

Basisinformationen Studiengangsakkreditierung

Hochschule Fresenius

Fachbereich Wirtschaft & Medien

Telefon: 0221 29285-600

E-Mail: hello@onlineplus.de

Internet: www.hs-fresenius.de

Studiengänge	MEDIEN- UND KOMMUNIKATIONSMANAGEMENT
Abschlussgrad	Bachelor of Arts
ECTS-Punkte	180
Durchführungsform	Berufsbegleitend
Regelstudienzeit	8 Semester
Hinweis auf pauschale Anrechnungsverfahren	Bewerber*innen, die über einen Abschluss eines kaufmännischen IHK-Ausbildungsberufs verfügen, können auf Antrag die Module „Einführung in die Betriebswirtschaftslehre“, „Internes und externes Rechnungswesen“, „Projektstudium“ respektive „Projektmanagement“ pauschal angerechnet bekommen.
Durchführungsorte	Berlin, Düsseldorf, Hamburg, Idstein (seit 2019 Wiesbaden), Köln, München
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>Absolvent*innen des berufsbegleitenden Bachelorstudiengangs „Medien- und Kommunikationsmanagement, B.A.“ verfügen nicht nur über eine umfassende Kenntnis über den sich schnell wandelnden Markt und medien- und kommunikationsspezifische Kompetenzen, sondern darüber hinaus auch über wirtschafts- und rechtswissenschaftliche Fachkenntnisse auf einer akademisch profunden sowie wissenschaftlich anerkannten Grundlage. Dies erfolgt unter Berücksichtigung eines praxisorientierten inhaltlichen Ansatzes. Neben der Erlangung dieser fachspezifischen Kenntnisse hat der Studiengang ferner zum Ziel, den Studierenden im Rahmen ihrer anwendungsorientierten Ausbildung Schlüsselqualifikationen zur weiteren Gestaltung und Förderung von sozialen und allgemein nutzbaren Kompetenzen zu vermitteln. So sieht das Studium Generale ergänzend zu dem medien-spezifischen und ökonomischen Fächerspektrum beispielsweise Fremdsprachen, Zeit- und Projektmanagement, Rhetorik und Präsentation sowie ethisches und nachhaltiges Unternehmensverhalten vor. Das Studium Medien- und Kommunikationsmanagement dient auch der Erlernung von Methodenkompetenz. Die Studierenden sollen befähigt werden, sich rasch und analytisch präzise in komplexe, fremde Sachverhalte einzuarbeiten, die es sodann problemorientiert, pragmatisch und praxisgerecht zu lösen gilt. Hierzu dienen eine Reihe von praxisorientierten Übungen und Projekten, die zum Teil gemeinsam mit externen Praxispartnern durchgeführt werden, was auch die</p>

früh-zeitige Bildung von Netzwerken fördert. Diese stark ausgeprägte Verknüpfung von Theorie und Praxis führt zu einer enormen Einsatzbreite und Akzeptanz für spätere Berufs- und Aufstiegschancen. Auf der soliden Basis dieser modularen Gesamtkonzeption des Studiengangs werden die Studierenden gezielt auf eine erfolgreiche Karriere im Management vorbereitet und sind daher als hochqualifizierte Mitarbeiter in Managementpositionen, je nach Studienschwerpunktsetzung, im audiovisuellen Bereich ebenso wie in Werbe- und Kommunikationsagenturen, im Online-Business, in Verlags-häusern, bei Eventagenturen oder in Marketingabteilungen einsetzbar.

Berufsfelder der Absolvent*innen des Studiengangs „**Medien- und Kommunikationsmanagement, 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 berufsbegleitende Bachelorstudiengang Medien- und Kommunikationsmanagement (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 die Studierenden durch anwendungsbezogene Lehre auf berufliche Tätigkeiten vorbereitet werden.

Der Studiengang steht im Verbund mit anderen Bachelorstudiengängen im Fachbereich Wirtschaft & Medien im Hinblick auf gemeinsame wirtschafts- und managementbezogene, überfachliche und praxisorientierte Module.

Aufnahme des Studienbetriebs	SS 2015
Aufnahmekapazität pro Semester/ Standort	42
Erstakkreditierung	14.01.2015 (im Cluster mit Betriebswirtschaftslehre und Wirtschaftspsychologie, jeweils in Vollzeit und berufsbegleitend)
Akkreditierung bis	28.02.2022
Vergabe des Siegels des Akkreditierungsrates	Hochschule Fresenius
Auflagen	Auflagen, die im Rahmen des Akkreditierungsverfahrens erteilt wurden, wurden erfüllt.
Zusammenfassende Bewertung	Aus Sicht der Fachkommission bereitet das Qualifikationsprofil auf Tätigkeiten bzw. Nachwuchsführungspositionen in nationalen und internationalen Berufsfeldern mit einer Schwerpunktsetzung in medien- und kommunikationswirtschaftlichen Kontexten vor, wobei das Einsatzspektrum sowohl stärker betriebswirtschaftliche als auch tendenziell eher kreativ-gestalterische Tätigkeiten umfasst. Es wird bestätigt, dass das MKM-Programm eine akademisch profunde sowie gleichzeitig arbeitsmarkt- und unternehmenspraxisgerechte Ausbildung gewährleistet. Das Profil des Studienganges ist stimmig: wissenschaftsbasiert, praxisorientiert, marktgerecht. Von Seiten der Fachkommission wird die Studienstruktur als ausgewogen beurteilt, da das Fachgebiet Medien und Kommunikation einen wesentlichen Schwerpunkt bei gleichzeitiger Verzahnung in der Betriebswirtschaftslehre mit Querbezügen zum Wirtschaftsrecht und der zentralen Rolle der Medienswerpunkte darstellt. Es wird u.a. hervorgehoben, dass die Schwerpunkte den gegenwärtigen Entwicklungen in der Branche entsprechen, die einen langfristigen Megatrend reflektierten. Der Verzicht auf eine Vertiefung im Bereich Print-

medien wird von Seiten der Fachkommission als eine konsequente Entscheidung gesehen, da in diesem Sektor mit einem Bedeutungsverlust zu rechnen sein wird. Auch der Erwerb von sprachlichen und interkulturellen Kompetenzen ist systematisch vorgesehen. Die definierten Qualifikationsziele sind somit aus Sicht der Fachkommission sehr gut erreichbar und die Anforderungen des Berufsfeldes erfüllbar.

Als Besonderheiten im Verbundsystem werden gutachterseitig die Module „Marketing“ (verantwortet von BWL) sowie „Einführung in das Online-Business“ und „Online-Marketing“ (inhaltlich und fachlich in MKM verankert) beleuchtet und die jeweilige Verortung und Verankerung als plausibel erachtet. Fraglich hingegen erscheint die zeitliche Anordnung der Rechtsmodule, da die Studierenden mit der Einführung in das Medienrecht starten und erst anschließend die Einführung in das Privatrecht hören.

Nach Auffassung der Fachkommission sind die Zugangsvoraussetzungen/Zulassungsbedingungen für den hier zu begutachtenden Bachelor-Studiengang plausibel und gewährleisten ein Studium auf Bachelorniveau. Auf Grund der Zulassungsbedingungen darf erwartet werden, dass die Studienanfänger in der Lage sind, das Studium erfolgreich zu absolvieren.

Laut Fachkommission wird das didaktische Konzept mit seiner Mischung aus Vorlesungen, Fallstudien, Referaten und Projekten einerseits als passend zu den aufzubauenden fachlichen und überfachlichen Kompetenzen der Studierenden erachtet, andererseits als modern bezeichnet und das E-Learning-Konzept als vielversprechend dargestellt. Auch die Prüfungsdichte wird von Seiten der Fachkommission für angemessen gehalten. Die Studierbarkeit wird überwiegend als (voll umfänglich) gegeben angesehen.

SK