

Public Relations und Digitales Marketing ^(M.A.) dual

Media
University
of Applied Sciences



Der Studiengang

Besonderheit: Erster deutscher Studiengang, der PR und digitales Marketing kombiniert, mit Spezialisierungen in: Unternehmens- und Finanzkommunikation, NGOs, Verbände und Stiftungen, Öffentliche Verwaltung und politische Kommunikation. Der Studiengang bereitet mit verschiedenen Kursen wie z. B. Rhetorik, Präsentationen, viralen Kampagnen und Kameratraining auf die Praxis vor.

Kompetenzziel: Vorbereitung auf Berufe in einer global vernetzten Kommunikations-gesellschaft (Management, PR, Marketing) und crossmediales Arbeiten in modernen Newsrooms.

Zielberufe: PR- oder Marketing-Manager:innen, strategische PR-Berater:innen, Pressesprecher:innen, Online-Kommunikationsmanager:innen, Social Media Manager:innen, Produzent:innen, Content/Corporate Publishing

In Kürze

ABSCHLUSS

Master of Arts (M.A.)

START

April (Sommersemester)

Oktober (Wintersemester)

DAUER

Vollzeit: 4 Semester

Teilzeit: variabel

STANDORTE

Berlin, Köln, Frankfurt/Main

SPRACHE

Deutsch (Köln) oder

Englisch (Berlin, Frankfurt/Main)

STUDIENFORM

Präsenzstudium

mit Online-Anteilen

DIE MEDIA UNIVERSITY

– Staatlich anerkannte Hochschule

– Institutionelle Akkreditierung

durch den Wissenschaftsrat

– Programmakkreditierung

durch die FIBAA

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNG

– Bestehen des hochschulinternen
Auswahlverfahrens

und guter Abschluss eines

kommunikationswiss.,

medienwiss. oder Journalistik-

Studiums (Uni/FH)

oder

– Guter Abschluss eines wirt-

schafts- oder sozialwiss. Studiums

(Uni/FH) Bewerber:innen, die

keine ausreichenden Kenntnisse

im Bereich der empirischen

sozialwiss. Forschungsmethoden

nachweisen können, belegen

im ersten Semester bindend

ein zusätzliches Modul zu

empirischer Sozialforschung.

GEBÜHREN

dual: € 0,- monatlich (Die Koopera-
tionsbetriebe übernehmen die

monatlich anfallenden Studienge-

bühren von € 850,- und zahlen

außerdem einen Unterhaltsbeitrag.)

Aufnahmegebühr für alle Nicht-EU/
Nicht-Schengen-Bürger:innen (ohne

gültigen Aufenthaltstitel): € 1000,-



Ein Boost an Fach-
kompetenz für deine
kreative Karriere



Die Standorte

CAMPUS BERLIN

Tel +49 (0) 30 – 46 77 693 – 30

studienberatung-berlin@media-university.de

CAMPUS KÖLN

Tel +49 (0) 221 – 222 139 – 33

studienberatung-koeln@media-university.de

CAMPUS FRANKFURT

Tel +49 (0) 69 – 50 50 253 – 96

studienberatung-frankfurt@media-university.de

Public Relations und Digitales Marketing (M.A.) dual



Studium und Job

Der Masterabschluss (M.A.) kann dual-praxisintegrierend in vier Semestern erreicht werden. „**Dual-praxisintegrierend**“ bedeutet, dass die Studierenden parallel zum Studium in einem Kooperationsbetrieb arbeiten. Neben der Vermittlung von theoretischem Fachwissen werden betriebliche Praxisprojekte in das Studium integriert. **Die Media University unterstützt die Bewerber:innen** bei der Vermittlung eines Kooperationsunternehmens auf Basis des eigenen Unternehmensnetzwerks.

Kerndaten ↙

WORKLOAD UND CP

SWS: Semesterwochenstunde

1 SWS: 1 Unterrichtseinheit (à 45 min) pro Vorlesungswoche

1 CP: 30 Stunden Workload

16 WOCHEN Vorlesungszeit pro Semester

50 SWS im gesamten Studium

120 CP im gesamten Studium

Studiengangspezifischer Kompetenzbereich

3 Methodologie-Module ↙

MARKTFORSCHUNG
Methoden der Marktforschung, Datenvisualisierungstools und -techniken
→ 5 CP/4 SWS

KONSUMENTENVERHALTEN
Konsumentenkultur, Brand Management, Entscheidungsfindung, Influencer, Meinungsführerschaft
→ 5 CP/4 SWS

ANGEWANDTE PR-FORSCHUNGSMETHODEN
PR-Forschungstrends, Kommunikationscontrolling und -evaluation, Forschungsprojekt
→ 5 CP/3 SWS

4 vertiefende Public Relations Module ↙

PR-THEORIEN UND -MODELLE
PR-, Organisations-, Kommunik. theorien, Gesellschaft und Strategien, Ethik und Recht, internat./-kulturelle PR
→ 5 CP/4 SWS

PR-KOMMUNIKATIONSFELDER
Krisenkommunikation, interne und Change-Kommunikation, Medien-Beziehungen
→ 5 CP/4 SWS

STRATEGISCHE KOMMUNIKATION
Integriertes Kommunikationsmanagement, Kommunikationsprogramme/-kampagnen, Online-Kommunikation
→ 10 CP/4 SWS

PR LABORATORY
Trainings und Projekte zu: Schreiben, Präsentieren, Kamera/Schnitt etc. im PR-Kontext
→ 5 CP / 3 SWS

3 vertiefende Digitales Marketing Module ↙

GRUNDLAGEN DES DIGITALEN MARKETINGS
Digitale Marktanalysen und Kampagnenentwicklung zur Marketing-Kommunikation
→ 10 CP/4 SWS

INTEGRIERTE MARKETINGKOMMUNIKATION
Online-Medien-Marketing (Display, Video, Social, Suche/SEA), fortgeschrittene Mediaplanung
→ 5 CP/4 SWS

DIGITAL MARKETING LABORATORY
Trainings und Projekte zur Entwicklung von Kampagnen zur digitalen Marketingkommunikation
→ 5 CP/3 SWS

Duale Praxis in Kooperation mit dem Unternehmen ↙

BETRIEBLICHE PRAXISPROJEKTE
Transferprojekte im Betrieb, betreut von Hochschul-Lehrenden
→ 55 CP/11 SWS

Letztes Modul (4. Semester): Abschlussprüfung ↙

MASTER-KOLLOQUIUM UND -ARBEIT
Kolloquium zu M.A.-Abschlussarbeiten, Schreiben der M.A.-Arbeit
→ 15 CP/2 SWS

