





Vision der Medienentwicklung Konsequenzen | Auswirkungen auf Medienmaster

Master-Infotag
13. Mai 2022



Kickoff





Marken-Engagements im Social Web

<https://www.youtube.com/watch?v=XP5yySEZub8>

The collage features three main elements:

- Facebook Page:** A screenshot of the Heineken Star Player Facebook page. The page header includes the Heineken logo and the text "Heineken Star Player Food/Beverages". The profile picture is a green Heineken beer bottle. The page shows 1,471,309 likes and a list of menu items: Wall, Info, Star Player, The Entrance, Photos (977), Tiesto, Get the Trophy!, Video, and More.
- Website Banner:** A green-themed banner for the "STAR PLAYER" app. It features the text "EVERY MATCH IS YOUR TO SHOW" and "PROVE YOUR FOOTBALL KNOWLEDGE". A prominent red arrow points to a "DOWNLOAD STAR PLAYER-APP" button.
- YouTube Video:** A screenshot of a YouTube video player. The video title is "Heineken Star Player Buzzmania TV.mp4". The video content shows three smartphones 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 displays "GOAL SAVED 150 ms" and "GOAL MISSED 500 ms".



Marken-Strategien werden zu Involvement-Strategien

HORIZONT

"One of Us": Jetzt setzt auch McDonald's ein ...



Suche

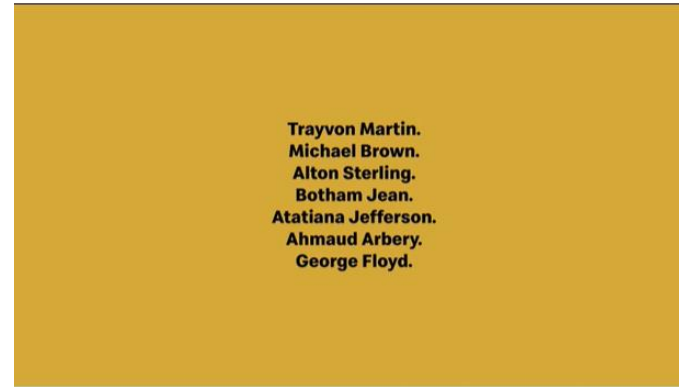


Jetzt setzt auch McDonald's ein Zeichen gegen Polizeigewalt und Rassismus

von Tim Theobald
Freitag, 05. Juni 2020



McDonald's - One of Us



https://www.youtube.com/watch?v=3HaC5D_TaEo

For once, Don't Do It | Nike



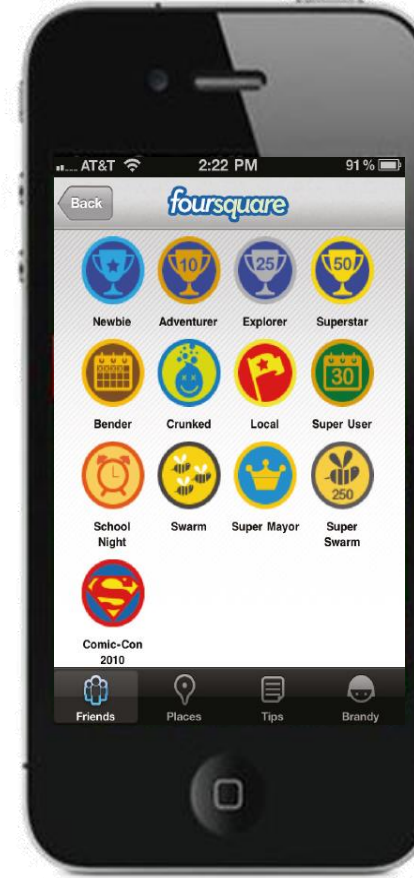
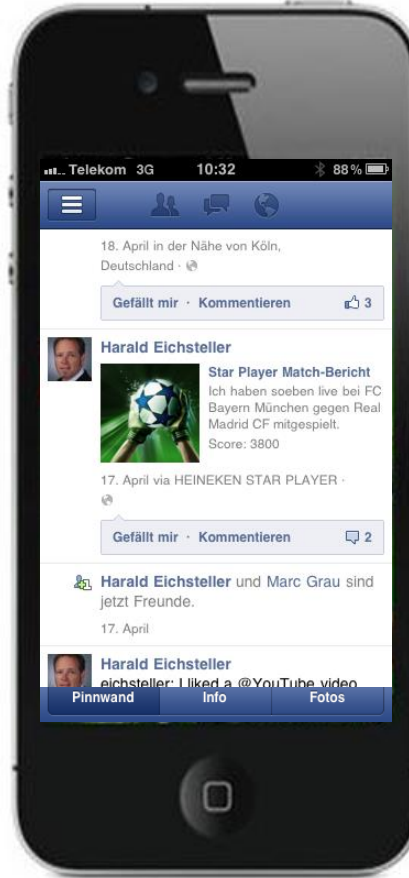
https://www.youtube.com/watch?time_continue=20&v=drcO2V2m7lw

McDonald's listet in dem Film die Namen von sieben Opfern rassistischer Gewalt auf - darunter George Floyd

Mit seinem ganz in Schwarz gehaltenen Film "For once, Don't do it" lieferte Nike am vergangenen Wochenende ein genauso wichtiges wie berührendes Statement zu dem Tod von George Floyd und den darauf folgenden gewaltsamen Unruhen in den USA. Jetzt zieht mit McDonald's eine weitere Marke mit großem Einfluss nach - und erinnert in einem leisen Spot an sieben Afroamerikaner, die durch Polizeigewalt in den Vereinigten Staaten zu Tode gekommen sind.

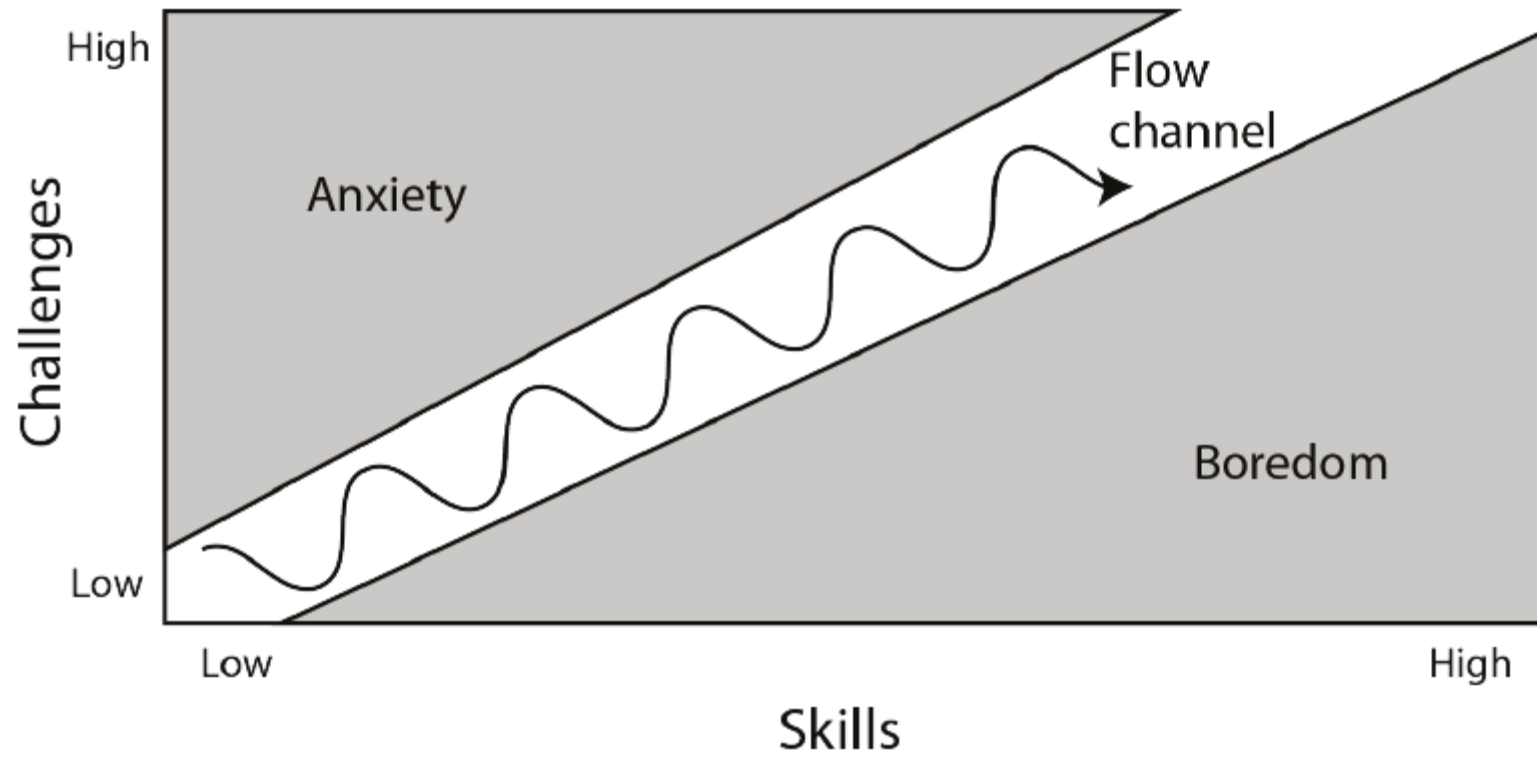


Marken-Strategien werden zu Involvement-Strategien





Flow zwischen Herausforderung und Langeweile erzeugen





Digitale Interaktionskonzepte in B2B übersetzt



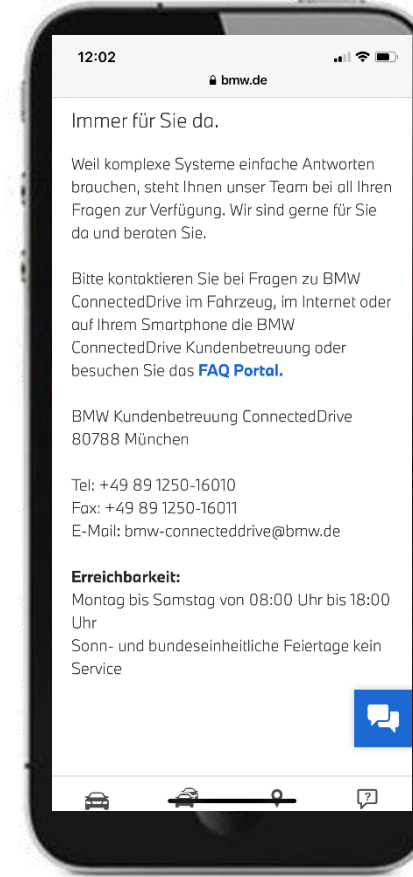
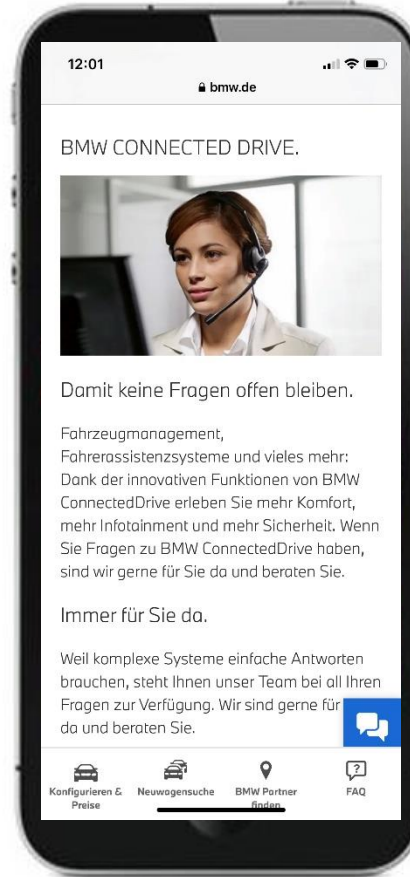
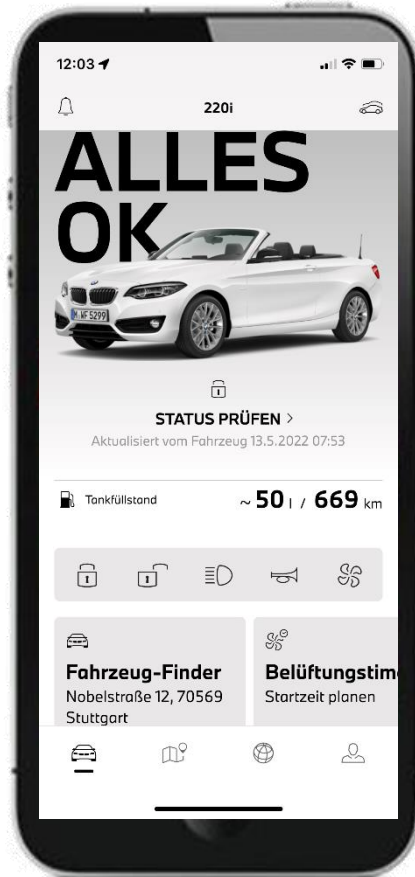


Trends

Bewegtbild – Gamification – Consumerization



... und es gibt immer noch viel zu tun

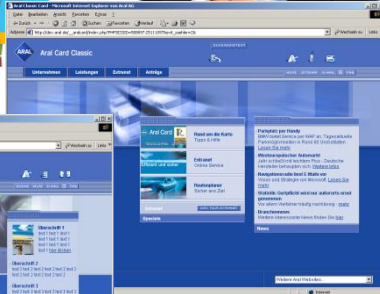
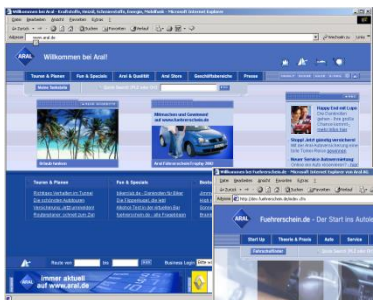




Prof. Harald Eichsteller

www.eichsteller.com

www.aral.de



KANT-GYMNASIUM



KARLSRUHE

SIEMENS

Karlsruhe
Paris
New York

Kellogg

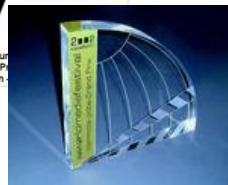


WHU

EMLYON



Kienbaum^K





Prof. Harald Eichsteller

www.fit4gf-digital.de

BESTENLISTEN

BUSINESSBÜCHER

Erstellt von [getabstract](#)

- 1 Michael Lorenz/Harald Eichsteller/Stephan Wecke, *Fit für die Geschäftsführung, Campus*
- 2 Brian Tracy, *Eat that frog, Gabal*
- 3 Uwe Rühl, *Unternehmerische Resilienz, Wiley-VCH*
- 4 Kristian Kersting, *Christoph Lampert, Constantin Rothkopf (Hg.), Wie Maschinen lernen, Springer*
- 5 Charles Kindleberger, *Die Weltwirtschaftskrise 1929-1939, dtv*

Die Bestenliste basiert auf der Bewertung durch die getAbstract-Redaktion, den Download-Zahlen der Zusammenfassungen und Abverkauf bei Amazon.

BuchMarkt-Leser können sich exklusiv die Zusammenfassung eines Buches herunterladen. In diesem Monat: *Fit für die Geschäftsführung* www.getabstract.com/buchmarkt



Wie digital muss die Geschäftsführung sein?

Ein Geschäftsführer muss nicht sämtliche Technologien selbst beherrschen. Aber es hilft, die Grundlagen zu kennen, um die eigenen Aufgaben besser zu erfüllen. Neue Formen der Arbeit und ein neues Selbstverständnis junger Mitarbeiter stellen gerade Geschäftsführer vor neue Herausforderungen. Strategie, IT, Innovation, Organisation, Kommunikation und Geschäftsmodell - alle angestammten Hohheitsgebiete erfordern »Digital Readiness« der Geschäftsführung. Wie sie innerhalb kürzester Zeit dahin kommen und ihre Arbeit auf eine digitale Zukunft ausrichten, zeigt dieses moderne Tool- und Workbook. Mit Praxiseinheiten am Ende jedes Kapitels und Video-Tutorials, die die Umsetzung erleichtern.



Professor **Harald Eichsteller** lehrt seit 2003 an der Hochschule der Medien in Stuttgart.
Michael Lorenz ist seit 2001 selbständiger Unternehmensberater und Trainer bei der grow-up Managementberatung, Gummersbach. Gemeinsam mit Stephan Wecke verfassten sie den Longseller »Fit für die Geschäftsführung« (4. Auflage 2019).

Wir werben unter anderem in
Managementbuch.de



- Für alle in der Geschäftsführung, die die digitalen Herausforderungen meistern wollen
- »Schweizer Messer« für den Einstieg in die Geschäftsführung
- Für Leser von »Osterwalder« und »Playbook«-Büchern

Harald Eichsteller, Michael Lorenz
Fit für die Geschäftsführung. Im digitalen Zeitalter
Souveräne Performance in acht Schritten
Mit Video-Tutorials
Ca. 256 Seiten, gebunden
mit Lesebänden
durchgehend verfügbar:
24,3 x 19,5 cm
D 34,95 €
A 35,90 €
CH 45,90 Fr.
Warengruppe: 497
ISBN 978-3-593-39474-9
Auch als E-Book erhältlich
Erscheinungstermin:
18. September 2019



Master Innovation Talks Podcast

open.spotify.com/show/5NyBsMGNBNC75H5aVmvRa

Spotify

Home Search Your Library Create Playlist Liked Songs

MASTER INNOVATION TALKS PODCAST

PODCAST

Master Innovation Talks Podcast
Prof. Harald Eichsteller, Prof. Dr. Jürgen Seitz, Anna Thüring

FOLLOW

All Episodes

#1 Kundenorientierung, Innovationsmanagement und Design Thinking
Hallo und Herzlich willkommen zum Master Innovation Talks Podcast rund um Medien, Marketing, Management, Digitalisierung und Innovationen. In dieser ersten Folge geh...
May 4 · 25 min 36 sec

About

Prof. Harald Eichsteller und Prof. Dr. Jürgen Seitz von der Hochschule der Medien in Stuttgart geben Einblicke in die unterschiedlichsten Themen rund um Medien, Marke... see more

Business Marketing

Apple Podcasts Preview

MASTER INNOVATION TALKS PODCAST

Master Innovation Talks Podcast
Prof. Harald Eichsteller, Prof. Dr. Jürgen Seitz, Anna Thüring
Business

May 4, 2022

#1 Kundenorientierung, Innovationsmanagement und Design Thinking
Hallo und Herzlich willkommen zum Master Innovation Talks Podcast rund um Medien, Marketing, Management, Digitalisierung und Innovationen. In dieser ersten Folge geht es unter anderem um Kundenorientierung, Innovationsmanagement und Design Thinking. Sie werden erfahren, war...

Deezer

MASTER INNOVATION TALKS PODCAST

Master Innovation Talks Podcast
Prof. Harald Eichsteller und Prof. Dr. Jürgen Seitz von der Hochschule der Medien in Stuttgart geben Einblicke in die unterschiedlichsten Themen rund um Medien, Marketing, Management, Digitalisierung und Innovationen. Moderatoren ist Moderator:innen und Produzent:innen Anna Thüring, Anna Thüring.

Google Podcasts

Master Innovation Talks Podcast
Prof. Harald Eichsteller, Prof. Dr. Jürgen Seitz, Anna Thüring

Zur Website

Prof. Harald Eichsteller und Prof. Dr. Jürgen Seitz von der Hochschule der Medien in Stuttgart geben Einblicke in die unterschiedlichsten Themen rund um Medien, Marketing, Management, Digitalisierung und Innovationen. Moderatoren ist Moderator:innen und Produzent:innen Anna Thüring, Anna Thüring. Mehr Informationen unter: <https://talks.medienmaster.de/> Prof. Harald Eichsteller <https://www.linkedin.com/in/haraldeeichsteller/> Prof. Dr. Jürgen Seitz <https://www.linkedin.com/in/juergenstz/>

Verfügbare Folgen

01-01-2022

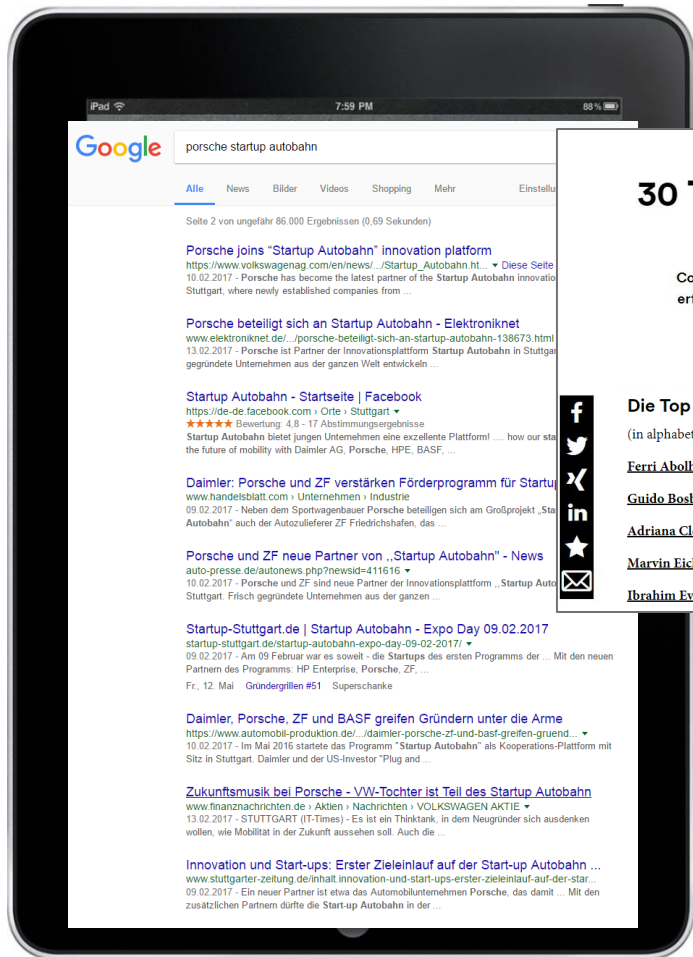
#1 Kundenorientierung, Innovationsmanagement und Design Thinking
Hallo und Herzlich willkommen zum Master Innovation Talks Podcast rund um Medien, Marketing, Management, Digitalisierung und Innovationen. In dieser ersten Folge geht es unter...

24 Min. 8%

Google



Wie digital müssen Sie sein?



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

3.996 erreichte Personen

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

3.996 erreichte Personen

3.996 erreichte Personen

3.996 erreichte Personen

DESKTOP NEWS FEED

EMobilität - der Blog

Beitrag mit Videos vom Porsche Mission E Design Batterieforschung

Porsche Mission E 18 Monate Jahr nach dem Preis „Best Concept Car Design“ ausgezeichnet

66 Reaktionen 2 Kommentare

Gefällt mir Kommentieren Teilen

Personal Branding

Wie baut man Experten als Personenmarke in den digitalen Medien auf?

Medien und Management

Bundesanzeiger Verlag



talks.medienmaster.de

The screenshot shows the LinkedIn profile of Céline Flores Willers, an Innovationstrainerin and Moderatorin with 13,676 followers. A post from January 7, 2019, is visible, featuring a photo of a desk with a printer, a box of EY pens, and a small Santa Claus figurine. The post title is "Part 1: Ich habe gekündigt!".

Personal Branding 2019
4. April 2019 – 18 Uhr
Hochschule der Medien Stuttgart

The screenshot shows an Instagram post by user **hubert_barth** with the caption "A CEO on Instagram". The post features a yellow background with the Instagram logo. The post was shared on LinkedIn by Céline Flores Willers on October 22, 2018.





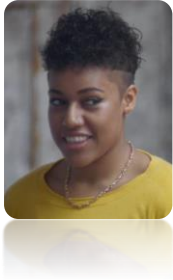
Hochschule der Medien – Hochschule für angewandte Wissenschaften





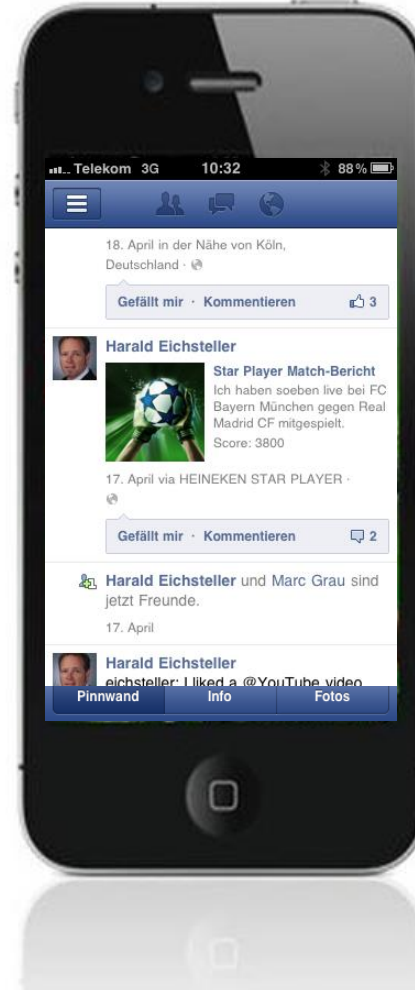
Heineken Open Your World – Worlds apart

www.youtube.com/watch?v=dKggA9k8DKw





Kunden werden zu Multiplikatoren





... doch so einfach ist es nicht

Harald Eichsteller

Star Player Match-Bericht
Ich haben soeben live bei FC Bayern München gegen Real Madrid CF mitgespielt.
Score: 3800

Gefällt mir · Kommentieren · Fordere mich heraus · vor 11 Stunden via HEINEKEN STAR PLAYER

Harald Eichsteller 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 vor 48 Minuten · Gefällt mir

Christian Hütel Bald hat es sich eh gegessen mit Liga Total :). Es lebe Sky! vor 7 Minuten · Gefällt mir

Schreibe einen Kommentar ...

Harald Eichsteller
eichsteller: I liked a @YouTube video from @TheFitnessProf http://t.co/qNWKQmZ How to do the Functional Reach Test
Published: 2012-04-15 11:50:00 GMT
Read: Full story
Source: Twitter

Für euch gibt es jetzt diese tollen iPhone Cases bei Fabel! Hier gratis anmelden & entdecken

Ursula della Schiava-Winkler gefällt Fab.de.

Zurich Sports hat reifrad: Was

Server Google

Javier Salas hat sein eigenes Foto kommentiert: „@Jan Schutz: Es sind doch nur...“

Javier Salas hat seinen eigenen Status kommentiert: „Ich? Niemals! :“

Im Ernst: L...“

Anton Klees hat Saatchi Gallerys Foto geteilt.

Daniela Bandion > Alexander Bartel Herr Bartel, dann mal alles Liebe und Gute zum Geburtstag. Hab einen tollen Tag und feier schön! Viele Grüße Daniela

Anton Klees gefällt Saatchi Gallery.

Markus Letzner hat Verena Schoys Link an Markus Letzners Pinwand kommentiert: „Cool, ich freu mich :)“

Bettina Höfner

Carolin Shorty Stäblein

Christian Willers

Christina Bedürftig

Emm Auslandsblog

Ira Lehmann

Jan Moellendorf

Julius Van de Laar

Katja Zinkstein

Martin Cserba

Marvin Eichsteller

Stefanie Fronmaier

Steve Kroeger

Stufe Bleibt Dran

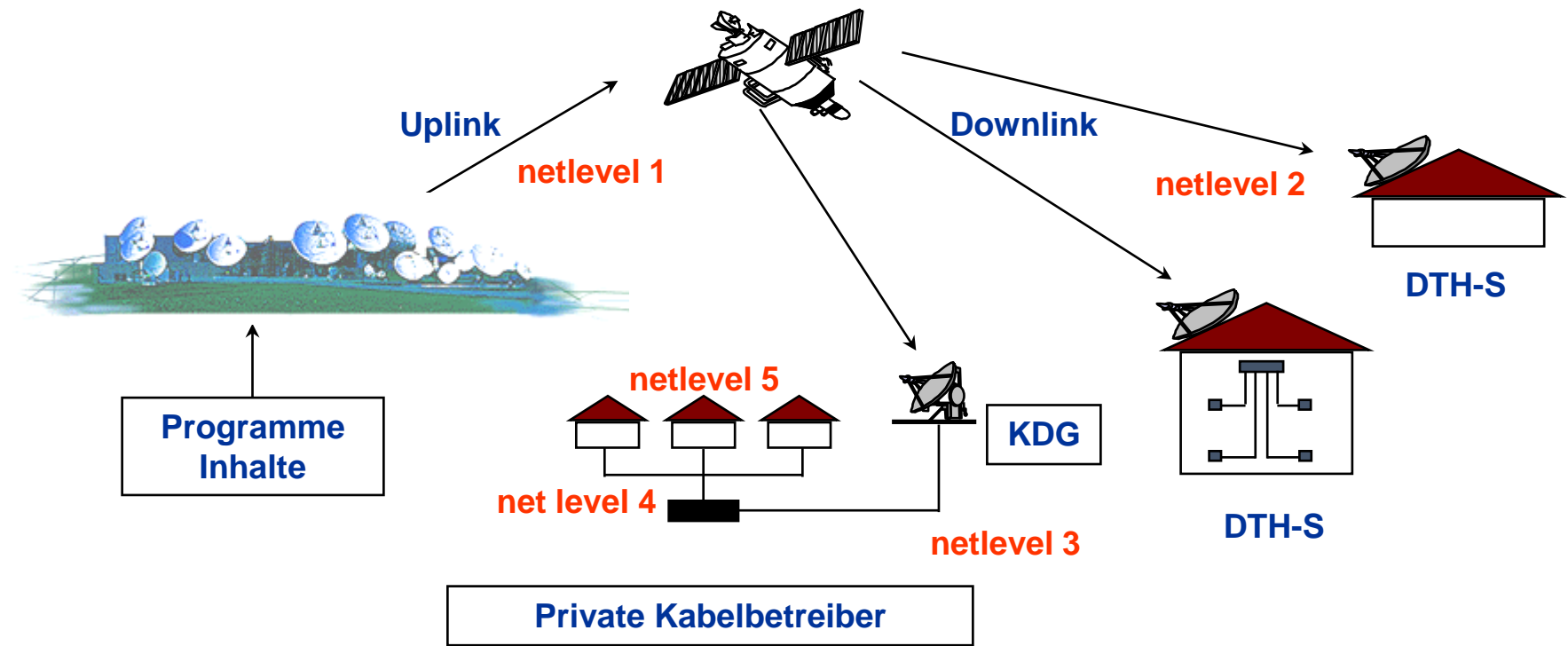
Suse Koch

WEITERE FREUNDE ONLINE (23)

Alexander Markert

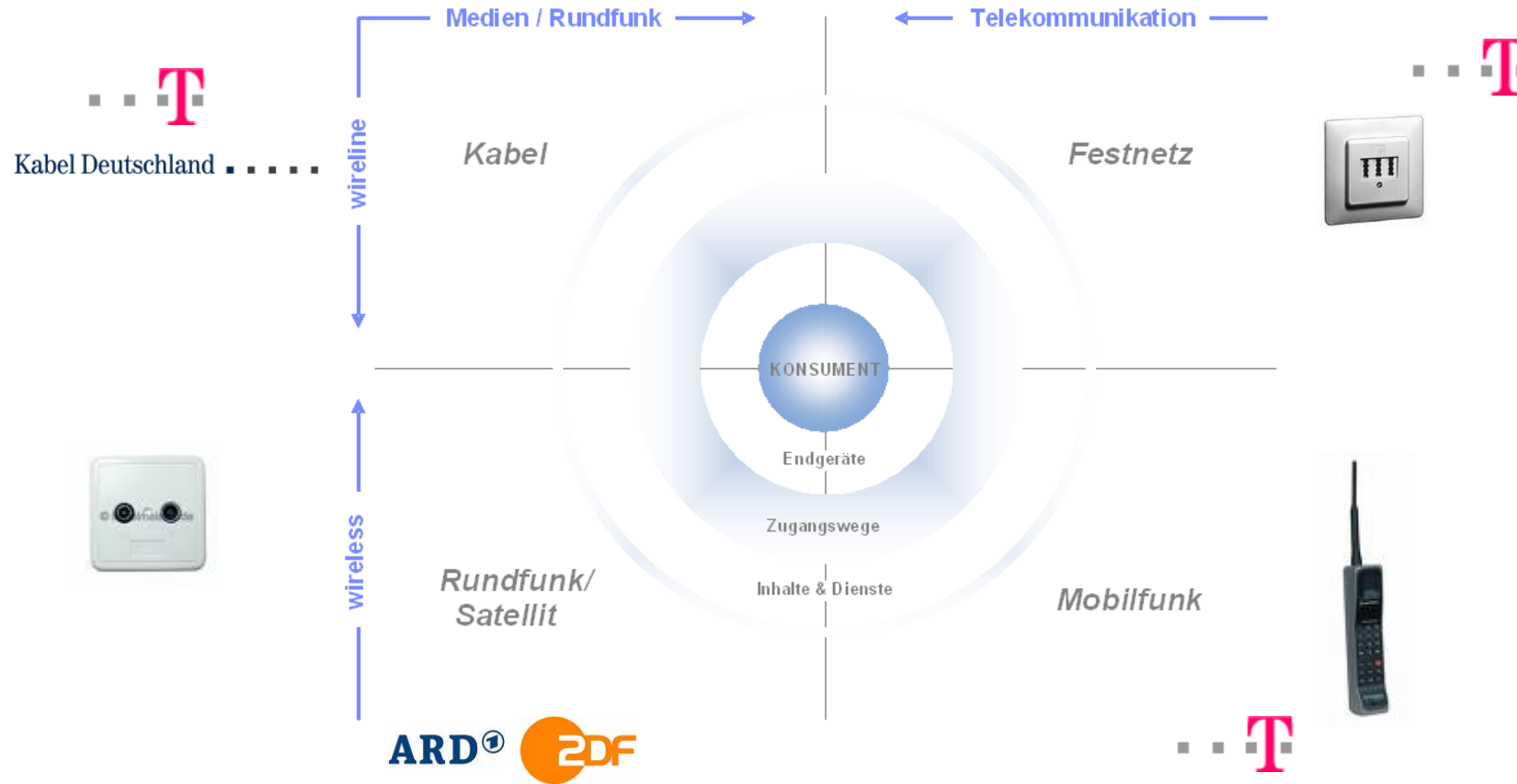


Im internationalen Vergleich mit Abstand das beste Netz



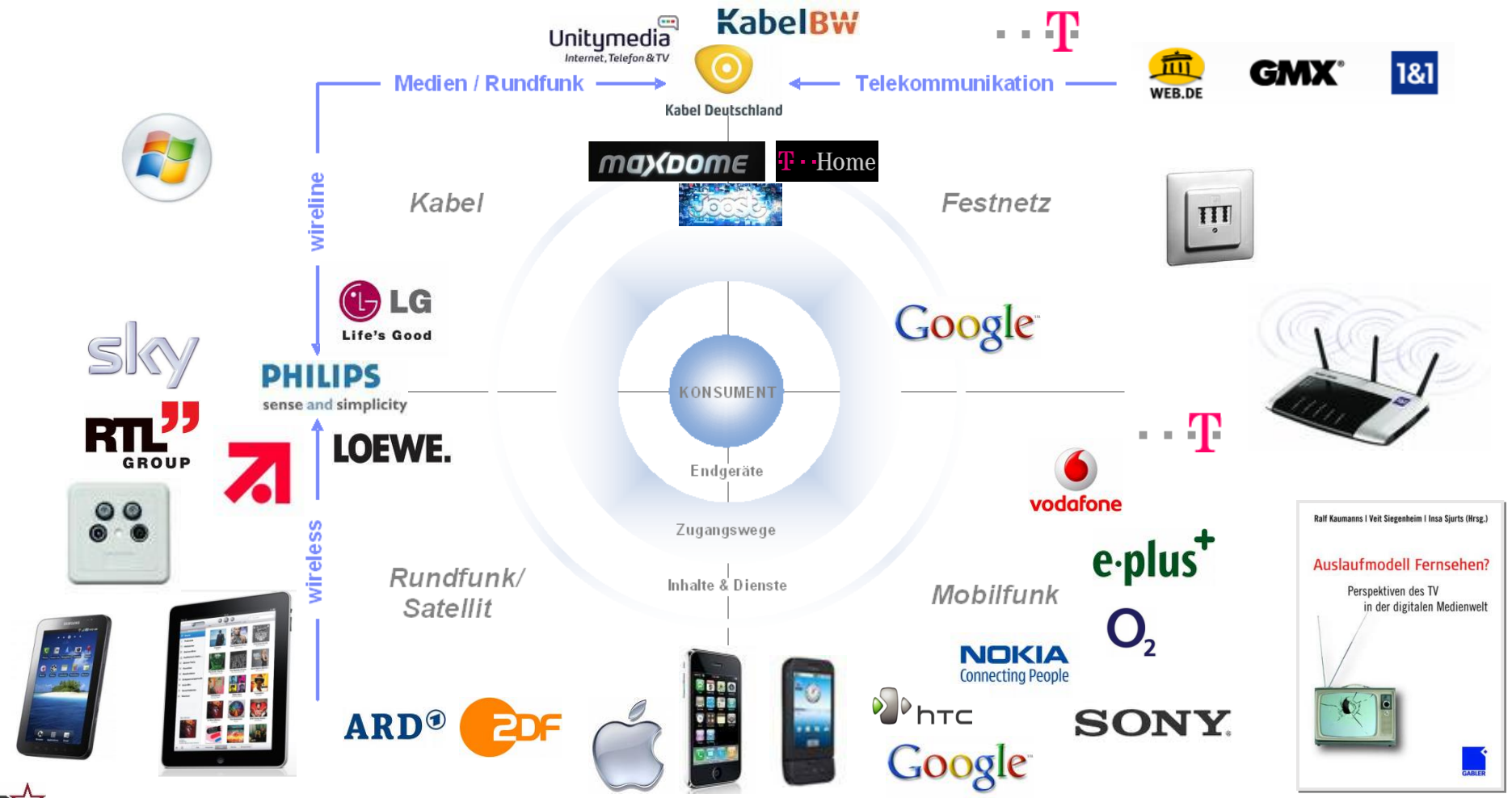


Es war einmal ...





Konvergenz-Radar





Telekommunikation | Informationstechnik | Medien | Entertainment = TIME

VERLAGSGRUPPE GEORG VON HOUTBRINCK

T

Klett edelight

Web 2.0

SWR

IP

I PTV

maxdome

1&1

TOP

MEDIATHEK

T-Home

MAIRDUMONT MEDIA

united internet media

KabelBW

RTL

Joost

WEB.DE

GMX

1&1

SMAR STOPPING

Hubert Burda Media

initiative mittelstand

CityGards

Kabel Deutschland

Unitymedia Internet, Telefon & TV

SECOND LIFE

EnBW Games

EA

UBISOFT

GTJems

Internetstrategien

DaimlerChrysler Bank Die Bank, die bewegt.

Mobile

GAMESLOAD

PANINI

WEB.DE

fischerAppelt, tv media

DocCheck

FESTOOL

Nestlé

CRM

vybemobile

musicload

antwerpes

BOSCH

BRUNNEN

Nestlé

Branded Entertainment

NOKIA Connecting People

MUSIC

UNIVERSAL

FASHION TV

UNIVERSAL MUSIC GROUP

Marketing 2.0

J.D. POWER AND ASSOCIATES

BMW

adidas

BOSS HUGO BOSS

Mercedes-Benz

internet WORLD BUSINESS

WEB.DE

dmc digital media center

Ravensburger



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

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

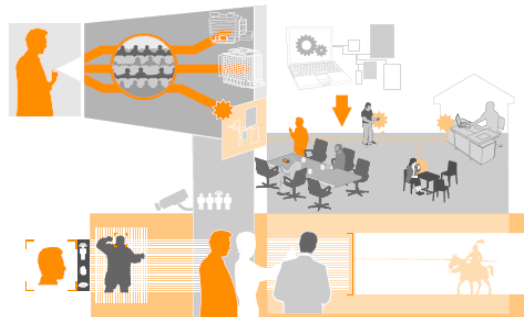
Die flexible, virtualisierte Arbeitnehmerin



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





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.



Aufbau der neuen Außendarstellung _ interdisziplinär, studentisch



Anwendung

Gestaltbarkeit



Online Marketing Rockstars | re:publica





Integratives Masterkonzept

gegr. WiSe 2007 > 36 Studierende pro Jahr

seit WiSe 2016/17 > 48+41+36=125 Masterplätze



Master of Arts (M.A.)



Master of Arts (M.A.)



Master of Science (M.Sc.)



Media Research

Master of Science (M. Sc)



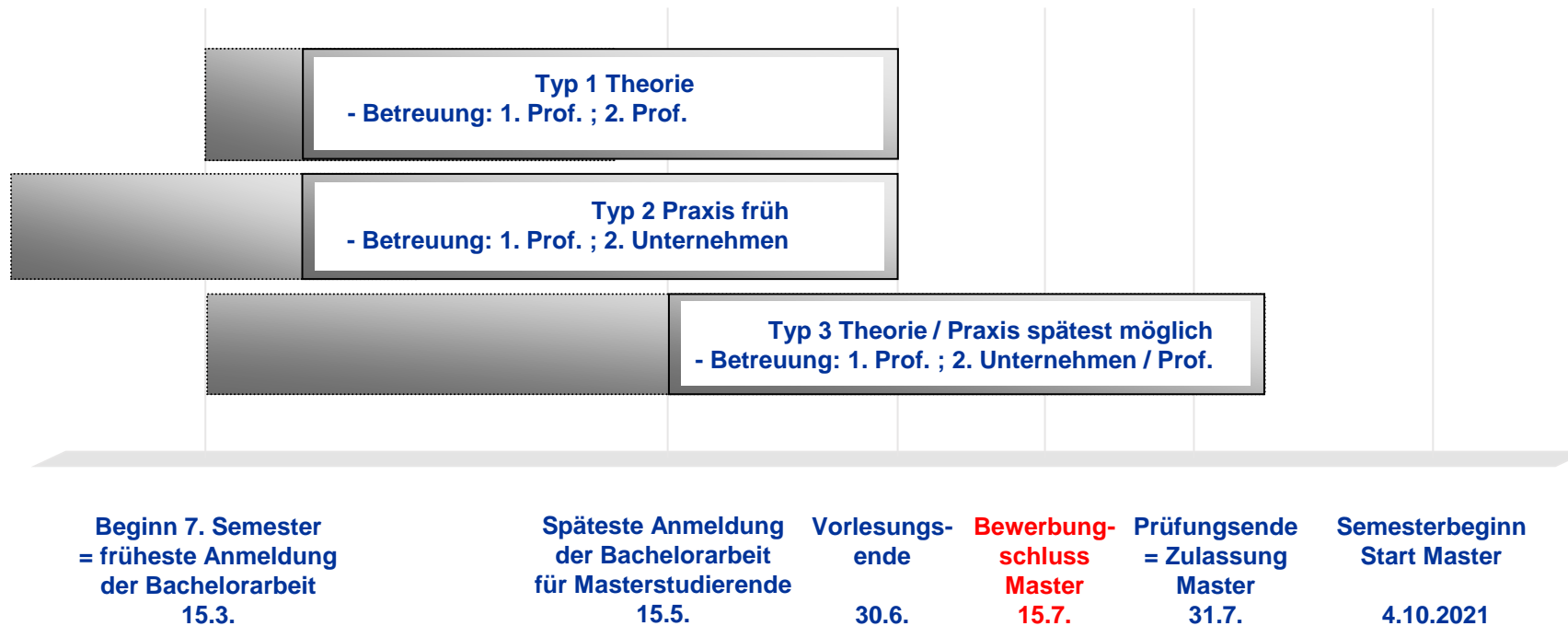
Computer Science&Media

Master of Science (M. Sc)





Timing für Bachelorarbeiten _ 12 ECTS / 3 Monate Bearbeitungszeit





Studium mit 180 ECTS – Learning Agreement über 30 ECTS

Abgleich der Eingangsqualifikationen für die Zulassung zum Masterstudiengang

Abgleich 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	

Abgleich der Eingangsqualifikationen für die Zulassung zum Masterstudiengang

V1.0/LU/Hi/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 / LU/Hi/He Mai 2017

<https://www.medienmaster.de/faq-items/6-oder-7-semesteriger-bachelorstudiengang-180-210-ects/>



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 3 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 Marktkommunikation** 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 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

- Online-Bewerbungsformular ausfüllen, kontrollieren, abschicken, abspeichern als pdf

dann

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

.... alles uploaden



Zulassung zum Medienmaster _ die Bewerbung II

Fristen

- Bewerbung bis 15. Juli (Ausschlussfrist)

Studienplatzvergabe und Zusagen

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



Medienmaster Medienmanagement _ Inhalte

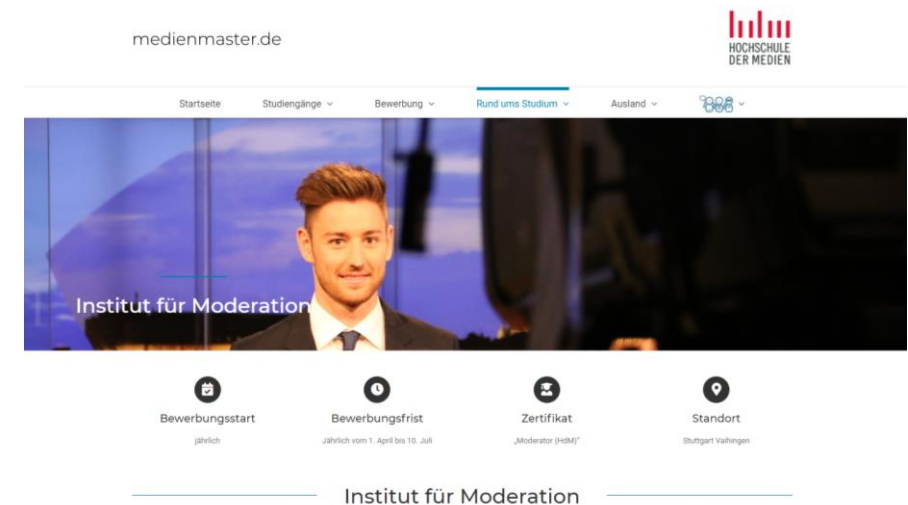
Das Studium besteht aus einem Pflichtbereich und einem Wahlpflichtbereich:

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
- Innovationsmanagement & Entrepreneurship
- Integrierte TV-Formatentwicklung und -vermarktung
- Storytelling und Werteanalyse

Qualifikationsprogramm Moderation





Medienmaster Unternehmenskommunikation _ Inhalte

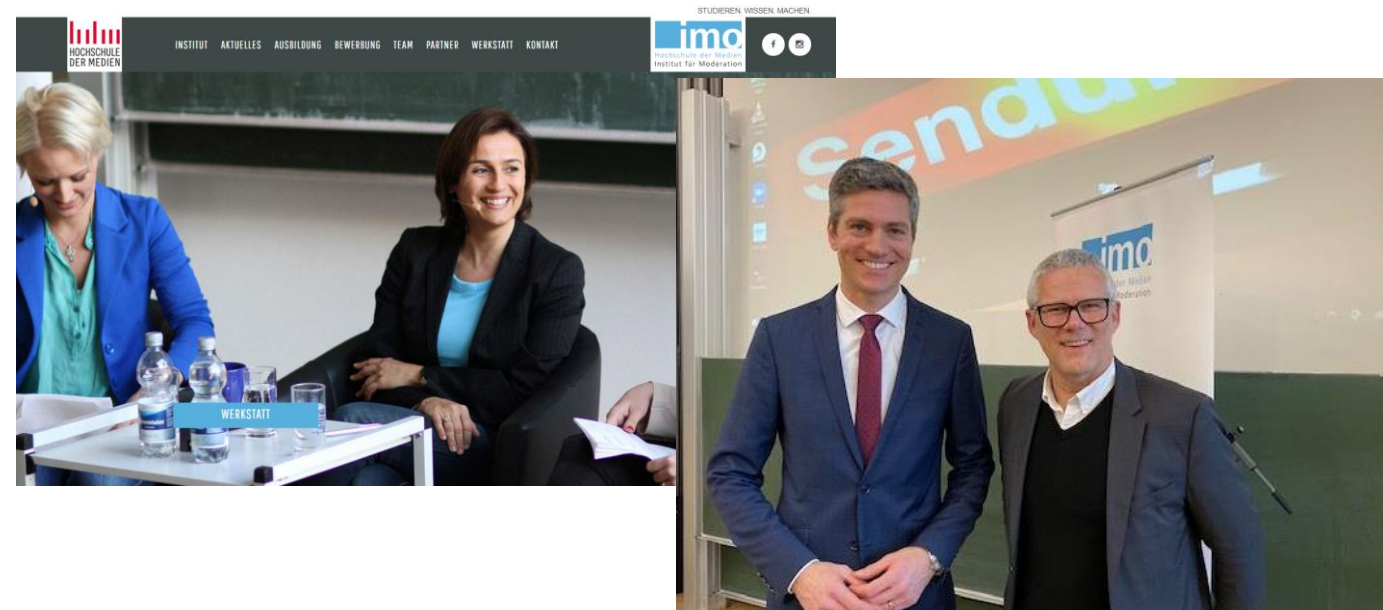
Das Studium besteht aus einem Pflichtbereich und einem Wahlpflichtbereich:

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
- Storytelling und Werteanalyse

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.



HOCHSCHULE DER MEDIEN STUDIENINTERESSIERTE STUDIERENDE HOCHSCHULE FÜR UNTERNEHMEN    

STUDIERN. WISSEN. MACHEN.

HOCHSCHULE DER MEDIEN

HOCHSCHULE DER MEDIEN

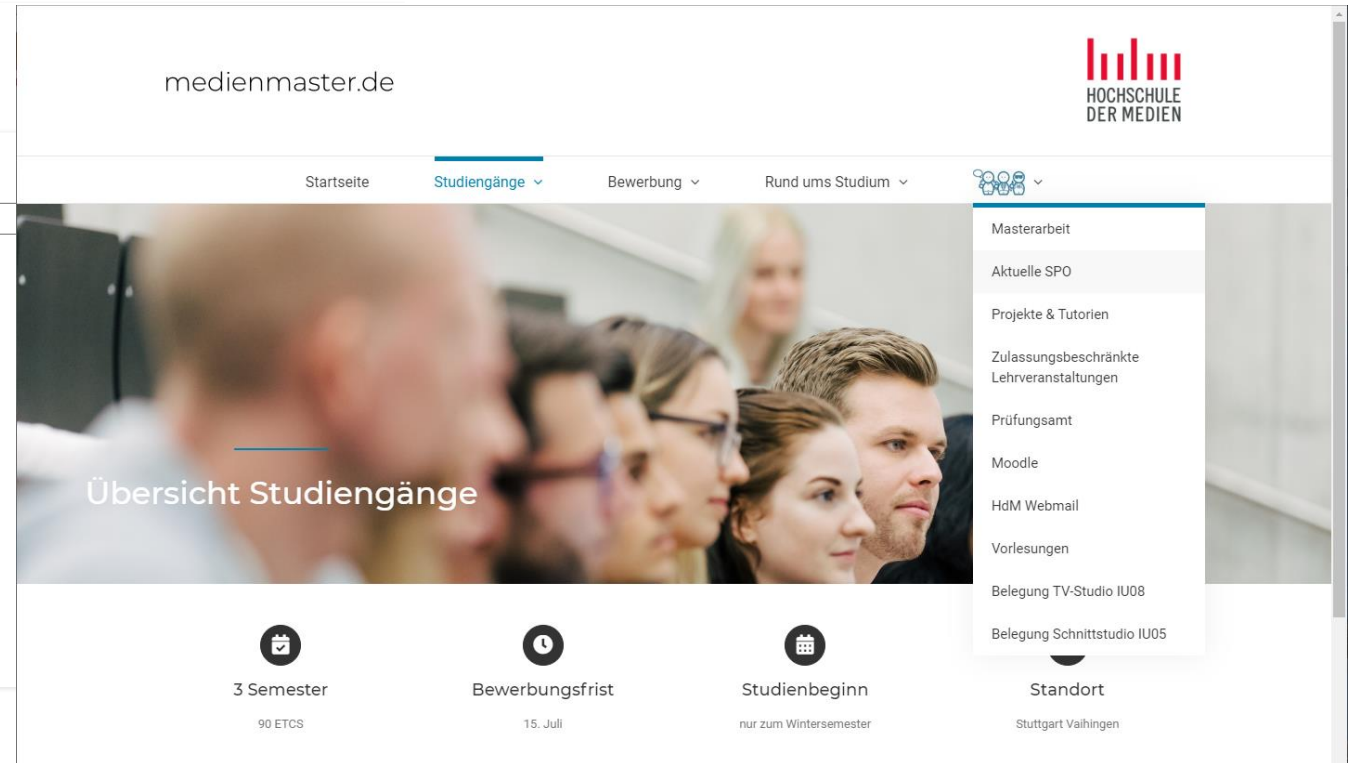
WÄHLEN SIE EINEN STUDIENGANG AUS

STUDIENGANG

Medienmanagement (Master)

Auswahl der Schwerpunkte

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



medienmaster.de

HOCHSCHULE DER MEDIEN

Startseite **Studiengänge** Bewerbung Rund ums Studium

Übersicht Studiengänge

- Masterarbeit
- Aktuelle SPO
- Projekte & Tutorien
- Zulassungsbeschränkte Lehrveranstaltungen
- Prüfungsamt
- Moodle
- HdM Webmail
- Vorlesungen
- Belegung TV-Studio IU08
- Belegung Schnittstudio IU05

3 Semester 90 ECTS

Bewerbungsfrist 15. Juli

Studienbeginn nur zum Wintersemester

Standort Stuttgart Vaihingen



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	



Ansprechpartner



Prof. Harald Eichsteller
Medienmanagement

E-Mail: eichsteller@hdm-stuttgart.de



Irene Stief
Allgemeine Fragen

Telefon: 0711 8923-2075
E-Mail: stief@hdm-stuttgart.de



Instagram

Offizieller Account der Medienmaster an der HdM! Außerdem halten wir euch unter den Tags [#hdmstuttgart](#) [#hdmcampus](#) über das aktuelle Tagesgeschehen an der HdM auf dem Laufenden!



Prof. Harald Eichsteller

LinkedIn



XING



Google



www.eichsteller.com
eichsteller@hdm-stuttgart.de