

Medien- und Eventmanagement (B. A.)

Media
University
of Applied Sciences



Der Studiengang

Medien- und Eventmanagement an der Media University vermittelt die Kompetenzen, die für das wirtschaftliche Entscheiden und Handeln sowie das Management von Arbeitsprozessen in der modernen Medien- und Veranstaltungswelt benötigt werden. Die Entwicklungen der digitalen Transformation, die für eine Vielzahl neuer Aufgabengebiete und Stellenprofile sowohl in der Medien- als auch in der Eventindustrie sorgen, stehen im Mittelpunkt der praxisorientierten Studieninhalte.

In Kürze



ABSCHLUSS

Bachelor of Arts (B.A.)

DAUER

6 Semester

STUDIENFORM

Präsenzstudium
mit Online-Anteilen

START

April (Sommersemester)
Oktober (Wintersemester)

MEDIA UNIVERSITY

– staatlich anerkannte Hochschule

STANDORTE

Berlin, Frankfurt/Main und Köln

– institutionelle Akkreditierung

durch den Wissenschaftsrat

SPRACHE

Deutsch

– Programmakkreditierung

durch die FIBAA

GEBÜHREN

€ 750,- monatlich

Wir bieten eine
Top-Betreuung für
den Weg ins
kreative Berufsleben.



Die Standorte

CAMPUS BERLIN

Tel +49 (0) 30 – 46 77 693 – 30

studienberatung-berlin@media-university.de

CAMPUS KÖLN

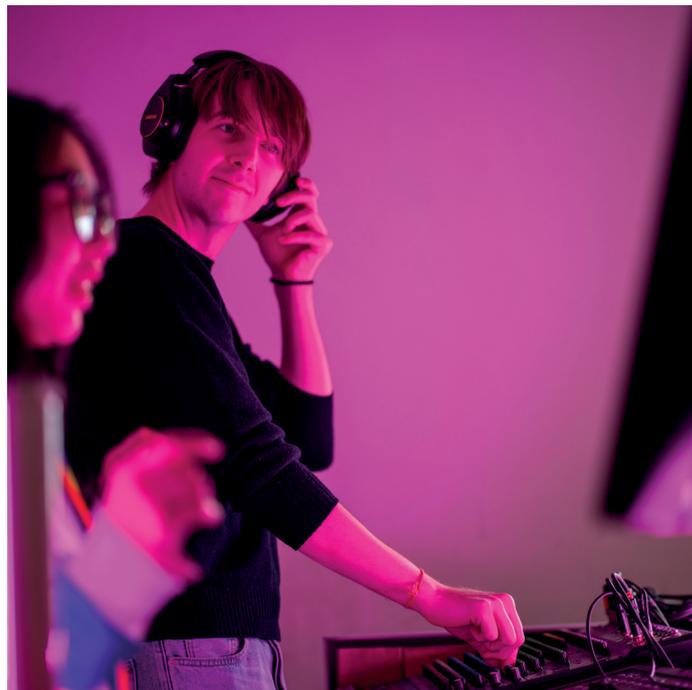
Tel +49 (0) 221 – 222 139 – 33

studienberatung-koeln@media-university.de

CAMPUS FRANKFURT

Tel +49 (0) 69 – 50 50 253 – 96

studienberatung-frankfurt@media-university.de





Studiengangübergreifender Kompetenzbereich (25 % aller CPs)

Pflichtbereich – 6 Allgemeinbildende Grundlagenmodule



WISSENSCHAFTLICHES PROPÄ- DEUTIKUM

Wissenschaftsgeschichte/ -theorie, Einführung in wissenschaftliches Arbeiten
→ 5 CP / 3 SWS

WIRTSCHAFTS- WISSENSCHAFTEN

Grundlagen der Betriebs- und Volkswirtschaftslehre: ökonomische Systeme/ Strukturen/Werte
→ 5 CP / 3 SWS

MEDIEN- UND KOMMUNIKA- TIONSWISSENSCHAFT

Mediengeschichte, Medientheorie, Medienrecht, Kommunikations-
theorie, Kommunikationsanalyse
→ 5 CP / 3 SWS

INTERKULTURALITÄT

Kulturtheorien/-modelle, Überwindung von Kulturbarrieren, interkulturelles Lernen etc.
→ 5 CP / 3 SWS

EMPIRISCHE METHODENLEHRE

Empirische Sozialforschung, Medienwirkungsforschung, Statistik-Grundlagen, User Experience
→ 5 CP / 3 SWS

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZEN

Selbst- und Lernmanagement, Präsentationstechnik, Teamkompetenz und Projektmanagement
→ 5 CP / 3 SWS

Wahlpflichtbereich – 3 aus 7 vertiefenden oder ergänzenden Modulen



MEDIENRECHT

Vertragsrecht, Urheberrecht, Datenschutz und Privatsphäre, Haftungsfragen etc.
→ 5 CP / 3 SWS

SOZIALWISSENSCHAFTEN

Soziologie, Politologie, sozioökonomische Analysen
→ 5 CP / 3 SWS

SOZIALPSYCHOLOGIE

Zusammenhang zwischen individuellem Verhalten, Erleben und sozialen Interaktionen
→ 5 CP / 3 SWS

MEDIENTECHNOLOGIE

OS/Netze, grundlegende IT-/ Office-Tools, Dokumentenmanagement, Websprachen/-protokolle
→ 5 CP / 3 SWS

DIGITALE ÖKONOMIE

IT-/Medienwirtschaft, E-Commerce, Big Data, Data Mining
→ 5 CP / 3 SWS

WIRTSCHAFTSENGLISCH

Geschäftskorrespondenz, Präsentationstechniken, TOEFL-Vorbereitung usw.
→ 5 CP / 3 SWS

ZWEITE FREMDSPRACHE

bsp. Spanisch, Chinesisch
→ 5 CP / 3 SWS

Studiengangspezifischer Kompetenzbereich (75 % aller CPs)

Fachliche Grundlagen
6 allgemeine Module



Medienmanagement
6 Module



Eventmanagement
6 Module



Weitere Module & Studienabschnitte
3 weitere Module



GRUNDLAGEN ANGEWANDTER STATISTIK

Einführung in deskriptive und inferentielle statistische Methoden
→ 5 CP / 4 SWS

NETZWERKÖKONOMIE

Netzwerkeffekte bei der Allokation knapper Ressourcen
→ 5 CP / 4 SWS

DATA ANALYTICS

Analyse ökonomischer Zusammenhänge verteilter Daten
→ 5 CP / 3 SWS

WIRTSCHAFTSWISSENS. METHODOLOGIE

Externes und internes Rechnungswesen
→ 5 CP / 4 SWS

ENTREPRENEURSHIP

Existenzgründung, Geschäftsmodelle, Innovationsmanagement
→ 5 CP / 4 SWS

WIRTSCHAFTSETHIK UND DIGITALE ETHIK

Grundbegriffe, kritische Urteilskompetenz, Anwendungsbereiche
→ 5 CP / 3 SWS

MEDIEN- UND INNOVATIONS-MANAGEMENT

Entrepreneurship, Innovation, neue Medienakteure und Medienmärkte
→ 5 CP / 4 SWS

MEDIENPRODUKTION UND PROJEKT-MANAGEMENT

Realisation von Medienprodukten und Medienproduktionen
→ 5 CP / 4 SWS

ÖKONOMIE VON MEDIENMÄRKTEN

Wirtschaftliche Relevanz und Indikatoren
→ 5 CP / 4 SWS

MEDIENPSYCHOLOGIE

Geschichte, Medien- Kreation und Rezeption, Mediennutzung und -kompetenz
→ 5 CP / 4 SWS

MEDIENMÄRKTE UND PLATTFORMEN

Strategisches und operatives Management im Medien- und Technologiebereich
→ 5 CP / 4 SWS

PRAXIS TRANSFORMATIONS- MANAGEMENT

Transferprojekte für das Medienmanagement
→ 5 CP / 3 SWS

EINFÜHRUNG IN DAS EVENTMANAGEMENT

Eventmarkt, Eventdramaturgie, Eventmarketing
→ 5 CP / 4 SWS

EVENTPLANUNG, -FINANZIE- RUNG UND -CONTROLLING

Erfolgskontrolle im Eventmarketing, Preismanagement und Eventkalkulation
→ 5 CP / 4 SWS

VERANSTALTUNGSTECHNIK

Grundlegendes Know-how zum Einsatz von Veranstaltungstechnik
→ 5 CP / 3 SWS

EVENTMARKETING UND SPONSORING

Begriffe und Merkmale, Livekommunikation, Eventbranding
→ 5 CP / 4 SWS

EVENTRECHT

Rechtsbeziehungen, Haftungsfragen, eventspezifische Regulierung
→ 5 CP / 3 SWS

PRAXIS EVENTPROJEKT

In Projektteams eigenständig eine Veranstaltung organisieren
→ 5 CP / 3 SWS

REPETITORIUM

Im letzten Semester: Prüfungsvorbereitung zu den fachspezifischen Modulen
→ 5 CP / 2 SWS

PRAKTIKUM

6-monatige betriebliche Praxisphase
→ 30 CP / 3 SWS

BACHELORARBEIT

2- bis maximal 4-monatige BA-Arbeit, anschließend: BA-Kolloquium
→ 10 CP / 2 SWS



Änderungen vorbehalten. Stand: 05/2024