

STUDIENVERLAUFSPLAN

UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION (M.A.)

	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester
Strategische Kommunikation	Prinzipien der Unternehmenskommunikation 4 SWS 5 CP	Storytelling 4 SWS 5 CP	Kampagnenkommunikation 4 SWS 5 CP	
		Markenkommunikation 2 SWS 5 CP	Krisenkommunikation 2 SWS 5 CP	
Kommunikation und Management	Creative Tools & Design Thinking 2 SWS 5 CP	Digitales Marketing 2 SWS 5 CP		
			Stakeholdermanagement 4 SWS 5 CP	
Soziologie	Soziologie und Kommunikation 4 SWS 5 CP	Ethische Aspekte der Unternehmenskommunikation 2 SWS 5 CP	Konsumentenverhalten 2 SWS 5 CP	
	Sozialpsychologie 4 SWS 5 CP			
Unternehmensführung	Rechtliche Aspekte der Unternehmenskommunikation 2 SWS 5 CP	Führung und Management 2 SWS 5 CP	Corporate Governance & Compliance 2 SWS 5 CP	
Forschungsmethoden	Empirische Methoden in der angewandten Forschung 4 SWS 5 CP	Empirisches Forschungsprojekt 2 SWS 5 CP	Digital Applications & Data Management 2 SWS 5 CP	
Wahlpflichtbereich ¹				Wahlpflichtmodul I ² 2 SWS 5 CP
				Wahlpflichtmodul II ³ 2 SWS 5 CP
Masterprüfung				Masterarbeit 18 CP
				Masterkolloquium 1 SWS 2 CP
	20 SWS/30 CP	14 SWS/30 CP	16 SWS/30 CP	5 SWS/30 CP
				Gesamt: 120 CP



Für weitere Informationen zum Studiengang
besuchen Sie gerne unsere Website!
www.hochschule-fresenius.de

¹ Die Module im Wahlpflichtbereich werden als reine Online-Module angeboten, welche standortübergreifend durchgeführt werden.

² Wahlpflichtmodul I (studiengangsspezifisch und virtuell standortübergreifend, wähle 1 aus 3): Live-Kommunikation; Wirtschaftssoziologie; Content Marketing

³ Wahlpflichtmodul II (studiengangsspezifisch und virtuell standortübergreifend, wähle 1 aus 3): Konfliktmanagement & Mediation; Zivilgesellschaftliches Engagement; Europäische Integration

** SWS = Semesterwochenstunden; CP = Credit Points gemäß European Credit Transfer System