	2	PV
2	255065b	Transferprojekt Customer Experience	2	3	
<u>Studienschwerpunkt</u>					
<u>Digitale Medien und Marketing</u>					
1,2	PL:	Strategie und Marketing (Pflicht)	4	5	PL: KL,120 Min.
	254040				
		Strategy and Marketing			
1,2	254040a	Strategisches Management	2	3	
1,2	254040b	Strategisches Marketing	2	2	
1,2	PL:	Digital Business	4	5	PL: ST
1,2	254041				PV: T
	PV:				
	254047				
1,2	254041a	Digital Business	2	2	PV
1,2	254041b	Transferprojekt Digital Business	2	3	
1,2	PL:	CRM/Social Media	4	5	PL: ST
1,2	254042				PV: T
	PV:				
	254048				
1,2	254042a	CRM/ Social Media	2	2	PV
1,2	254042b	Transferprojekt CRM	2	3	
1,2	PL:	Digital Media Technologies	4	5	PL: PP
1,2	254043				PV: T
	PV:				
	254049				
1,2	254043a	Digital Media Technologies	2	2	PV
1,2	254043b	Transferprojekt Digital Media Technologies	2	3	

1	PL: 254044	Empirische Medienforschung <i>Empirical Media Research</i>	4	5	PL: ST
1	254044a	Digitalität und Gesellschaft	2	2	
1	254044b	Empirische Forschung zur digitalen Gesellschaft	2	3	
1,2	PL: 254045	Marketing Management	4	5	PL: ST
1,2	254045a	Integrierte Marktkommunikation	2	2	
1,2	254045b	Transferprojekt Marketing Management	2	3	
1,2	PL: 254046	Dienstleistungs- und Eventmarketing <i>Service and Event Marketing</i>	4	5	PL: ST
1,2	254046a	Dienstleistungs- und Eventmarketing	2	2	
1,2	254046b	Transferprojekt Dienstleistungs- und Eventmarketing	2	3	
<u>Studienschwerpunkt Web Analytics</u>					
1	PL: 254080	E-Business und Technisches Online-Marketing <i>E-Business and Technical Online-Marketing</i>	4	5	PL: KL, 60 Min
	254080a	Technologische Grundlagen E-Business und Online-Marketing	2	2	
	254080b	E-Business	2	3	
2	PL: 254081	Grundlagen und Verfahren von Business Intelligence/Web Analytics <i>Fundamentals and Techniques of Business Intelligence / Web Analytics</i>	4	5	PL: KL, 60 Min
1	254081a	BI / Web Analytics I	2	2	
2	254081b	BI / Web Analytics II	2	3	
1,2	PL: 254083	Praxisprojekt Online Marketing und Web Analytics (Kampagne) A <i>Project Online Marketing/ Web Analytics A</i>	2	5	PL: PP

1,2	PL: 254084	Praxisprojekt Online Marketing und Web Analytics (Kampagne) B <i>Project Online Marketing/ Web Analytics B</i>	2	5	PL: PP
<u>Studienschwerpunkt Integrierte</u>					
<u>TV-Formatentwicklung und -vermarktung</u>					
1,2	PL: 254140	Management des Bewegtbildmarktes <i>Management Moving Image Industry</i>	4	5	PL: ST
1,2	254140a	Programmwirtschaft	2	2	
1,2	254140b	Vermarktung	2	3	
1,2	PL: 254141	Produktionsmanagement Film & TV <i>Management of Production (Film & TV)</i>	4	5	PL: PA
1,2	254141a	Konzeption/ Produktion Film, TV	2	2	
1,2	254141b	Filmfinanzierung, Recoupment	2	3	
1,2	PL: 254142	Produktionsleitung <i>Production Management</i>	4	5	PL: HA
1,2	254142a	Drehplanung Film, TV	2	2	
1,2	254142b	Kalkulation AV-Medien	2	3	
1	PL: 254143	TV-Formatlab I TV Format Lab I	4	5	PL: PP
2	PL: 254144	TV-Formatlab II <i>TV Format Lab II</i>	4	5	PL: PP
1,2	PL: 253405	Moderation und Interview	4	5	PL: PA
1,2	253405a	Moderation	2	2	
1,2	253405b	Interview	2	3	
<u>Studienschwerpunkt</u>					
<u>Storytelling & Werteanalyse</u>					
1,2	PL: 254165	Think Tank	4	5	PL: TEA

1,2	PL: 254166	Ethik & Narrative Medienanalyse <i>Ethics and Narrative Media Analysis</i>	2	5	PL: ST
	PL: 254044	Empirische Medienforschung <i>Empirical Media Research</i>	4	5	PL: ST
	254044a	Digitalität und Gesellschaft	2	2	
	254044b	Empirische Forschung zur digitalen Gesellschaft	2	3	
1,2	PL: 254167	Storytelling im Unternehmen <i>Corporate Storytelling</i>	2	5	PL: ST
		<u><i>Sonstige Module</i></u>			
1,2	PL: 254102	Datenschutz, Medienrecht und -politik <i>Data Privacy, Media Law and Media Politics</i>	4	5	PL: ST
1,2	PL: 254104	Media Law & Entrepreneurship Clinic	4	5	PL: ST
1,2	PL: 254180	International Management	4	5	PL: ST
	254180a	Internationales Marketing-management	2	2	
	254180b	Public Diplomacy and Nation Branding	2	3	
1,2	PL: 255504	Kleines Projekt 1 <i>Small Project 1</i>	1	2	PL: PA
1,2	PL: 255508	Kleines Projekt 2 <i>Small Project 2</i>	1	3	PL: PA
2	PL: 255503	Forschungsprojekt ¹⁾ <i>Research Project</i>	2	5	PL: PA
1,2	PL: 253400	Teamworkshop Radio <i>Team Workshop Radio</i>	4	5	PL: PA
2		Module anderer Masterstudiengänge der HdM		max. *) 15	

2,3	PL: 255505	Tutorium 2 <i>Tutorial 2</i>	0	2	PL: HA
1,2	PL: 255506	Aktuelle Themen & Cases <i>Current Topics & Cases</i>	2	5	PL: PA
2,3	PL: 255507	Internationales Studium <i>International Studies</i>		max. *) 30	

¹⁾ 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

Sem.	EDV-Nr.	Modul (Kurzbezeichnung) ggf. Lehrveranstaltung	Umfang		Prüfung
			SWS	ECTS	
1-2	PL: 254900	Moderation theoretische Grundlagen <i>Moderation Theoretical Fundamentals</i>	5	6	PL: ST
1	254900a	Personalisierung und Moderation	1	2	
1-2	254900b	Medienethik in der Moderation	2	2	
1-2	254900c	Moderationsanalyse	2	2	
1-2	PL: 254901	Moderation journalistische Grundlagen <i>Moderation Journalistic Fundamentals</i>	5	6	PL: PA
1	2549001a	Sprecherziehung / Stimmbildung	4	4	
2	2549001b	Texten für elektronische Medien	1	2	
1	PL: 254902	Moderation praktische Grundlagen <i>Moderation Practical Fundamentals</i>	4	6	PL: PP
	254902a	Rhetorik	1	2	
	254902b	Interviewführung und Kommunikationspsychologie	1	2	
	254902c	Sprechen mit dem Körper	2	2	
1-2	254903	Moderationswerkstatt <i>Presentation Garage</i>	4	4	PL: PA
1-2	254903a	Achtung Praxis: Profis berichten	2	2	

1-2	254903b	aus ihrem Alltag Achtung Praxis: Individuelles Coaching	2	2
-----	---------	--	---	---

Tabelle 2: Wahlpflichtbereich des Qualifikationsprogramms Moderation

Sem.	EDV-Nr.	Modul (Kurzbezeichnung) ggf. Lehrveranstaltung	Umfang		Prüfung
			SWS	ECTS	
<u>Wahlpflichtbereich</u>					
<u>Moderationspraxis Studio ¹⁾</u>					
2	PL: 254910	Fernsehen: Information und informative Unterhaltung <i>Television: Information and informative Discussion</i>	2	4	PL: PP
2	PL: 254911	Fernsehen: Information und Politik <i>Television: Information and Politics</i>	2	4	PL: PP
2	PL: 254912	Hörfunk: Formatradio <i>Radio Broadcasting: Format Radio</i>	2	4	PL: PP
2	PL: 254913	Hörfunk: Information, Politik und Informierende Unterhaltung <i>Radio Broadcasting: Information, Politics, Informing Entertainment</i>	2	4	PL: PP
2	PL: 254914	Selbstfahrerstudio <i>One-person Studios</i>	2	4	PL: PP
2	PL: 254915	Fachmoderationen <i>Subject Presentation</i>	2	4	PL: PP
2	PL: 254916	Öffentliche Veranstaltung, Bühne, Podium <i>Public Event, Stage, Podium</i>	2	4	PL: PP
<u>Wahlpflichtbereich Moderation</u>					
2	PL: 254920	Der „Look“ von Formaten <i>The "Look" of Formats</i>	1	2	PL: PA
2	PL:	Moderationspraxis	1	2	PL:PA

254921 *Professional Facilitators*

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