

---

Gemäß § 10 Abs. 6 der Grundordnung der Mediadesign Hochschule für Design und Informatik in der Fassung vom 1. Juni 2015 erlässt der Akademische Senat die folgende Studienordnung für den Teilzeit-Bachelor-Studiengang Medien- und Kommunikationsmanagement (Bachelor of Arts):

## **Inhaltsverzeichnis**

§ 1	Geltungsbereich .....	2
§ 2	Studienziel.....	2
§ 3	Gliederung des Studiums .....	2
§ 4	Studienplan .....	2
§ 5	Sprache.....	3
§ 6	Zulassung nach § 11 BerlHG .....	3
§ 7	In-Kraft-Treten.....	3
Anlage zu § 4	.....	4

## § 1 Geltungsbereich

Diese Ordnung gilt nach In-Kraft-Treten für alle Studierende, die im Teilzeit-Bachelor-Studiengang Medien- und Kommunikationsmanagement (Bachelor of Arts) an der MEDIADESIGN HOCHSCHULE für Design und Informatik eingeschrieben sind und wird ergänzt durch die Prüfungsordnung für den Teilzeit-Bachelor-Studiengang Medien- und Kommunikationsmanagement vom 1. März 2016. Die Rahmenprüfungsordnung für Bachelor- und Master-Studiengänge der MD.H (RPO) in ihrer jeweils gültigen Fassung ist Bestandteil dieser Ordnung.

## § 2 Studienziel

Das Ziel des Teilzeit-Bachelor-Studiengangs „Medien- und Kommunikationsmanagement“ an der MEDIADESIGN HOCHSCHULE ist die umfassende und grundlegende Vorbereitung von Studierenden auf die erfolgreiche Laufbahn in der Medien- und Kommunikationsbranche. Nach diesem Studiengang verfügen die Absolventen über grundlegende betriebs-, medien- und kommunikationswirtschaftliche Kenntnisse beispielsweise in Marketing, PR, Werbung und Social Media. Anhand von theoretischen Modellen, Fallbeispielen, praxisbezogenen Aufgaben und Übungen bringt das Studium den Studierenden die Kompetenz in der Findung, Kommunikation und Umsetzung von managementspezifischen Entscheidungen bei. Ein weiteres Ziel des Studiengangs ist die Einführung den Studierenden in die technische, technologische, betriebswirtschaftliche, rechtliche, politische und soziologische Komplexität der Medien- und Kommunikationslandschaft. Darüber hinaus werden die Absolventen die Ansätze für strategisches Medien- und Kommunikationsmanagement insbesondere in Bezug auf gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen und der Nachhaltigkeit nach ihrem Studium beherrschen.

## § 3 Gliederung des Studiums

Das Studium umfasst 8 Semester (Regelstudienzeit).

Der Studiengang gliedert sich in den Kernbereich und die Abschlussarbeit.

Der Kernbereich besteht aus den Fachgebieten 1 "Studium Generale", 2 "Betriebs- und Volkswirtschaftslehre", 3 "Medienmanagement", 4 "Kommunikationsmanagement" und 5 "Projektmanagement" sowie der Abschlussarbeit.

Der Studiengang endet im 8. Semester im Rahmen der Bachelorphase mit der Abschlussprüfung (Abschlussarbeit).

## § 4 Studienplan

Das Studium wird nach dem Studienplan durchgeführt. Zur näheren Erläuterung der Lernziele und -inhalte einzelner Studienmodulen dienen Modulpläne, in denen die fachlichen Mindestanforderungen festgelegt werden.

## § 5 Sprache

Die Lehrveranstaltungen werden grundsätzlich in deutscher Sprache abgehalten. Bestimmte Lehrveranstaltungen oder auch Teile davon können nach Festlegung durch die Fachbereichsleitung in englischer Sprache durchgeführt werden.

## § 6 Zulassung nach § 11 BerlHG

Beruflich qualifizierte Studienbewerber/innen können nach Maßgabe des § 11 BerlHG immatrikuliert werden. Für Bewerbungen auf der Grundlage von § 11 BerlHG werden für den Studiengang Mediadesign insbesondere folgende abgeschlossene Berufsausbildungen als geeignet angesehen:

Mediengestalter/in Digital und Print

Mediengestalter/in Bild und Ton

Fachinformatiker/in

Kaufmann/Kauffrau für audiovisuelle Medien

Verlagskaufmann/Kauffrau

Werbekaufmann/Kauffrau

Fachkraft für Veranstaltungstechnik

Fotomedienlaborant/in

Fachangestellte/r für Medien- und Informationsdienste

## § 7 In-Kraft-Treten

Diese Ordnung tritt nach ihrer Veröffentlichung im Mitteilungsblatt der Hochschule in Kraft.

## Anlage zu § 4

Studienplan des Teilzeit-Studiengangs Medien- und Kommunikationsmanagement (Bachelor of Arts)

Fachgebiete und zugehörige Studienmodule		Semester 1	Semester 2	Semester 3	Semester 4	Semester 5	Semester 6	Semester 7	Semester 8	Gesamt ECTS	Präsenz	evolearning	Selbstlernphase
<b>1 Studium Generale</b>													
1.1.	Wissenschaftliches Arbeiten		6						3	9	76		194
1.2.	Wirtschaftsenglisch				6				3	9	48	24	198
<b>2 Betriebs- und Volkswirtschaftslehre</b>													
2.1.	Allgemeine BWL	6								6	48		132
2.2.	Betriebliches Rechnungswesen	6								6	48		132
2.3.	Wirtschaftsmathematik und -statistik		6							6	48		132
2.4.	Mikro- und Makroökonomie		6							6	48		132
2.5.	Personalmanagement						6			6	48		132
<b>3 Medienmanagement</b>													
3.1.	Medientheorie und Medien-geschichte		6							6	20	20	140
3.2.	Marketing			6						6	48		132
3.3.	Markt- und Medienforschung							9		9	72		198
3.4.	Medienökonomie			6						6	48		132
3.5.	Medienethik			6						6	48		132
3.6.	Medienwirtschaft				6					6	48		132
3.7.	Medien- und Wirtschaftsrecht					6				6	24	24	132
3.8.	Strategisches Medienmanage-ment							6		6	48		132
<b>4 Kommunikationsmanagement</b>													
4.1.	Kommunikationstheorie und visu-elle Kommunikation	6								6	48		132
4.2.	Journalistik und Publizistik	6								6	48		132
4.3.	Corporate Identity				6					6	48		132
4.4.	Public Relations					6	3			9	72		198
4.5.	Werbung					6				6	48		132

Fachgebiete und zugehörige Studienmodule		Semester 1	Semester 2	Semester 3	Semester 4	Semester 5	Semester 6	Semester 7	Semester 8	Gesamt ECTS	Präsenz	evolearning	Selbstlernphase
4.6.	Online-Kommunikation						6			6	48		132
4.7.	Strategisches Kommunikationsmanagement							6		6	48		132
<b>5 Projektmanagement</b>													
5.1.	Medientechnologien			6						6	48		132
5.2.	Projekt „Print“				6					6	48		132
5.3.	Projekt „Film und Fernsehen“					6				6	48		132
5.4.	Projekt „Internet“						6			6	48		132
<b>6 Bachelor-Abschluss</b>													
6.1.	Abschlussarbeit und Kolloquium								12	12			360