

Basisinformationen Studiengangsakkreditierung

Hochschule Fresenius

Fachbereich Wirtschaft & Medien

Telefon: 0800-7245834

E-Mail: beratung@hs-fresenius.de

Internet: www.hs-fresenius.de

Studiengang	Corporate Communication
Abschlussgrad	Master of Arts
Zuordnung des Master-Studienganges	konsekutiv
Profilzuordnung Master	anwendungsorientiert
ECTS-Punkte	120
Durchführungsform	Vollzeit
Regelstudienzeit	4 Semester
Durchführungsorte	Düsseldorf, Hamburg, Köln, München
Unterrichtssprache	Deutsch
Kurzprofil des Studiengangs	<p>Die Zielgruppe des Masterstudiengangs Corporate Communication sind Bachelorabsolventen aus allen soziologischen, psychologischen und wirtschaftswissenschaftlichen Studiengängen sowie des Medien- und Kommunikationsmanagements.</p> <p>Laut Qualifikationsprofil besitzen die Absolvent*innen des Studiengangs „Corporate Communication“ (M.A.) ein breites und vertieftes Wissen über strategische Kommunikation, die Konstruktion von Instrumenten und Maßnahmen sowie die Interpretation von Phänomenen der Kommunikation von Unternehmen und Organisationen. Auf der Basis soziologischer, psychologischer und ökonomischer Fach- und Methodenkompetenz sind sie befähigt, in und für Unternehmen und Organisationen anspruchsgruppengerechte Formen der strategischen Kommunikation selbständig zu gestalten, lenken und weiterzuentwickeln. Sie sind in der Lage, interdisziplinär und integrativ zu denken, und können daher die strategische Kommunikation bei der Durchsetzung gesellschaftlicher und ökonomischer Interessen kooperativer Akteure sinnvoll und zielorientiert einsetzen. Gesellschaftliche und ökonomische Veränderungen der Globalisierung und der Digitalisierung auf Kommunikationsprozesse fachwissenschaftlich können reflektieren werden, Chancen und Risiken dargestellt und diskursiv erörtert. Sie beherrschen die unterschiedlichen Instrumente der strategischen Kommunikation, intern und extern, von der Krisen- bis zur Wirtschaftskommunikation und können unterschiedliche Maßnahmen vom Storytelling bis zum Content Marketing in unterschiedlichen Bereichen von der Finanzkommunikation bis zur politischen Kommunikation integriert umsetzen. Die Implementierung dieser Instrumente und Maßnahmen können sie in Bezug zu den wissenschaftlichen Grundlagen kritisch im Diskurs beraten und kooperationsorientierte Lösungen entwickeln sowie präsentieren. Sie erkennen gesellschaftliche, politische</p>

und ökonomische Problemlagen und können soziale, ethische und wirtschaftspolitische Fragen reflektieren, eine begründete Haltung entwickeln, diese engagiert vertreten und Lösungen kooperativ im gesamtgesellschaftlichen Diskurs anstreben sowie umsetzen. Sie verfügen in besonderem Maße über die hierfür benötigten rhetorischen und kommunikativen Kompetenzen. Absolvent*innen des Masterstudiengangs „Corporate Communication“ sind in leitenden Funktionen in allen Bereichen der strategischen Kommunikation in Unternehmen, Agenturen und Organisationen aller Branchen und Größen einsetzbar. Berufsfelder sind insbesondere das Kommunikationsmanagement, die Marken- und Kampagnenkommunikation. Darüber hinaus sind die Absolvent*innen dazu befähigt, einer weiterführenden wissenschaftlichen Betätigung, beispielsweise im Rahmen einer Promotion, nachzugehen.

Der **konsekutive Masterstudiengang** Corporate Communication (M.A.) spiegelt die in der Grundordnung der Hochschule Fresenius festgelegten Ziele und Aufgaben auf Studiengangsebene wider, indem durch anwendungsbezogene Lehre die Studierenden auf berufliche Tätigkeiten vorbereitet werden, die die Anwendung wissenschaftlicher Erkenntnisse und wissenschaftlicher Methoden erfordern. Im Masterstudiengang CC wird aktuelles Fach- und fachübergreifendes Wissen vermittelt. Das Bildungsangebot ist den allgemein anerkannten Grundsätzen guter wissenschaftlicher Praxis verpflichtet und enthält den Erwerb von methodischen, Persönlichkeits- und Sozialkompetenzen und die Gewährleistung der Beschäftigungsfähigkeit und der Befähigung zum lebenslangen Lernen.

Aufnahme des Studienbetriebs	WS 2013/14
Aufnahmekapazität pro Semester/ Standort	25
Reakkreditierung	26.06.2018
Akkreditiert bis	31.08.2025
Vergabe des Siegels des Akkreditierungsrates	Hochschule Fresenius
Auflagen	Auflagen, die im Rahmen der Reakkreditierung erteilt wurden, wurden erfüllt.
Zusammenfassende Bewertung	Aus gutachterlicher Sicht werden im Qualifikationsprofil nachvollziehbare, relevante und auf Masterniveau befindliche Qualifikationsziele mit einem hohen Anteil strategischer Aspekte dargestellt. Das Curriculum mit einer Kombination aus soziologischer, psychologischer und ökonomischer Fach- und Methodenkompetenz, als strategischer Kompetenz, und konzeptionellen und umsetzungsorientierten Fähigkeiten, befähigt in besonderem Maße zu einem breiten Spektrum an Führungsaufgaben. Die Zulassungsbedingungen sind, auf der Rechtsgrundlage des Hessischen Hochschulgesetzes für den Fachbereich Wirtschaft und Medien in der Prüfungsordnung klar geregelt und nachvollziehbar. Nach gutachterlicher Ansicht ist die Anerkennung von erbrachten Leistungen entsprechend der gängigen Verfahren und klar geregelt. Das didaktische Konzept wird als durchdacht und sehr gut passend zu Thematik und Studiengangsziel erachtet. Die Anzahl und Art der Prüfungsleistungen sind modulbezogen, wissens- und kompetenzorientiert sowie im Modulhandbuch beschrieben. Eine stetige Weiterentwicklung des Studiengangs wird durch das interne Qualitätsmanagement angestrebt. Insgesamt handelt es sich aus Sicht der Gutachter um einen innovativen Studiengang, der beste Voraussetzungen für eine erfolgreiche Tätigkeit im Bereich der strategischen Kommunikation bietet.

SK