

Master International Marketing and Media Management

Der Weg zur Entscheidungs- und Führungskompetenz



Rheinische Fachhochschule Köln
University of Applied Sciences

Medien international managen!

Der Masterstudiengang International Marketing and Media Management bereitet künftige Führungskräfte auf ihre Karriere vor. Rundfunk, Verlage, Internetunternehmen, Game- und Unterhaltungsindustrie sowie deren Zulieferbetriebe benötigen gut ausgebildete und international orientierte Manager.

Wir beziehen bei diesem Masterkonzept die komplette mediale Wertschöpfungskette ein – somit auch die werbetreibende Industrie und die Kommunikationsagenturen als Berufsfeld.

Der Masterstudiengang wendet sich vor allem an Absolventen eines grundständigen Media-Management-Studiums mit Bachelor- oder Diplomabschluss. Gleichwohl steht er auch Absolventen von anderen Studiengängen mit einschlägigen Kenntnissen oder wirtschaftlichen Zusatzqualifikationen offen.

Dieser Aufbaustudiengang kann in vier Semestern Regelstudienzeit als Vollzeitstudium oder in fünf Semestern als berufsbegleitendes Studium (abends und samstags) absolviert werden.

Passende Qualifikationsziele

Die heterogenen Berufseinstiegsfelder der Diplom- bzw. Bachelorabsolventen in der Medienbranche zeigen, dass unsere grundsätzlich breit angelegte Ausrichtung des Masterstudiengangs den Marktbedürfnissen und Marktstrukturen entgegenkommt.

Fachkompetenzen

Für die Tätigkeit im Media Management sind unterschiedliche Fachkompetenzen erforderlich, dazu wird das benötigte „State of the Art“-Wissen vermittelt. Weiterhin legen wir Wert auf die Anwendung wissenschaftlicher Methoden für die systematische Problembearbeitung in Medien- und Kommunikationsunternehmen. Dazu zählen Analyse- und Strukturierungstechniken, Kreativitätstechniken sowie die Methoden der empirischen Forschung.

Probleme lösen können

Bedeutsam ist die Entwicklung der individuellen Problemlösungskompetenzen. Dazu zählen die Fähigkeiten zur effizienten Problemanalyse und -bewertung wie auch zur Auswahl von Lösungsalternativen.

Im Bachelorstudium haben Sie gelernt, Probleme zu strukturieren – im Masterstudium werden Sie lernen, sie zu lösen. Diese Kompetenzen und Fähigkeiten unterstützen wir didaktisch durch Case Studies.

Unser Masterstudium fördert zudem Sozialkompetenzen, interkulturelle Kompetenz, Kommunikations- und Teamfähigkeit sowie Führungskompetenzen. Diese Schlüsselqualifikationen sind für Führungskräfte grundsätzlich notwendig.





Modul-Abk.	Modul-Bezeichnung	Wochenstunden (SWS)				Creditpoints (CP)			
		1. Sem.	2. Sem.	3. Sem.	4. Sem.	1. Sem.	2. Sem.	3. Sem.	4. Sem.
MM-BA	Business Administration								
MM-SBM	Strategic Business Management	4				6			
MM-POI	Planning and Organization in an international Environment	4				6			
MM-IFM	International Financial Management (englischsprachig)	4				6			
MM-IC	Internationales Controlling	4				6			
MM-MEMM	Methoden empirischer Medien- und Marktforschung	4				6			
MM-MMC	Media, Marketing, Communication Management								
MM-IM	International Marketing (englischsprachig)	4				6			
MM-CA	Communication and Advertising (englischsprachig)	4				6			
MM-IMM	International Media Management	4				6			
MM-IBML	International Business- and Media Law (englischsprachig)	4				6			
MM-MP1	Medien Projektarbeit 1	4				6			
MM-MMP	Media-Management-Praxis								
MM-IME	Internationale Medienmärkte		4					6	
MM-CM	Converging Markets		4					6	
MM-MP	Medienproduktion		4					6	
MM-CSM	Case Studies Medienmanagement		4					6	
MM-MP2	Medien Projektarbeit 2 (englischsprachig)		4					6	
MM-SS	Soft Skills								
MM-IKM	Interkulturelles Management			2					4
MM-FE	Führungskompetenz und Ethik			2					3
MM-MATH	Master Thesis								20
MM-Kol	Kolloquium								3
	Summe	20	20	20	4	30	30	30	30

Zugangsvoraussetzungen

Jeder Studienbewerber, der die formalen Zugangsvoraussetzungen für das konsekutive Masterstudium an Hochschulen erfüllt, kann ohne Zulassungstest das Studium aufnehmen, wenn nachgewiesen wird:

Diplom- oder Bachelorabschluss einer Fachhochschule oder Universität mit einer Abschlussnote von mind. 3,0 in wirtschaftsbezogenen Studiengängen wie Medienwirtschaft, Media Management oder anderen medien- und kommunikationswirtschaftlichen Studiengängen oder aus den Bereichen Wirtschaftswissenschaften, Wirtschaftsingenieurwesen, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsrecht oder Wirtschaftspsychologie.

Auswahlverfahren

Bei Diplom- oder Bachelorabschlüssen in nicht wirtschaftsbezogenen Studiengängen mit einer Abschlussnote von mind. 3,0 wie z. B. Mediendesign, Informatik,

Psychologie, Jura mit 1. bzw. 2. Staatsexamen müssen betriebs- und volkswirtschaftliche Grundkenntnisse ggf. auch im Rahmen von persönlichen Zulassungsinterviews nachgewiesen werden.

Englischkenntnisse

Wurden im Rahmen des Diplom- oder Bachelorabschlusses keine Fächer wie Englisch oder Business-Englisch absolviert, müssen Englischkenntnisse durch bestandene Sprachtests (GMAT 500, TOEFL 550, IELTS) nachgewiesen werden.

Deutschkenntnisse

Studienbewerberinnen und -bewerber, die ihre Studienqualifikation nicht an einer deutschsprachigen Einrichtung erworben haben, benötigen die Deutsche Sprachprüfung für den Hochschulzugang (DSH) oder den Nachweis der Goethe-Institute, wobei mindestens die Grundstufe 3 erreicht werden muss.

Klare Struktur

Der Studienverlauf orientiert sich an den Kriterien guter Studierbarkeit und zeigt einen gestuften Aufbau, der in einer umfangreichen Abschlussarbeit (Master Thesis) plus Kolloquium mündet.

Das erste Semester ist gekennzeichnet durch Lehr- und Lernmodule aus dem Themenfeld der **Business Administration**.

Im zweiten Semester liegt der Fokus auf den Themengebieten des **Media-, Marketing- und Kommunikationsmanagements**.

Die **Media-Management-Praxis** bestimmt die Aufgabenstellungen des dritten Semesters.

Die für Führungsrollen notwendigen **Soft Skills** sind im vierten Semester zu bearbeiten, außerdem ist dann Zeit für die abschließende **Master Thesis** und die mündliche Schlussprüfung, das **Kolloquium**.

Die berufsbegleitende Studienform bietet die gleichen Module an, sie werden aber über fünf statt vier Semester verteilt durchgeführt.

Internationale Perspektive

Bei allen Themengebieten wird stets die Internationalität unseres Studienangebotes berücksichtigt. Da sowohl die wissenschaftliche Literatur häufig englischsprachig ist als auch die Unternehmenskommunikation in vielen Chefetagen, werden zahlreiche Lehrveranstaltungen in englischer Sprache durchgeführt.

Eine lohnende Investition!

Studien zur Gehaltsentwicklung haben gezeigt, dass sich die Investition in ein Masterstudium auszahlt: Masterabsolventen verdienen beim Berufseinstieg sowie mittel- bis langfristig mehr als ihre Bachelorkonkurrenten und machen häufig schneller Karriere.

Wichtige Informationen

Der Studiengang ist anwendungsorientiert ausgerichtet und fördert die dazu erforderliche wissenschaftliche Methodenkenntnis und Problemlösungskompetenz.

Einstiegsmöglichkeiten

Sie können sich sowohl für einen Start im Sommersemester (Vorlesungszeit: Mitte März bis Ende Juni) als auch im Wintersemester (Vorlesungszeit: Mitte September bis Anfang Januar) bewerben.

Interessenten nehmen bitte die auf unserer Website angebotenen Infotermine wahr und klären dann vor Ort oder mit unserer Studienberatung ihre Zugangsvoraussetzungen. Bewerbungsanträge erhalten Sie auf unserer Website.

Key Facts:

- konsekutiver Masterstudiengang
- akkreditiert und staatlich genehmigt
- anwendungsorientierte Ausrichtung
- Abschluss: Master of Arts (M.A.)
- Workload: 120 CP

Regelstudienzeit

Vollzeitstudium: 4 Semester
berufsbegleitendes Studium: 5 Semester

monatliche Kosten

Vollzeitstudium: € 480,-
berufsbegleitendes Studium: € 390,-

Wir über uns

Die Rheinische Fachhochschule orientiert sich an den Anforderungen der Praxisfelder in den Gebieten Ingenieurwesen, Medien, Medizinökonomie, Wirtschaft und Recht. Dazu bietet sie grundlegende Bachelorstudiengänge sowie aufbauende Masterstudiengänge an.

Daten und Fakten:

- als Ingenieurschule 1958 gegründet
- seit 1971 Fachhochschule
- älteste und größte FH in privater Trägerschaft, mit dem breitesten Fächerspektrum
- gemeinnützige Trägerin (gGmbH)
- niedrige Studienkosten
- derzeit etwa 4.500 Studierende
- ca. 400 Dozierende (Professoren und Lehrbeauftragte)

Zeitbedarf

Das Vollzeitstudium verlangt 32 Stunden Studierzeit pro Woche. Das berufsbegleitende Studium erfordert etwa 25 Stunden Zeitaufwand pro Woche.



Hauptverwaltung Schaevenstraße



Campus Lindenstraße



Campus Vogelsanger Straße



Vorteile unserer Masterstudiengänge:

- kleine Studiengruppen (max. 25 Teilnehmer)
- Dozenten mit internationaler Praxiserfahrung
- seminaristische Lehrveranstaltungen, Case Studies und Projektarbeit
- ergänzende, kostenfreie Weiterbildungsangebote

International Marketing and Media Management

Unsere Masterstudiengänge:

- Business Administration (M.A.)
- Business and Insolvency Law (LL.M.)
- Engineering (M.Eng.)
- Health and Medical Management (M.A.)
- International Marketing and Media Management (M.A.)
- Taxation (M.A.)



Rheinische Fachhochschule Köln
University of Applied Sciences

Schaevenstraße 1a–b
50676 Köln

Tel. 02 21-20 30 2-0

Fax 02 21-20 30 2-45

info@RFH-Koeln.de

Studienberatung:

Tel. 02 21-20 30 2-28