

Modulübersicht

des (dualen) Masterstudiengangs
Kommunikationsmanagement

Die Inhalte und Ziele der Module werden durch eine sinnvolle Verknüpfung verschiedener Lehr- und Lernmethoden vermittelt:

Studienhefte

Den theoretischen Rahmen des Studiums bilden speziell für das Selbststudium aufbereitete Studienhefte, die Du bequem orts- und zeitunabhängig bearbeiten können. Sie vermitteln Dir umfangreiches Wissen aus allen Themenfeldern des Studiengangs und beinhalten Übungsaufgaben, die zur Verinnerlichung der Lehrinhalte dienen.

Online-Vorlesungen

Parallel zu den Studienheften werden Online-Vorlesungen angeboten, in denen besonders wichtige und komplexe Themen vertieft werden. Die Vorlesungen werden mit neuester Technik aufgezeichnet und sind für Dich im Online-Campus jederzeit abrufbar.

Online-Tutorien

In regelmäßig stattfindenden Online-Tutorien kannst Du Dich interaktiv mit den Dozenten austauschen und konkrete Fragen stellen, um eventuelle Verständnislücken zu schließen.

Durch Online-Übungen und Fallstudien, die Du je nach Aufgabenstellung alleine oder in der Gruppe bearbeitest, lernst Du, wie Du Dein theoretisches Wissen in der Praxis anwenden und umsetzen kannst. In unserem Online-Campus hast Du die Möglichkeit, Dich mit Deinen Kommilitonen zu Arbeits- und Lerngruppen zusammenzuschließen oder Dich in dazugehörigen Online-Foren auszutauschen.

Präsenzphasen

Ausgewählte Module sehen Präsenzphasen vor, die wichtiges Praxiswissen vermitteln und den persönlichen Austausch mit Branchenexperten sowie Deinen Kommilitonen ermöglichen. Die Präsenzphasen finden in der Regel in Düsseldorf statt und sind bei einigen Modulen verpflichtend.

Betrieb (nur im dualen Master)

In der beruflichen Praxis erfolgt der Transfer der theoretischen Grundlagen in praktische Fähigkeiten.

Du hast Fragen oder wünschst ergänzende Informationen zu der folgenden Modulübersicht?
Rufe uns unter der Rufnummer +49 211 86668 0 an. Wir freuen uns auf Dich!

Pflichtmodule des General Managements

Marketing & Sales (5 Credit Points)

- Strategische Analysen in Form von:
 - a) Umweltanalysen (Markt-, Kunden- (CRM), Wettbewerbsanalysen) sowie
 - b) Unternehmensanalysen mit Hilfe des Value Managements, der Erfolgsfaktorenforschung sowie der Potenzialanalyse sowie weiterer klassischer Instrumente
- Strategische Planung (Planungsinhalte, -techniken, -methoden, -instrumente und Zielsysteme)
- Unternehmens-/Marketingstrategien
- Strategiespezifische Ausgestaltung des Marketinginstrumentariums unter besonderer Berücksichtigung des Dienstleistungsmarketings sowie des Business-to-Business-Marketings
- Sales (Vertrieb): Vertriebsorganisation, Vertriebsstrategien, -planung, -steuerung, -kontrolle, Kundengewinnung-, -ansprache, -betreuung, Kundenbewertungsmodelle, Multi -Channel- Management, vertriebsunterstützende EDV

Prüfungsleistung: Klausur (90 Minuten), im dualen Master zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Entrepreneurship (5 Credit Points)

- Gründerpersonen/-team
 - ▶ Gründungsmotive
 - ▶ Gründungsarten
 - ▶ Unternehmertypen
- Ideenfindung
 - ▶ Innovation vs. Imitation
- Businessplan
 - ▶ Inhalt und Zweck
 - ▶ Zielgruppe
 - ▶ Rechtsformwahl
- Marktanalyse
 - ▶ Konkurrenzsituation
 - ▶ Standortwahl
 - ▶ Marketing
 - ▶ Patente, Lizenzen
- Finanzierung
 - ▶ Finanzierungsarten
 - ▶ Finanzplanung
 - ▶ Umgang mit Finanziers
 - ▶ Unternehmensverkauf/Exit-Strategien

Prüfungsleistung: Klausur (90 Minuten), im dualen Master zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Leadership Skills (5 Credit Points)

- Theoretischer Referenzrahmen der Führung
- Führungsaufgaben
- Führungsstile
- Führungsinstrumente
- Führungseigenschaften und -kompetenzen
- Führungsgrundsätze
- Führungskräfteentwicklung
- Führen von Teams
- Teamklima
- Changemanagement
- Führung in virtuellen Organisationen
- Value-Based Leadership

Prüfungsleistung: Klausur (90 Minuten)

Digitale Transformation (5 Credit Points)

- Industrie 4.0
- Digitalisierung und Informationsgesellschaft
- Digitale Revolution
- Changemanagement und Organisationsentwicklung
- Digitale Geschäftsmodelle und digitale Wertschöpfungsnetzwerke
- Digital Business Transformation

Prüfungsleistung: Klausur (90 Minuten), im dualen Master zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Kolloquium zur Master Thesis (5 Credit Points)

- Beratung zu grundlegenden Problemen bei der Erstellung einer Masterarbeit
- Präsentation und Diskussion der Masterarbeit in unterschiedlichen Entwicklungsstadien

Prüfungsleistung: Präsentation des Themas/des Fortschrittes der Master Thesis im Rahmen der Online-Tutorien, im dualen Master zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Master Thesis (15 Credit Points)

Selbstständige Bearbeitung einer Problemstellung des Kommunikationsmanagements oder der Kommunikationsökonomie nach wissenschaftlichen Methoden innerhalb eines vorgegebenen Zeitraums

Prüfungsleistung: Master Thesis

Fachspezifische Pflichtmodule

Kommunikationswissenschaften (5 Credit Points)

- Selektionskriterien und -mechanismen in der Informationsauswahl
- Kommunikatorforschung
- Rezipientenforschung
- Medienwirkungsforschung
- Politologische Aspekte der Kommunikationswissenschaft
- Status von Massenmedien in der Kommunikationsforschung
- Journalistische Darstellungsformen
- Journalistische Arbeitstermine (z.B. Pressekonferenz, Fototermin, Kamingespräch)
- Grundprinzipien der PR-Arbeit

Prüfungsleistung: Klausur (90 Minuten), im dualen Master zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Kommunikationspsychologie (10 Credit Points)

- Grundlagen und Methoden der Kommunikationspsychologie
- Aktivierende und kognitive Prozesse
- Wirkungsmuster der Medien- und der Massenkommunikation
- Psychologische Aspekte der Internetnutzung
- Besonderheiten sozialer Netzwerke
- Pädagogische Ansätze zur Erzielung von Verhaltensänderungen

Prüfungsleistung: Klausur (120 Minuten), im dualen Master zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Strategisches Kommunikationsmanagement (5 Credit Points)

- Kommunikation und Wertschöpfungsmanagement
- Strategische Analyse und Strategiebewertung
- Strategische Kommunikationsplanung
- Strategische Kommunikation im Handlungsfeld Wirtschaft
- Strategische Kommunikation im Handlungsfeld Politik
- Konzepte der integrierten Marketing- und Unternehmenskommunikation
- Strategisches Kommunikationscontrolling

Prüfungsleistung: Hausarbeit (ca. 15 Seiten)

Ideen- und Innovationsmanagement (5 Credit Points)

- Innovation als Managementaufgabe
- Steuerung von Innovationsprozessen
- Grenzen des betrieblichen Vorschlagswesens
- Innovationskultur – Ganzheitliche Ausrichtung der Unternehmung auf Innovationen
- Design Thinking, Sprint, Business Model Generation

Prüfungsleistung: Projektarbeit (Prototyping und Testing) (ca. 15 Seiten), im dualen Master zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Marken- und Produktmanagement (10 Credit Points)

- Produkt und Marke
- Markenbasiertes Produktmanagement
- Akteure im Brandingprozess
- Einführung neuer Produkte
- Content Marketing
- Multisensuales Branding
- Brand Communities
- Interne Markenführung

Prüfungsleistung: Klausur (120 Klausur), im dualen Master zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Marketing und Markenmanagement in Tourismus und Hotellerie (10 Credit Points)

- Es werden Kulturdefinitionen, -ausprägungen und -verständnisse vermittelt und gegenübergestellt. Die deutschen Kulturstandards werden mit denen anderer Länder verglichen.
- Entwicklung von Selbstbild, Fremdbild und vermutetem Fremdbild
- Zentrale Modelle des interkulturellen Managements werden vorgestellt und abgewogen.
 - ▶ Hall's Cultural Model
 - ▶ Hofstede's 5-Dimensionen-Modell
 - ▶ Trompenaars 7-D-Modell
 - ▶ Das Kulturmodell von Shalom Schwartz
 - ▶ Die GLOBE-Studie
- Unterschiedliche Kommunikationsmodelle und -theorien werden im Kontext besprochen; Interaktionsmuster, direkte und indirekte Kommunikation.
- Gender und Diversity werden im Bereich Diversity Management zusammenfassend behandelt.
- Handling von Stress im interkulturellen Kontext.
- Personalmanagement im interkulturellen Kontext, Management von globalen Teams, Recruitment, Entwicklung von internationalen Managern.
- Vorstellung der großen Weltreligionen und ihre Auswirkungen auf die Arbeit und die Personalführung in Tourismus und Hotellerie.

Prüfungsleistung: Hausarbeit

Kommunikationsdesign (5 Credit Points)

- Bild- und Farbgestaltung
- Typologie und Layout
- Corporate Design und Corporate Identity
- Produktdesign und Merchandising
- Technische Rahmenbedingungen und Anforderungen
- Rechtliche Aspekte

Prüfungsleistung: Projektarbeit (ca. 15 Seiten)

User-Experience-Design (UX) (5 Credit Points)

- Customer Experience – User Experience – Brand Experience
- Customer Journey – Ausarbeitung von Personas, Customer Journeys und Touchpointanalysen
- Entwicklung kreativer Konzepte für digitale Kampagnen entlang sämtlicher Touchpoint
- Konzeption und Dokumentation von komplexen Corporate Websites, E-Commerce Anwendungen, Benutzerschnittstellen und mobilen Applikationen
- Entwicklung von Wireframes, Userflows und Prototypen
- Datengetriebene Analyse von Online-Nutzerverhalten
- Schnittstelle zwischen digitaler Strategie, Account Management und Kreativteams

Prüfungsleistung: Studienarbeit (180 Minuten), im dualen Master zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Operatives Kampagnenmanagement (5 Credit Points)

- Kampagnenmanagementsysteme – Anforderungen, Bewertung, Integration
- Effizientes Kampagnenmanagement (Zielgruppe, Medium, Aktion, Aktivität, Kampagne)
- Einsatz taktischer Kommunikationsmaßnahmen
- Besonderheiten in der Führung digitaler Kampagnen und Kommunikationsmaßnahmen (Management von Multiscreen-Kampagnen, „open end campaigning“ etc.)
- Kampagnenmanagement innerhalb eines CRM-Systems
- Trends im Medienmanagement

Prüfungsleistung: Klausur (120 Minuten)

Marketing Analytics und Smart Data (10 Credit Points)

- Grundlagen von Datenanalysen
- Relevante Datenquellen; KPIs
- Methoden der Descriptive, Diagnostic, Predictive und Prescriptive Analytics
- Algorithmen
- Grundlagen des Machine Learning, Natural Language Processing und Deep Learning
- Entscheidungstheoretische Verfahren
- Rechtliche und ethische Aspekte

Prüfungsleistung: Klausur (120 Minuten), im dualen Master zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Digitale Kommunikation/Applied Digital Communications Lab (10 Credit Points)

- Möglichkeiten unterschiedlicher digitaler Kommunikationsformen
- Zielgruppenspezifischer Einsatz von Geräten, Plattformen, Diensten und Technologien
- (Weiter-)Entwicklung von Wireframes und Mock-ups
- Testverfahren und Digital Controlling

Prüfungsleistung: Projektarbeit (Konzeptbeschreibung, ca. 5–10 Seiten) sowie Präsentation der digitalen Umsetzung der digitalen Umsetzung

Wahlpflichtmodule des Masterstudienganges Kommunikationsmanagement

Im 3. und 4. Semester (Vollzeit-Variante) bzw. im 4. und 5. Semester (Teilzeit-Variante und duale Variante) hast Du die Möglichkeit, Deine spezifischen Interessen zu vertiefen. Es werden verschiedene Wahlmodule angeboten, von denen je Semester ein Modul zu belegen ist.

Festivals und Entertainment (5 Credit Points)

- Festival- und Entertainmentwirtschaft
- Festivaldesign und Dramaturgie
- Planung und Umsetzung
- Gewerke und Logistik
- Produktion und Technik
- Musik- und Künstlermanagement
- Rechtliche Aspekte (Sicherheit und Haftung)

Prüfungsleistung: Projektarbeit (ca. 15 Seiten)

Internationales Eventmanagement (5 Credit Points)

- Märkte, Rahmenbedingungen und Herausforderungen
- Internationale Eventplanung
- Interkulturelle Kommunikation
- Internationales Agentur-/Partnermanagement
- Internationales Projektmanagement
- Risikomanagement im internationalen Kontext (Copyrights, Haftungsrisiken etc.)

Prüfungsleistung: Klausur (120 Minuten), im dualen Master zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

TV-Konzeption und -Produktion (5 Credit Points)

- Planung, Konzeption und Realisation von TV-Formaten
- Themenplanung, Sendeabläuferstellung (Fernsehbeitrag)
- Einblick ins Schnittprogramm, Lichttechnik, Produktionsablauf
- Produktformen, Marktaufteilung, Struktur der ÖR Sender, Lokalsender, Spartenprofile
- Journalistische Formate im TV
- Quoten und Marktforschung im TV
- Kalkulation von TV-Produktionen und Formatentwicklung

Prüfungsleistung: Projektarbeit

Crossmedia-Produktion und -Management. Storytelling, Content-Produktion und Texten für Online-Medien (5 Credit Points)

- Crossmediale, transmediale und multimediale Welten
- Planung, Konzeption und Realisation crossmedialer Projekte
- Content-Management und Content-Management-Systeme, inkl. Websiteerstellung mit WordPress o. ä.
- Crossmediales Storytelling und interdisziplinäre Content-Produktion mit Schwerpunkt auf das suchmaschinenoptimierte Texten für Online-Medien
- Vertiefung relevanter Aspekte aus Rezipienten- und Marktforschung
- Praktische Aspekte von Urheber- und Persönlichkeitsrecht und ferner auch von Markenrecht und -schutz

Prüfungsleistung: Studienarbeit (180 Minuten)

Public Marketing und Social Marketing (5 Credit Points)

- Marketing im öffentlichen und dritten Sektor (Schwerpunkt Kommunikationspolitik)
- Besonderheiten des Marketings im öffentlichen und dritten Sektor (Marketing öffentlicher Einrichtungen, Verbands- und Vereinsmarketing, Standort- und Regionalmarketing sowie Tourismusmarketing, etc.)
- Verantwortung und Rechtfertigungsnotwendigkeit gegenüber Stakeholdern wie Öffentlichkeit, Steuerzahlern, Mitgliedern und Vollversammlungen etc. im demokratischen Prozess
- Ausschreibungsmanagement und -recht
- Strategische Kommunikation im Handlungsfeld Public Marketing und Marketing im dritten Sektor
- Fundraising und Finanzierungsmodelle
- Anknüpfungspunkte zur Wirtschaft, bspw. Cause-Related Marketing oder Social Marketing, um gesellschaftlichen Bewusstseinswandel herbeizuführen und gesellschaftlich relevante Werte, Einstellungen und Verhaltensweisen zu beeinflussen, zu erhalten oder bewusst zu machen

Prüfungsleistung: Projektarbeit (5 Seiten)

Digitales Marketing (5 Credit Points)

- Customer Journey und Cross-Media
- Zielgruppen und Kundenanalysen
- Kundennetzwerke/Connected Customers
- Agiles Marketing
- Innovationen und Diffusionstheorie
- Digitale Markenführung
- Grundlagen des Neuromarketings
- Participation Marketing
- Storytelling, Storycaping und emotionale Kommunikation
- Grundlagen des digitalen Marketing-Controllings
- Spezielle rechtliche Bezüge zum gewerblichen Rechtsschutz (z. B. Markenrecht, UWG, Designrecht)

Prüfungsleistung: Klausur (90 Minuten), im dualen Master zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Management von Sportgroßevents (5 Credit Points)

- Eventformen und spezifische Herausforderungen
- Arbeitsmarkt Sporteventmanagement und Professionalisierung
- Perspektiven der Nachfrage nach Sportevents
- Sporteventsponsoring sowie Hospitality und Protocol Services/Dignitary Management bei Sportgroßveranstaltungen
- Stakeholder-Management
- Servicecharakteristik von Sportevents
- Perspektiven der Messung und Steuerung von Dienstleistungsqualität im Sporteventmanagement
- Sporteventökonomik sowie Methoden und Konzepte der Wirkungsmessung: Externe Effekte und Dyseconomies, Economic Impact Approach, Cost Benefit Analysis, Multiplikatoren, Opportunitätskosten, Consumer surplus
- Strategisches Sporteventmanagement: Creating and Designing Events/Bidding, Finanzierung/Budgetierung, Projektmanagement, Umgang mit Unsicherheit und Risiko, Prognoseverfahren

Prüfungsleistung: Klausur (90 Minuten), im dualen Master zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)

Strategisches Sportmedien-Management (5 Credit Points)

- Eventformen und spezifische Herausforderungen
- Arbeitsmarkt Sporteventmanagement und Professionalisierung
- Perspektiven der Nachfrage nach Sportevents
- Sporteventsponsoring sowie Hospitality und Protocol Services/Dignitary Management bei Sportgroßveranstaltungen
- Stakeholder-Management
- Servicecharakteristik von Sportevents
- Perspektiven der Messung und Steuerung von Dienstleistungsqualität im Sporteventmanagement
- Sporteventökonomik sowie Methoden und Konzepte der Wirkungsmessung: Externe Effekte und Dyseconomies, Economic Impact Approach, Cost Benefit Analysis, Multiplikatoren, Opportunitätskosten, Consumer surplus
- Strategisches Sporteventmanagement: Creating and Designing Events/Bidding, Finanzierung/Budgetierung, Projektmanagement, Umgang mit Unsicherheit und Risiko, Prognoseverfahren

Prüfungsleistung: Klausur (90 Minuten), im dualen Master zusätzlich Praxisbericht (von Ausbildungsbetrieb und Hochschule zu überprüfen)