

Basisinformationen Studiengangsakkreditierung

Hochschule Fresenius

Fachbereich Wirtschaft & Medien

Telefon: 0800-7 245 834

E-Mail: beratung@hs-fresenius.de

Internet: www.hs-fresenius.de

Studiengänge	MEDIENMANAGEMENT & DIGITALES MARKETING [zuvor Medien- und Kommunikationsmanagement] und MEDIENMANAGEMENT & DIGITALES MARKETING MIT PRAXISSEMESTER [zuvor Medien- und Kommunikationsmanagement mit Praxissemester]
Abschlussgrad	Bachelor of Arts
ECTS-Punkte	180 bzw. 210
Durchführungsform	Vollzeit
Regelstudienzeit	6 bzw. 7 Semester
Durchführungsorte	Düsseldorf, Hamburg, Köln, München und Wiesbaden
Unterrichtssprache	Deutsch
Kurzprofil des Studiengangs	<p>Zielgruppe sind Personen mit Hochschulzugangsberechtigung, die ein Management-Studium mit der starken Fokussierung auf die Themen Medien und Digitalisierung anstreben. Hauptinteressen der Zielgruppe sind Medien und die moderne Vermittlung von Inhalten, Trends der Digitalisierung und das professionelle Management von Auswirkungen der Digitalisierung.</p> <p>Laut Qualifikationsprofil verfügen Absolvent*innen des Studiengangs „Medienmanagement & Digitales Marketing B.A.“ über grundlegende Kompetenzen des Medienmanagements und über wissenschafts-methodische Kompetenzen. Sie können die Vor- und Nachteile unterschiedlicher Mediengattungen gegeneinander abwägen und auch die Potentiale der digitalen Transformation kritisch abschätzen. Ihre Fähigkeit, sich analytisch mit neuen medialen Sachverhalten auseinanderzusetzen, dient ihnen auch zur Beurteilung von Strategien und Geschäftsmodellen von Medienunternehmen. Die Absolvent*innen sind insbesondere in der Lage, mit Hilfe medienwissenschaftlicher Methoden bei der Konzeption, Planung und Umsetzung von Marketing- und Kommunikationsstrategien mitzuwirken und den Erfolg derartiger umgesetzter Strategien mittels quantitativer und qualitativer Methoden zu bewerten. Die Wahl von Schwerpunkten und Wahlpflichtmodulen erlaubt es den Absolvent*innen, einerseits fachliche Schwerpunkte zu setzen, andererseits ihre eigenen Vorlieben zu reflektieren und ihre Persönlichkeit im Rahmen der beruflichen Qualifizierung weiterzuentwickeln. Dazu gehören beispielsweise Moderationskompetenzen, um innerhalb von Teams den eigenen Standpunkt zu verdeutlichen ebenso wie die Reflektion anderer Meinungen und die sachlich-argumentative Auseinandersetzung darüber. Sie vermögen zudem unter Berücksichtigung aktueller Trends gesellschaftliche Prozesse wahrzunehmen, diese aktiv mitzugestalten und sich für gesellschaftliche Werte einer freiheitlich-demokratischen Ordnung einzusetzen. Die er-</p>

worbenen Fertigkeiten des wissenschaftlichen Arbeitens befähigen die Absolvent*innen dazu, sich unter Anwendung erprobter und wissenschaftlich fundierter Methoden neues Wissen selbstständig anzueignen. Die so gewonnenen neuen Erkenntnisse können sie unter Anwendung geeigneter Präsentationstechniken gegenüber Dritten, ggf. auch in englischer Sprache, darlegen.

Das Qualifikationsprofil des Studiengangs „**Medienmanagement & Digitales Marketing mit Praxissemester, B.A.**“ erweitert die Qualifikationen der Absolvent*innen im Bereich der Berufsbefähigung. Das QP wird daher um folgenden Zusatz erweitert: In dem einsemestrigen integrierten Praktikum konnten sich die Absolvent*innen auf der Grundlage ihres theoretischen Wissens und ihrer fachlichen Kompetenzen in der Bewältigung praktischer Problemstellungen der Digital- und Medienwirtschaft üben. Zugleich konnten sie in diesen Projekten die sich typischerweise bietenden Gelegenheiten nutzen, um im Zusammenspiel mit Projektpartnern etwa soziale, kommunikative und moderative Fähigkeiten zu schulen.

Berufsfelder der Absolvent*innen der Studiengänge „**Medienmanagement & Digitales Marketing, B.A.**“ und „**Medienmanagement & Digitales Marketing mit Praxissemester, B.A.**“ sind Tätigkeiten als Nachwuchsführungskraft in Unternehmen der Digitalwirtschaft, Managementaufgaben in Medienunternehmen sowie im Marketing von Unternehmen aller Wirtschaftszweige und Unternehmensberatungen. Insbesondere qualifiziert der Studiengang für Aufgaben im Social Media Management und für die Konzeption und Umsetzung digitaler Marketing-Strategien in Unternehmen, Agenturen und Beratungsunternehmen.


Weiterhin kommt eine Selbstständigkeit im Rahmen eines eigenen Start-ups oder die Mitarbeit in der Unternehmenskommunikation in Frage. Darüber hinaus ist es auch möglich, nach einem erfolgreichen Bachelorabschluss ein Masterstudium aufzunehmen.“

Der Bachelorstudiengang Medienmanagement & Digitales Marketing (B.A.) des Fachbereichs Wirtschaft & Medien an der Hochschule Fresenius spiegelt die in der Grundordnung der Hochschule festgelegten Ziele und Aufgaben auf Studiengangsebene wider, indem durch anwendungsbezogene Lehre die Studierenden auf berufliche Tätigkeiten vorbereitet werden sollen. Er steht bezüglich der Digitalen Medien im Verbund mit den sog. „Creative Cluster“, bestehend aus den Bachelorstudiengängen Game Design & Management, Motion Design & Management und Mediendesign & Management. Wesentliche Gemeinsamkeiten gibt es zudem in der Struktur des Studiengangs zu anderen Bachelorstudiengängen im Fachbereich Wirtschaft & Medien.

Aufnahme des Studienbetriebs	SS 2015
Aufnahmekapazität pro Semester/ Standort	50
Reakkreditierung (180 ECTS)	27.05.2020 im Cluster
Reakkreditierung (210 ECTS)	27.05.2020 im Cluster
Akkreditierung jeweils bis	31.08.2028
Vergabe des Siegels des Akkreditierungsrates	Hochschule Fresenius
Auflagen	<p>Mit Frist 01.08.2020 war eine Auflage betreffend den Praktikumsleitfaden zum Semester-Pflichtpraktikum zu erfüllen.</p> <p>Mit Frist 01.09.2021 war eine Auflage betreffend die Absolventenbefragung zu erfüllen.</p> <p>Alle Auflagen wurden fristgerecht erfüllt.</p>
Zusammenfassende Bewertung	Aus Sicht des Gutachterteams beschreibt das Qualifikationsprofil die generalistische Bildung im Bereich der Digitalen Wirtschaft und Transformation und die Themen des Digitalen Marketings. Die Studierenden erlangen durch

Themen der Medienpraxis und des Rechts speziell auf der Umsetzungsebene Kompetenzen, um umfassend Aufgabenstellungen und Themen ganzheitlich zu verstehen und umzusetzen. Mittels Case Study lässt sich der Transfer zwischen Theorie, aktuellen Entwicklungen und Praxis umzusetzen. Die Nutzung von übergreifenden Modulen, die fachspezifische Ausrichtung sowie die Möglichkeit der Spezialisierung sind kompetenzorientiert auf das jeweilige Qualifikationsziel ausgerichtet. Neben den Wahlmöglichkeiten ermöglichen auch die integrativen Bestandteile einer individuell ausgeprägten Kompetenzentwicklung in einigen Modulen eine sehr gute Persönlichkeitsentwicklung. Aus Sicht des Gutachterteams bietet der Studiengang insgesamt das Kompetenzset für die multidisziplinären Aufgaben auf dem weiteren Karriereweg der Studierenden. Die Studiengangsbezeichnung korrespondiert aus Gutachtersicht mit den Lernzielen und dem Curriculum, dieses wiederum mit dem Qualifikationsprofil; es nutzt und vermittelt aktuelle Inhalte aus dem jeweiligen Bereich, sowohl aus der Praxis, als auch aus der Wissenschaft. Dabei sind die Modulbeschreibungen kompetenzorientiert formuliert, die Inhalte spiegeln gut die Themen des einzelnen Moduls wieder; die Literaturangaben sind aktuell und zweckmäßig.

Die Zugangsvoraussetzungen/ Zulassungsbedingungen sind insgesamt plausibel und gewährleisten ein Studium auf Bachelorniveau. Die Fachkommission stellt fest, dass die Abwechslung der Prüfungsformen besonders erwähnenswert ist. Die hinreichende Differenzierung der Prüfungsformen und die gebotene modulspezifische Kompetenzorientierung sind gewährleistet. Unter Berücksichtigung der Aspekte eines planbaren, verlässlichen Studienbetriebs, der Arbeitsbelastung und der Prüfungsbelastung/-dichte ist der Studiengang aus Gutachtersicht studierbar. Der im Rahmen dieser Re-Akkreditierung vorgelegte Studiengang wird von der Fachkommission insgesamt aufgrund der vorliegenden Dokumentation, Statistiken und Kennzahlen als studierbar eingestuft. In puncto Studienerfolg gilt es jedoch die Datenbasis zu verbessern, auf deren Grundlage der Studiengang weiterzuentwickeln ist.

<p>Gutachtergruppe</p> <p>Vertreterin Wissenschaft</p> <p>Vertreter Berufspraxis</p> <p>Vertreter Studierende</p>	<p>Prof. Dr. Ralph Sonntag Professor für Marketing, insbesondere Multimedia-Marketing (Medienmanagement, Kommunikation) an der Hochschule für Technik und Wirtschaft Dresden Gutachter bei FIBAA mit langjähriger Akkreditierungserfahrung</p> <p>Christoph Sodemann Head of Public Relations bei BORDA – Bremen Overseas Research and Development Association. Inhaber von getlinx – Media+Solutions (Social Media, Corporate Communications, Strategieberatung)</p> <p>Matthias Lüth Abschluss WI-Informatik, B.Sc.; derzeit Studierender der WI-Informatik M.Sc. an der TU Dresden</p>
<p>Akkreditierungsbericht vom 20.05.2020</p>	

SK/BLE