



## 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  
kommunikationswissenschaftlichen,  
medienwissenschaftlichen oder  
Journalistik-Studiums (Uni/FH)

**oder**  
– Guter Abschluss eines wirt-  
schafts- oder sozialwissenschaft-  
lichen Studiums (Uni/FH)

Bewerber:innen, die keine ausrei-  
chenden Kenntnisse im Bereich der  
empirischen sozialwissenschaft-  
lichen Forschungsmethoden

nachweisen können, belegen im  
ersten Semester bindend das  
Wahlpflichtfach Empirische  
Sozialforschung

### GEBÜHREN

Vollzeit: € 850,- monatlich

Teilzeit: Preis auf Anfrage

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.)



## Studiengangübergreifender Kompetenzbereich

3 von 8 Wahlpflichtmodulen (15% aller CPs)

### Grundlagen

**EMPIRISCHE SOZIALFORSCHUNG**  
Qualitative/Quantitative Grundlagen, Online-/Offline-Methoden, empir. Werkzeuge u. Anwendungen  
→ 5 CP/3 SWS

**MEDIENRECHT**  
Copyright, DRM, Datenschutz und andere ethisch-rechtliche Themen  
→ 5 CP/3 SWS

**WIRTSCHAFTSENGLISCH**  
Geschäftskorrespondenz, Präsentation und Moderation  
→ 5 CP/3 SWS

### Technologie

**KONVERGIERENDE TECHNOLOGISCHE TRENDS**  
Konvergenz der Kommunikations-, Computing- und Broadcasting-Technologien  
→ 5 CP/3 SWS

**MEDIENPRODUKTION**  
Einführung in die wichtigsten Techniken der kreativen, professionellen Medienproduktion  
→ 5 CP/3 SWS

**GAMIFICATION UND SPIELE FÜR ORGANISATIONEN**  
Gamifizierte Methoden zur Förderung von Lernen, Innovation und Unternehmertum  
→ 5 CP/3 SWS

### Humanfaktoren

**INTERKULTURELLE FÜHRUNGSKOMPETENZEN**  
Teamarbeit und Leitungskompetenzen in der globalisierten Welt  
→ 5 CP/3 SWS

**MEDIENPSYCHOLOGIE**  
Psychologische Grundlagen der Medienrezeption  
→ 5 CP/3 SWS

## Kerndaten

### WORKLOAD UND CP

**SWS:** Semesterwochenstunde

**1 SWS:** 1 Unterrichtseinheit

(à 45 min) pro Vorlesungswoche

**1CP:** 30 Stunden Workload

**16 WOCHEN** Vorlesungszeit pro Semester

**60 SWS** im gesamten Studium

**120 CP** im gesamten Studium

## Studiengangsspezifische Kompetenzen (85% aller CPs)

### 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

### 6 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

**NEUE TRENDS UND PR-FORSCHUNG**  
Neue PR-Theorien, Forschungstrends, Big Data, Social Media  
→ 5 CP/4 SWS

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

**ANGEWANDTE STRATEGISCHE KOMMUNIKATION**  
Unternehmenskommunik., Organisationen der Zivilgesellschaft u. des öffentlichen Sektors, Projekt/Pitch  
→ 5 CP/4 SWS

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

### 4 Digitales-Marketing-Module

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

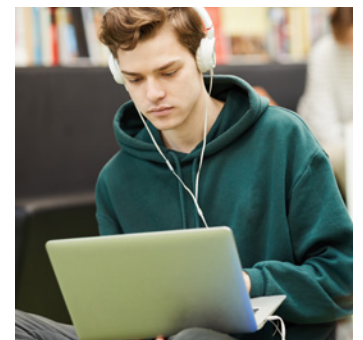
**INTEGRIERTE MARKETINGKOMMUNIKATION**  
Online-Medien-Marketing (Display, Video, Social, Suche/SEA), fortgeschrittene Mediaplanung  
→ 5 CP/4 SWS

**SOCIAL MEDIA MARKETING**  
Theorien, Methoden, Instrumente und Evaluation des Social Media Marketings  
→ 5 CP/4 SWS

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

### Abschlussprüfung (4. Semester) Letztes Modul

**MASTER-KOLLOQUIUM UND -ARBEIT**  
Kolloquium zu M.A.-Abschlussarbeiten, Schreiben der M.A.-Arbeit  
→ 30 CP/2 SWS



Änderungen vorbehalten. Stand: 07/2024