

# Stellenausschreibung

Professur: **Unternehmenskommunikation**  
Standort: **Berlin**  
Start: **Oktober 2021**



Hochschule für Medien  
Kommunikation und Wirtschaft  
University of Applied Sciences

**H M K W**

Am Berliner Hauptsitz der *HMKW Hochschule für Medien, Kommunikation und Wirtschaft* ist ab dem Wintersemester 2021 (Start im Oktober) eine **Teilzeit-Professur** (50 %, Lehrdeputat 9 SWS) im Fachbereich *Journalismus/Kommunikation* mit dem Schwerpunkt **Unternehmenskommunikation** zu besetzen. Die Stelle ist zunächst auf zwei Jahre befristet, tariflich an die W2-Besoldung angelehnt und soll nach Möglichkeit in eine unbefristete Anstellung übergehen. Ein Ausbau des Stellenumfangs bis zu einer Vollzeitstelle sollte, falls gewünscht, in Zukunft ebenfalls möglich sein.

Aussagekräftige Bewerbungen – Lebenslauf, Zeugnisse, Referenzen, Publikationsliste, Liste potenzieller Gutachter/innen<sup>\*)</sup> – senden Sie bitte digital bis Samstag, **31. Juli 2021**, 12:00 h, an:

HMKW Hochschule für Medien Kommunikation und Wirtschaft

Prof. Dr. Klaus-Dieter Schulz, Rektor: k.schulz@hmkw.de

<sup>\*)</sup> Gemäß Berufungsordnung müssen für eine *Erstberufung* die Kontaktdaten von mindestens zwei Professorinnen/Professoren angegeben werden, bei denen die HMKW jeweils ein ‚Professorabilitäts-Gutachten‘ einholen kann. Dabei darf es sich *nicht* um den/die Betreuer/in der Doktorarbeit handeln.

---

## Stellenprofil

Sie müssen zwingend die folgenden formalen Voraussetzungen erfüllen und

- mindestens 5 Jahre **Berufserfahrung**, davon wenigstens 3 Jahre außerhalb des Hochschulbereichs),
- mindestens 300 Stunden akademische **Lehrerfahrung** sowie
- herausragende wissenschaftliche, durch eine **Promotion** belegte Leistungen in ihrem Fachgebiet nachweisen können.

Darüber hinaus erwarten wir folgende Kompetenzen und Skills von Ihnen:

- Sie können Ihre Fach- und Forschungskompetenz unseren Studierenden **didaktisch** leidenschaftlich, lebendig und nachhaltig weitergeben,
- sowohl in **deutscher** (Bachelor-Studiengänge) als auch in **englischer** Sprache (Master-Studiengänge), und
- Sie sind ein guter **Teamplayer** und setzen Ihre Ideen und Konzepte in konstruktiver Abstimmung und wechselseitigem Austausch mit Ihren Kolleginnen/Kollegen um.

Hinsichtlich des fachlichen Schwerpunktes erfordert das Stellenprofil Folgendes:

- Sie verfügen über solide **methodologische** Kenntnisse und Fertigkeiten zur empirischen Sozialforschung.
- Sie besitzen reichhaltige **praktische** Erfahrung im Umgang mit klassischen und digitalen Kommunikationskanälen, Recherche-Methoden und -Instrumenten, redaktions-/unternehmensinternen Abläufen und Inhalten der unternehmenskommunikativen Medienproduktion.
- Sie sind erfahren in der zielorientierten Nutzung klassischer und digitaler Kanäle in verschiedensten Abteilungen und Ausprägungen der **internen und externen Kommunikation**. Ihre Kenntnisse und Fertigkeiten decken eine breite Palette ab, von Kommunikationsmanagement, PR-Praxis und -Theorie bis zu Targeted Advertising, Content Marketing, Influencer Marketing etc.

## Gleichstellungsauftrag

Die HMKW möchte dazu beitragen, ihren Anteil an Professorinnen und Mitarbeiterinnen/Mitarbeitern mit 'Migrationshintergrund', körperlichen Beeinträchtigungen etc. zu erhöhen: Wenn Sie zu einer dieser Gruppen gehören, freuen wir uns besonders über Ihre Bewerbung! Bei gleicher Erfüllung der fachlichen Anforderungen werden diejenigen bevorzugt, deren Berufung dazu beiträgt, **Ungleichverhältnisse** hinsichtlich des Geschlechts, der Herkunft, der körperlichen Unversehrtheit etc. an unserer Hochschule **aufzuheben**.

## Profil der HMKW Hochschule für Medien, Kommunikation und Wirtschaft

Die HMKW ist eine **private**, durch die *Senatsverwaltung für Bildung, Wissenschaft und Forschung* des Landes Berlin **staatlich anerkannte** und durch den Wissenschaftsrat institutionell akkreditierte Hochschule für angewandte Wissenschaften (Fachhochschule), deren Studiengänge vollständig durch die **FIBAA** programmakkreditiert werden.

Die HMKW startete 2009 in **Berlin**, eröffnete eine erste Niederlassung 2011 in **Köln** und 2016 eine weitere in **Frankfurt am Main**. Seit August 2020 ist sie Teil des europäischen Hochschulnetzwerks ‚**AD Education**‘ (Paris).

Aktuell sind an den drei Standorten der HMKW insgesamt ca. 2.000 Studierende eingeschrieben, in folgenden

Studienprogrammen:

<p>sechs grundständige Studiengänge mit dem Abschluss <b>Bachelor of Arts / Science</b>                  Unterrichtssprache an allen Standorten: Deutsch</p>	<p>sechs weiterführende Studiengänge mit dem Abschluss <b>Master of Arts / Science:</b>                  Unterrichtssprache: Englisch (Berlin, Frankfurt) und Deutsch (Köln)</p>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Journalismus und Unternehmenskommunikation</b></li> <li>2. Grafikdesign und Visuelle Kommunikation</li> <li>3. Game Design und Interaktive Medien</li> <li>4. Medien- und Eventmanagement</li> <li>5. Digitales Marketing und E-Commerce</li> <li>6. Medien- und Wirtschaftspsychologie</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Digital Journalism</b></li> <li>2. <b>Public Relations and Digital Marketing</b></li> <li>3. <b>Communication Design and Creative Strategies</b></li> <li>4. <b>International Marketing and Media Management</b></li> <li>5. <b>Business Psychology</b></li> <li>6. <b>Visual and Media Anthropology (distance learning)</b></li> </ol>

Die HMKW misst in ihren Bildungsangeboten der beruflichen Qualifizierung, der **employability** eine besondere Bedeutung bei. Dies drückt sich u. a. darin aus, dass sie alle grundständigen Studiengänge sowohl in klassischer Form (B.A./Sc.-Abschluss in 6 Semestern) als auch in dualer Form (IHK- plus B.A./Sc.-Abschluss in 8 Semestern) anbietet – im Bereich der *Medien, Kommunikation* und *Wirtschaft* ein immer noch einmaliges Angebot in Deutschland.

Zudem möchte sich die HMKW in der Hochschullandschaft durch folgende **Charakteristika** auszeichnen:

- Lebendige Lernkultur, nachhaltiges Lernen, in kleinen Studiengruppen mit intensiver Betreuung
- Lerneffizienz und Lernerfolgssicherung durch handlungsorientierte, partizipative Didaktik
- Interdisziplinäre, offene Lern- und Forschungskultur, mit hoher Gewichtung interkultureller Kompetenzen
- Internationalität durch Kollaborationen mit ausländischen Hochschulen (Schwerpunkte u. a. China und Indien)
- Interaktion mit Gesellschaft, Wirtschaft, Kultur, Politik ('thirdmission')

### Der Studiengang **B. A. Journalismus und Unternehmenskommunikation**

Unser grundständiger Studiengang *BA-JU* führt in sechs Semestern zum Abschluss des *Bachelor of Arts* (180 ECTS). Er bereitet doppelqualifizierend sowohl auf die **journalistische** als auch auf die **unternehmenskommunikative** Berufspraxis vor. In beiden Bereichen vermittelt das breitbandige Curriculum Kompetenzen zur professionellen trimedialen Nutzung der Kanäle Print, Online und AV. Kerninhalte des Studiengangs sind:

- **Journalismus:** Schreibtechniken, Stile/Genres/Gattungen, redaktioneller Workflow, Mediensystem, Hörfunk-/TV-/Online-Journalismus etc.
- **Unternehmenskommunikation:** interne/externe Kommunikation, PR, Werbung, Social Media etc.

### Der Studiengang **M. A. Digitaler Journalismus**

Unser erweitert konsekutiver Studiengang *MA-DJ* führt in vier Semestern zum Abschluss eines *Master of Arts* (120 ECTS). Der Studiengang fokussiert auf die konvergierenden Medien Print, Online, Broadcasting und setzt auf die Verbindung professionalisierter **journalistischer** und **fachbezogener** Kompetenzen. Er setzt journalistische und/oder einschlägig fachspezifische Vorkenntnisse aus dem grundständigen Studium voraus. Neben studiengangübergreifenden Wahlpflichtmodulen wie Konvergierende technologische Trends, Medienrecht, Medienpsychologie oder Interkulturelle Führungskompetenz bestehen folgende Kerninhalte:

- fünf verpflichtende **studiengangsspezifische** Module: Massenmedien, journalistisches Schreiben, Narrativität und Dramaturgie, Redaktionsmanagement, Konvergenz journalistischer Medien
- parallel hierzu sind zwei fachliche **Vertiefungsrichtungen** als Haupt- und Nebenfach wählbar: Wirtschaft/Politik und Kultur/Unterhaltung

### Der Studiengang **M. A. Public Relations und Digitales Marketing**

Auch der erweitert konsekutive Studiengang *MA-PRDM* führt in vier Semestern zum Abschluss eines *Master of Arts* (120 ECTS). Er befähigt zur professionellen Arbeit in den neuen Kommunikationsberufen, die durch den **digitalen Transformationsprozess** unserer Gesellschaft und Kultur entstehen. Er erschließt neue Tätigkeitsfelder an der Grenze zwischen Public Relations, Unternehmenskommunikation und Marketing, mit Fokus auf der professionellen Nutzung digitaler Kommunikationstechniken in sozialen Netzwerken, eingebettet in die **integrierte** Unternehmenskommunikation. Kerninhalte sind hier:

- Module, die in Theorie und Praxis auf die **professionelle digitale Kommunikation** fokussieren,
- außerdem Module mit den Schwerpunkten in den Bereichen **Medienproduktion** und Theorien sowie zu aktuellen wissenschaftlichen Problemstellungen in den Bereichen **Social Media** und **Online-Marketing**.