

Kommunikationsmanagement (konsekutiv)

Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften, Salzgitter
Master of Arts



Programm

Zeitgemäßer und verantwortungsvoller Medieneinsatz

Der Masterstudiengang für Menschen, die ihre Kompetenzen im zeitgemäßen und verantwortungsvollen Medieneinsatz weiter vertiefen wollen.

KommunikationsmanagerInnen können strategische und publizistische Kommunikation souverän und unter Berücksichtigung ökonomischer Notwendigkeiten planen und durchführen. Sie besitzen die Fähigkeit zur Führung von Teams. Durch den sicheren Umgang mit Kommunikationstheorien und den Methoden der empirischen Sozialforschung treten sie als ManagerInnen mit fundierten Entscheidungskompetenzen auf. Dazu fördert der Studiengang Kommunikationsmanagement die Studierenden in den folgenden 4 Gebieten:

1. Entscheidungssicherheit und Teamorientierung: Flexibilität und Teamarbeit sind heutzutage in der Praxis der Medienberufe obligatorisch. Sie werden in Kommunikationsagenturen ebenso benötigt, wie für die Medienplanung oder die redaktionelle Arbeit. Arbeitsgruppen werden in der Kommunikationspraxis häufig ausschließlich projekt- und themenbezogen zusammengestellt und integrieren Menschen mit verschiedenartigen Hintergründen und Fähigkeiten. Dazu werden im Studium Aspekte der Personalführung und des Managements aufgegriffen, die die Studierenden gezielt auf Karrieren als Fach- und Führungskräfte in Agenturen, den Geschäftsführungen von Medienunternehmen und auch in Redaktionen vorbereiten.

2. Wissen im Feld des Kommunikationsmanagements: Um komplexe Entscheidungslagen sicher beurteilen zu können, ist es zentral, dass Probleme analysiert und theoretisch fundiert beurteilt werden können. Der Studiengang vermittelt ein breites theoretisches und anwendungsorientiertes Wissen aus den Bereichen Kommunikationswissenschaften und BWL/Management, mit dem die Studierenden sich auf dem Feld der strategischen und publizistischen Kommunikation sicher bewegen können.

3. Sicherer Umgang mit Daten: Die Fähigkeit zur Markt- und Meinungsforschung und der generelle Umgang mit Daten hat durch die exponentielle Zunahme und Steigerung der Komplexität von Inhalten und Informationen (Stichwort „Big Data“) für die Entscheidungsfindungen und Kommunikationsstrategien in der Praxis der Medienberufe stark an Bedeutung gewonnen. Das Management von strategischer und publizistischer Kommunikation wird zukünftig intelligent mit diesen Daten umgehen müssen - sie auswerten und organisieren - und somit letztendlich auch auf dem Feld des Wissensmanagements aktiv werden. Entsprechend vermittelt der Studiengang fundiertes Wissen im Umgang mit sozialwissenschaftlichen Methoden der empirischen Sozialforschung und bereitet die Studierenden so auf den Umgang mit Daten - beispielsweise aus der Marktforschung - vor.

4. Entrepreneurship: Der Weg in die Selbstständigkeit ist insbesondere für die Medienbranche eine echte Alternative zur Festanstellung in Unternehmen. Um den Studierenden diesen Schritt zu erleichtern, werden sie an die wesentlichen Herausforderungen des Marktes und die zentralen Kompetenzen in den Bereichen Entrepreneurship und Gründung herangeführt.

Erfolgreiches Kommunikationsmanagement braucht Persönlichkeiten. Deshalb unterstützt der Studiengang Neugierde und Vision, Profil und kritischen Geist im Studium - fordert aber auch studentische Eigeninitiative.

Ostfalia
Hochschule für angewandte
Wissenschaften 

Kontakt

Studierenden-Servicebüro
Telefon: 05341-875 15040
E-Mail: ssb-sz@ostfalia.de

Informationen zum Studiengang
Michael Lohse M.A.
Telefon: +49 (0)5341 875 52780
E-Mail: mi.lohse@ostfalia.de

[Zur Webseite >](#)

Studienaufbau

Aufbau des Studiums

Die Regelstudienzeit beträgt zwei Jahre einschließlich der Masterarbeit.

Das Studium bietet eine praxisorientierte und zugleich vertiefend wissenschaftlich-methodische Ausbildung, angefangen bei Publizistik und Public Relations, über Produktions- und Managementprozesse in publizistischen Umgebungen, bis hin zu Entrepreneurship und Gründung. Es setzt kommunikations- und medienwissenschaftliche Kenntnisse voraus, baut diese aus und integriert sie in anwendungsorientierte Forschungsprojekte mit publizistischem und/oder PR-Schwerpunkt.

Die Besonderheiten des Studiengangs

- Medienübergreifender Bildungsansatz
- Schwerpunkt auf Managementprozesse in Umgebungen strategischer und publizistischer Kommunikation
- Thematisierung der besonderen Herausforderungen des Arbeitsfeldes
- Gezielte Vorbereitung auf die Karriere als Fach- oder Führungskraft, aber auch auf einen Weg in die Selbstständigkeit
- Intensiver Einbezug von VertreterInnen aus der Praxis in Form von Case Studies
- Projekte in Kooperation mit Medienunternehmen
- Regelmäßige Veranstaltungen wie Vorträge und Fachtagungen, die durch den hauseigenen Studierenden- und Alumniverein, das Ostfalia Mediennetz, organisiert werden.

Das Studium fördert die wissenschaftliche Reflexion durch Theoriemodule, gestalterische und organisatorische Kompetenzen, Teamwork und die Befähigung zur Existenzgründung.

Die optimale Vermittlung der Lehrinhalte und intensive Betreuung der Studierenden wird durch eine beschränkte Anzahl von Zulassungen sichergestellt. Die überschaubaren Gruppengrößen und die hervorragende technologische Ausstattung des Studiengangs bieten beste Voraussetzungen für ein erfolgreiches Studium des Kommunikationsmanagements an der Ostfalia.

Perspektiven

Die Hochschule Ostfalia

Neben der Attraktivität des Studienstandortes Salzgitter mit seiner günstigen Wohnsituation, seinem vielfältigen Sport- und Freizeitangebot, seiner Nähe zum Nationalpark Harz sowie den Städten Braunschweig, Wolfsburg und Hannover, spricht vor allem die Studiensituation für ein Studium des Kommunikationsmanagements an der Ostfalia Hochschule:

Optimale Betreuungssituation

- Kein Massenstudiengang
- Überschaubare Gruppengrößen

Kooperationen mit

- führenden Verbänden und Organisationen
- Unternehmen und Kommunen aus der Region und deutschlandweit
- den Studiengängen Medienmanagement, Medienkommunikation, Mediendesign, Tourismusmanagement, Sportmanagement und diversen Verkehrsstudiengängen innerhalb der Fakultät
- Partnerhochschulen im In- und Ausland

Lehrinhalte & Praxisbezug

- Vermittlung wissenschaftlich-theoretischer Grundlagen
- Erlernen gezielter Anwendungen für die betriebliche Praxis
- Entwicklung von Sozial- und Methodenkompetenzen
- Case Studies und Projekte mit Partnerunternehmen

Schneller Berufseinstieg durch

- kurze Studiendauer
- praxisorientierte Lehrinhalte
- Möglichkeit zur Masterarbeit im Praxisverbund

Bewerben

Kurz und knapp

Studiengang: Kommunikationsmanagement

Abschluss: Master of Arts (M.A.)

Studienart: Vollzeitstudiengang

Dauer: 4 Semester Regelstudienzeit (inkl. Bachelorarbeit)

Beginn: zum Wintersemester

Bewerbungsschluss: jährlich bis zum 15. Juli

Zulassungsberechtigung: Hochschulzugangsberechtigung (Abitur, Fachhochschulreife, gleichwertig anerkannte Ausbildung etc.) erforderlich; Bachelorabschluss (mindestens 180 Leistungs-punkte/Credits) (oder einen diesem gleichwertigen Abschluss) im Studiengang Medienmanagement, Medienkommunikation, Medienwissenschaft, Kommunikationswissenschaft oder in einem fachlich eng verwandten Studiengang

[Flyer zum Studiengang >](#)

Medien

Publizistik