



M.A. Public Relations und Digitales Marketing

Informieren und bewerben Sie sich online:
www.hmkw.de

- privat
- staatlich anerkannt
- institutionell akkreditiert durch den Wissenschaftsrat

Start	Winter- und Sommersemester
Standorte	Berlin, Köln, Frankfurt/Main
Sprache	Deutsch oder Englisch
Typ	Vollzeit oder Teilzeit
Gebühren	Vollzeit: € 695- monatlich Teilzeit: Preis auf Anfrage Aufnahmegebühr für alle Nicht-EU/Nicht-Schengen-Bürger:innen (ohne gültigen Aufenthaltstitel): € 980,-
Dauer	Vollzeit: 4 Semester Teilzeit: 6 Semester

Bewerbung jederzeit möglich

Der Studiengang

- **Besonderheit:** Der erste Studiengang in Deutschland, der PR und digitales Marketing verbindet und dabei folgende Spezialisierungen ermöglicht:
 - Unternehmens- und Finanzkommunikation
 - Nicht-Regierungs-Organisationen, Verbände und Stiftungen
 - Öffentliche Verwaltung und politische KommunikationDer Studiengang macht fit für die Praxis mit Kursen für Kameratraining, Präsentation & Rhetorik, virale Kommunikationskampagnen etc.
- **Sprache:** Deutsch (Köln) oder Englisch (Berlin und Frankfurt/Main)
- **Kompetenzziel:** Berufstätigkeit in einer global vernetzten Kommunikationsgesellschaft (Management, Organisation, Public Relations, Marketing)
Crossmediales Arbeiten, basierend auf modernen Newsroom-Konzepten (Text, Bild und Bewegtbild)

Die Zielgruppe

- **Bewerber:innen:** alle Absolvent:innen eines Erststudiums (Bachelor etc.) in einem kommunikations-, medien-, marketingorientierten oder in einem anderen geistes- oder sozialwissenschaftlichen Fach.
- **Zielberufe:** PR- oder Marketing-Manager:in, strategische:r PR-Berater:in, Pressesprecher:in, Online-Kommunikationsmanager:in, Social Media Manager:in, Producer:in, Content/Corporate Publishing

Zulassungsvoraussetzung

- Bestehen des hochschulinternen Auswahlverfahrens
und
sehr guter Abschluss eines kommunikationswissenschaftlichen, medienwissenschaftlichen oder Journalistik-Studiums (Universität oder Fachhochschule)
oder
sehr guter Abschluss eines wirtschafts- oder sozialwissenschaftlichen Studiums (Universität oder Fachhochschule)

Bewerber:innen, die keine ausreichenden Kenntnisse im Bereich der empirischen sozialwissenschaftlichen Forschungsmethoden nachweisen können, belegen im ersten Semester bindend das Wahlpflichtfach Empirische Sozialforschung



M.A. Public Relations und Digitales Marketing

Fachspezifische Kompetenzen

5 Methodologie-Module (3 aus 5 Wahlpflichtmodulen)

MR	Marktforschung Methoden der Marktforschung, Instrumente und Techniken der Datenvisualisierung
3MR	Marketing & Moderne Marktforschung Verkaufs- und Werbepsychologie, Customer Relationship Management
CB	Konsumentenverhalten Konsumentenkultur und -wahrnehmung, Markenmanagement, Entscheidungsfindung, Influencer, Meinungsführerschaft
DMBF	Entscheidungs- und Finanzpsychologie Psychologie der Entscheidungsfindung, Spieltheorie, menschliches Verhalten und Märkte
ARM	Angewandte PR Forschungsmethoden PR-Forschungstrends, Kommunikationscontrolling und -evaluation, Forschungsprojekt

6 Public-Relations-Module

PRTM	PR-Theorien und -Modelle PR-Theorien, Organisations- und Kommunikationstheorien, Management, Gesellschaft und Strategie, Ethik und Recht, internationale/interkulturelle PR
PRCF	PR-Kommunikationsfelder Krisenkommunikation, interne Kommunikation, Change-Kommunikation, Media Relations
NTR	Neue Trends & Forschung in PR Neue PR-Theorien, Forschungstrends, Big Data, Social Media
SCom	Strategische Kommunikation Integriertes Kommunikationsmanagement, Kommunikationsprogramme und -kampagnen, Online-Kommunikation
ASC	Angewandte Strategische Kommunikation Unternehmenskommunikation, zivilgesellschaftliche Organisationen (CSOs), Organisationen des öffentlichen Sektors, Projekt/Pitch
PRLab	PR-Lab Trainings und Projekte zu: Schreiben, Präsentieren, Kamera/Schnitt etc. im PR-Kontext



M.A. Public Relations und Digitales Marketing

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

IDM	Einführung in Digitales Marketing Digitale Marktanalysen und Kampagnenentwicklung zur Marketing-Kommunikation
OMC	Online Marketingkommunikation Online-Medien-Marketing (Display, Video, Social, Suche/SEA), fortgeschrittene Mediaplanung
SMM	Social Media Marketing Einführung in das Social Media Marketing
DMLab	Digital Marketing Lab Trainings und Projekte zur Entwicklung von Kampagnen zur digitalen Marketingkommunikation

1 Abschluss-Modul

MTh	Master-Kolloquium und -Arbeit Kolloquium zu M.A.-Abschlussarbeiten, Schreiben der M.A.-Arbeit (4. Semester)
------------	---



M.A. Public Relations und Digitales Marketing

Fächerübergreifende Kompetenzen (3 von 8 Wahlpflichtmodulen)

Grundlagen

BusE Wirtschaftsentgisch

Geschäftskorrespondenz, Präsentation und Moderation

LawM Medienrecht

Copyright, DRM, Datenschutz und andere ethisch-rechtliche Themen

Technologie

MAM Media Asset Management

Organisation von Daten/Dokumenten: Formate, Versionierung, Suche/Retrieval, Distribution etc.

CTT Konvergierende technologische Trends

Konvergenz der Kommunikations-, Computing- und Broadcasting-Technologien

MPro Medienproduktion

Einführung in die wichtigsten Techniken der kreativen, professionellen Medienproduktion

Humanfaktoren

IntLT Interkulturelle Führungskompetenzen

Teamarbeit und Leitungskompetenzen in der globalisierten Welt

MPsy Medienpsychologie

Psychologische Grundlagen der Medienrezeption

Methodische Grundlagen

ESR Empirische Sozialforschung

Quantitative und qualitative Methoden, Konzeption und Umsetzung von empirischer Sozialforschung



M.A. Public Relations und Digitales Marketing

SWS = Semesterwochenstunden
1 SWS = 1 Unterrichtseinheit (à 45 Minuten) pro Vorlesungswoche

Kerndaten:

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

Studienverlaufsplan

		1. Jahr						2. Jahr					
		1. Semester WiSe 2020/21			2. Semester SoSe 2021			3. Semester WiSe 2021/22			4. Semester SoSe 2022		
		SWS	CP	WL	SWS	CP	WL	SWS	CP	WL	SWS	CP	WL
Fachübergreifende Module		Im 1., 2. und 3. Semester muss jeweils eines der angebotenen Module gewählt werden.											
1	BusE Wirtschaftsendglish												
2	LawM Medienrecht												
3	MAM Media Asset Management												
4	CTT Konvergierende technologische Trends	4	6	180	4	6	180	4	6	180			
5	IntLT Interkulturelle Führungskompetenzen												
6	MPsy Medienpsychologie												
7	MedP Medienproduktion												
8	ESR Empirische Sozialforschung												
Teilsumme I		4	6	180	4	6	180	4	6	180			
Fachspezifische Module													
Methodologie													
1	MR [I3M:] Marktforschung				5	6	180						
or	3MR [WP:] Marketing & Moderne Marktforschung				7	9	270						
2	CB [I3M:] Konsumentenverhalten							4	6	180			
or	DMBF [WP:] Entscheidungs- und Finanzpsychologie							5	6	180			
3	ARM Angewandte PR-Forschungsmethoden				4	5	150						
Teilsumme					9	11	330	4	6	180			
Public Relations													
4	PRTM PR-Theorien & -Modelle	5	6	180									
5	PRCF PR Kommunikationsfelder	4	6	180									
6	NTR Neue Trends & PR-Forschung							4	5	150			
7	SCom Strategische Kommunikation				4	5	150						
8	ASC Angewandte Strategische Kommunikation							4	5	150			
9	PRLab PR Lab	5	6	180									
Teilsumme		14	18	540	4	5	150	8	10	300			
Digitales Marketing													
10	IDM Einführung in Digitales Marketing	5	6	180									
11	OMC [I3M:] Online Marketing-Kommunikation				5	6	180						
12	SMM Social Media Marketing							4	5	150			
13	DMLab Digital Marketing Lab							3	5	150			
Teilsumme		5	6	180	5	6	180	7	10	300			
1 weiteres Modul													
14	MTh Master-Kolloquium und -Arbeit										2	30	900
Teilsumme II		19	24	720	18	22	660	19	26	780	2	30	900
Gesamtsumme I+II		23	30	900	22	28	840	23	32	960	2	30	900



M.A. Public Relations und Digitales Marketing -Teilzeit-

SWS = Semesterwochenstunden
1 SWS = 1 Unterrichtseinheit (à 45 Minuten) pro Vorlesungswoche

Kerndaten:

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

Studienverlaufsplan

Fachübergreifende Module			1. Jahr			2. Jahr			3. Jahr											
			1. Semester WiSe 2020/21			2. Semester SoSe 2021			3. Semester WiSe 2021/22			4. Semester SoSe 2022			5. Semester WiSe 2022/23			6. Semester SoSe 2023		
			SWS	CP	WL	SWS	CP	WL	SWS	CP	WL	SWS	CP	WL	SWS	CP	WL	SWS	CP	WL
1	BusE	Wirtschaftsenglisch																		
2	LawM	Medienrecht																		
3	MAM	Media Asset Management																		
4	CTT	Konvergierende technologische Trends	4	6	180	4	6	180	4	6	180									
5	IntLT	Interkulturelle Führungskompetenzen																		
6	MPsy	Medienpsychologie																		
7	MedP	Medienproduktion																		
8	ESR	Empirische Sozialforschung																		
Teilsomme I			4	6	180	4	6	180	4	6	180				0	0		0	0	
Fachspezifische Module Methodologie																				
1	MR	[I3M:] Marktforschung										5	6	180						
or	3MR	[WP:] Marketing & Moderne Marktforschung										7	9	270						
2	CB	[I3M:] Konsumentenverhalten							4	6	180									
or	DMBF	[WP:] Entscheidungs- und Finanzpsychologie							5	6	180									
3	ARM	Angewandte PR-Forschungsmethoden							4	5	150									
Teilsomme									8	11	330	5	6	180						
Public Relations																				
4	PRTM	PR-Theorien & -Modelle	5	6	180															
5	PRCF	PR Kommunikationsfelder				4	6	180												
6	NTR	Neue Trends & PR-Forschung										4	5	150						
7	SCom	Strategische Kommunikation				4	5	150												
8	ASC	Angewandte Strategische Kommunikation										4	5	150						
9	PRLab	PR Lab	5	6	180															
Teilsomme			10	12	360	8	11	330				8	10	300						
Digitales Marketing																				
10	IDM	Einführung in Digitales Marketing	5	6	180															
11	OMC	[I3M:] Online Marketing-Kommunikation				5	6	180												
12	SMM	Social Media Marketing							4	5	150									
13	DMLab	Digital Marketing Lab										3	5	150						
Teilsomme			5	6	180	5	6	180	4	5	150	3	5	150						
1 weiteres Modul																				
14	MTh	Master-Kolloquium und -Arbeit													1	15	450	1	15	450
Teilsomme II			15	18	540	13	17	510	12	16	480	16	21	630	1	15	450	1	15	450
Gesamtsumme I+II			19	24	720	17	23	690	16	22	660	16	21	630	1	15	450	1	15	450