

# Public Relations und Digitales Marketing <sup>(M.A.)</sup> 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 Kommunikationsgesellschaft (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 wirtschafts- 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 Kooperationsbetriebe übernehmen die monatlich anfallenden Studiengebühren von € 850,- und zahlen außerdem einen Unterhaltsbeitrag.) Aufnahmegebühr für alle Nicht-EU/Nicht-Schengen-Bürger:innen (ohne gültigen Aufenthaltstitel): € 1000,-



Ein Boost an Fachkompetenz 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

