

Studienverlauf Universitätslehrgänge

Marketing- und Medienmanagement

Master of Arts (MA), 4 Semester, 90 ECTS
Rd. 50 Trainings-/Präsenztag

Master of Science (MSc), 5 Semester, 120 ECTS
Rd. 70 Trainings-/Präsenztag

Media and Leadership

Master of Business Administration (MBA),
4 Semester, 90 ECTS

Rd. 75 Trainings-/Präsenztag

VORAUSSETZUNGEN

- **Abgeschlossenes Hochschulstudium** (Bachelor, Diplom, Magister, Master) unabhängig von der Studienrichtung
- **Bei Nicht-AkademikerInnen:**
 - Universitätsreife oder
 - fachgebundene Hochschulreife
 - 4 Jahre Berufserfahrung in adäquater Position
- **Aufnahmeverfahren** (Prüfung der Unterlagen, Gespräch)

- **Abgeschlossenes Hochschulstudium** (Bachelor, Diplom, Magister, Master) unabhängig von der Studienrichtung
 - 4 Jahre Berufserfahrung, davon mindestens 2 Jahre in einer Führungsposition
- **Bei Nicht-AkademikerInnen:**
 - Universitätsreife oder
 - fachgebundene Hochschulreife
 - 8 Jahre Berufserfahrung, davon mindestens 4 Jahre in einer Führungsposition
- **Aufnahmeverfahren** (Prüfung der Unterlagen, Gespräch)

1. UND 2. SEMESTER

Basiscurriculum

- Konzepte der Kommunikation
- Management und strategisches Marketing
- Medienmanagement im Marketing
- Innovationsmanagement, Produktentwicklung
- Urheber- und Persönlichkeitsrecht
- Projekt- und Kampagnen-Management und
- Bearbeitung eines praktischen Projekts

- Kommunikation
- Management
- Recht
- General Management
- Projektarbeit

Kommissionelle Zwischenprüfung (mündlich) MA, MSc, MBA

3. UND 4. SEMESTER

Vertiefungsbereich

- Marken- und Marketingkommunikation oder
 - Corporate Media Management oder
 - Social Media und Online Management oder
 - Sport- und Eventmanagement
 - *Seminar zur Master Thesis/Master Thesis*
- (Festlegung des Vertiefungsbereichs und Studiums zum MA oder MSc erfolgt vor dem Studienbeginn)

Upgrade: Einstieg für Absolventen der Donau-Universität Krems und von Stensington (MA, MSc) möglich

- Medienmanagement
- Redaktionsmanagement
- Journalismus
- Medien- und Gesellschaft
- Leadership and Ethics (USA-Modul)
- *Seminar zur Master Thesis/Master Thesis* (Case Study)

Kommissionelle Abschlussprüfung (mündlich) MA, MBA

5. SEMESTER Master of Science

- Wissenschaftliches Arbeiten
- Wissenschaftstheorie
- Methoden empirischer Sozialforschung
- Angewandte Methoden der Sozialforschung
- Lektüre
- *Seminar zur Master Thesis/Master Thesis*



Stensington
Internationale Management Akademie

www.stensington-akademie.de

Kommissionelle Abschlussprüfung (mündlich) MSc

Vertiefungsbereich im Detail: Marketing- und Medienmanagement

(Festlegung des Vertiefungsbereichs erfolgt vor dem Studienbeginn)

Zur Wahl stehen:

1. Marken- und Marketingkommunikation

Markenpolitik und Recht

- Markenpolitik- und -management
- Markenpositionierung und -modelle
- Marken- und Musterrecht

Marketingkommunikation

- Kommunikations- und Marketingpsychologie
- Strategien für Produkte und Dienstleistungen
- Werbung und PR für Marken

Markenkommunikation

- B-to-B und B-to-C-Kommunikation
- Below-the-line- und Online-Kommunikation
- Integrierte Kommunikation für Marken

Werbung

- Werbemittel-Konzeption
- Grundlagen der Kreation
- Kundenpräsentation und Pitching

3. Social Media und Online Management

Online Marketing

- Kommunikationsformen und Abrechnungsmodelle
- Mediaplanung und -budget
- Online-Forschung und Erfolgsmessung

Online und Social Media Management

- Online Strategien und Konzeption
- Vermarktungsmodelle
- Konzeption von Online-Präsenzen

Online Direct Marketing

- Branding- und Vertriebskanal Online
- Vertriebsmodelle
- Online- und Social Media-Praxis
- E-Commerce Recht

Content-Strategien und -Management

- Content-Strategien und -Management
- Suchmaschinenmarketing
- Grundlagen Gestaltung und Technik

2. Corporate Media Management

Kommunikation für Unternehmen

- Corporate Communication und Marketing
- Instrumente und Zielgruppenmedien

Medienkonzeption

- Konzeption von Unternehmensmedien
- Werbung und Sponsoring
- Budgeterstellung und Kostenkalkulation

Medienpraxis I

- Dramaturgie und Inszenierung von Themen
- Journalistische Grundlängen
- Visuelles und Text-Design

Medienpraxis II

- Redaktion, Print, Online, Event
- Crossmediale Corporate-Publishing-Realisation
- Produktionsplanung und -management

4. Sport- und Eventmanagement

Eventmarketing und -konzeption

- Event in der Unternehmenskommunikation und im Marketing
- Konzeption und Inszenierung von Veranstaltungen
- Budgeterstellung und Angebotskalkulation

Produktionsmanagement

- Produktionsplanung und -management
- Medien und Bühnentechnik

Sportveranstaltungsmanagement

- Strukturen im Sportmanagement
- Vermarktung und Sponsoring im Sport
- Sportveranstaltungsmanagement

Eventpraxis

- Location, Raumplanung, Logistik, Catering, Sicherheit
- Vernetzte Kommunikationsmaßnahmen
- Praxis der Konzeption und Inszenierung von Veranstaltungen
- Spezielle Erfolgskontrolle

Vertiefungsbereich im Detail: Media and Leadership (MBA)

Medienmanagement

- Beteiligungsmanagement, Koproduktion und Franchise
- Internationale Medien- und Wachstumsmärkte
- Mediapolicy
- Unternehmensstrukturen und
- Medienorganisation
- Organisationslehre von Medienunternehmen

Redaktionsmanagement

- Redaktion und Organisation
- Gesprächsführung und Konfliktmanagement
- Kompetenzentwicklung
- Innovationsmanagement und Kreativität
- Qualitätsmanagement, -sicherung

Kommunikation als Führungsinstrument

- Kognition, Soziale Netzwerkanalyse
- Kommunikationspsychologie, neue Wege in der Führung
- Lösungsorientierte Kommunikation, systematische Grundsätze der Kommunikation
- Führung als Konzept

Journalismus

- Qualität im Journalismus
- Ethik
- Publizistik/Ökonomie, Journalismus als meritorisches Gut

Medien und Gesellschaft

- Rechtskompetenzen für Medienprofis
- Multimediale Zukunftstrends
- Media Thinking
- Medienpolitik und Globalisierung

Leadership and Ethics (USA-Modul)

- Authentic Leadership
- Business Ethics
- Business Performance Excellence
- Essay-Erstellung

