

Public Relations und Digitales Marketing (M. A.)

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. Kameratraining, Präsentationen, Rhetorik und viralen Kampagnen 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: 6 Semester

STANDORTE

Berlin, Frankfurt/Main und Köln

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 sehr guter Abschluss eines
kommunikationswissenschaftlichen,
medienwissenschaftlichen oder
Journalistik-Studiums (Uni oder FH)
oder

– Sehr guter Abschluss eines
wirtschafts- oder sozialwissen-
schaftlichen Studiums (Uni oder 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 Ihre 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



Fachspezifische Kompetenzen

5 Methodologie-Module (3 von 5 Wahlpflichtmodulen)

MARKTFORSCHUNG

Methoden der Marktforschung, Instrumente und Techniken der Datenvisualisierung
→ 6 CP / 4 SWS

MARKETING & MODERNE MARKTFORSCHUNG

Verkaufs- und Werbepsychologie, Customer Relationship Management
→ 6 CP / 4 SWS

ENTSCHEIDUNGS- UND FINANZPSYCHOLOGIE

Psychologie der Entscheidungsfindung, Spieltheorie, menschliches Verhalten und Märkte
→ 6 CP / 4 SWS

ANGEWANDTE PR FORSCHUNGSMETHODEN

PR-Forschungstrends, Kommunikationscontrolling und -evaluation, Forschungsprojekt
→ 6 CP / 4 SWS

KONSUMENTENVERHALTEN

Konsumentenkultur und -wahrnehmung, Markenmanagement, Entscheidungsfindung, Influencer, Meinungsführerschaft
→ 6 CP / 4 SWS



Kerndaten



SWS: Semesterwochenstunde

1 SWS: 1 Unterrichtseinheit

(à 45 Min.) pro Vorlesungswoche

WORKLOAD UND CP

16 Wochen Vorlesungszeit

pro Semester

73 SWS insgesamt

30 Credit Points (CP) im Semester

120 CP insgesamt

30 Workload-Stunden

(WL à 60 min.) pro CP

4 Digitales-Marketing-Module (3 von 4 Modulen)



EINFÜHRUNG IN DIGITALES MARKETING

Digitale Marktanalysen und Kampagnenentwicklung zur Marketing-Kommunikation
→ 6 CP / 5 SWS

ONLINE MARKETINGKOMMUNIKATION

Online-Medien-Marketing (Display, Video, Social, Suche/SEA), fortgeschrittene Mediaplanung
→ 6 CP / 5 SWS

SOCIAL MEDIA MARKETING

Einführung in das Social Media Marketing
→ 6 CP / 5 SWS

DIGITAL MARKETING LAB

Trainings und Projekte zur Entwicklung von Kampagnen zur digitalen Marketingkommunikation
→ 9 CP / 5 SWS

6 Public-Relations-Module



PR-THEORIEN UND -MODELLE

PR-Theorien, Organisations- und Kommunikationstheorien, Management, Gesellschaft und Strategie, Ethik und Recht, internationale/interkulturelle PR
→ 6 CP / 4 SWS

PR-KOMMUNIKATIONSFELDER

Krisenkommunikation, interne Kommunikation, Change-Kommunikation, Media Relations
→ 6 CP / 4 SWS

NEUE TRENDS UND FORSCHUNG IN PR

Neue PR-Theorien, Forschungstrends, Big Data, Social Media
→ 6 CP / 4 SWS

STRATEGISCHE KOMMUNIKATION

Integriertes Kommunikationsmanagement, Kommunikationsprogramme und -kampagnen, Online-Kommunikation
→ 6 CP / 4 SWS

ANGEWANDTE STRATEGISCHE KOMMUNIKATION

Unternehmenskommunikation, zivilgesellschaftliche Organisationen (CSOs), Organisationen des öffentlichen Sektors, Projekt/Pitch
→ 6 CP / 4 SWS

PR-LAB

Trainings und Projekte zu: Schreiben, Präsentieren, Kamera/Schnitt etc. im PR-Kontext
→ 6 CP / 4 SWS

Abschlussmodul (4. Semester)

1 weiteres Modul



MASTER-KOLLOQUIUM UND -ARBEIT

Kolloquium zu M.A.-Abschlussarbeiten, Schreiben der M.A.-Arbeit
→ 30 CP / 2 SWS

