

Informationen zum Master-Studiengang „Medienmanagement“ (forschungsorientiert)

1. *Wie ist der Master-Studiengang „Medienmanagement“ aufgebaut?*
2. *Was lernen Sie im Master-Studiengang „Medienmanagement“?*
3. *Einen Master in Medienmanagement — und was dann? Welche Berufsziele können Sie mit dem Studienabschluss erreichen?*
4. *Welche Bedingungen müssen Sie zur Aufnahme in den Master-Studiengang erfüllen?*

1. Wie ist der Master-Studiengang „Medienmanagement“ aufgebaut?

Der Master-Studiengang „Medienmanagement“ besteht aus den folgenden zehn Modulen:

1. Medien- und Kommunikationswissenschaft
2. Strategische Medienentwicklung
3. Methoden der Medien- und Kommunikationswissenschaft
4. Forschungsprojekt
5. Internationales Forschungsprojekt
6. Anwendungsbezogene Projekte
7. Mitarbeit in Forschung und Lehre
8. Kommunikationswissenschaftliche Reflexionsfähigkeit
9. Methodenkritik und methodische Designs
10. Masterarbeit

Die Regelstudienzeit beträgt vier Semester.

2. Was lernen Sie im Master-Studiengang „Medienmanagement“?

Der Masterstudiengang Medienmanagement ist als Forschungsstudiengang konzipiert und bereitet Sie auf Leitungsaufgaben in Medienforschung und Medienmanagement sowie auf eine Promotion vor.

Medien werden innerhalb des Studiums sowohl in Ihrer Bedeutung als öffentliche und private Güter als auch als Kultur- und Wirtschaftsgüter analysiert. Innerhalb des Studiums wird Ihnen vertiefendes Wissen über Struktur, Nutzung, Wirkung und die Entwicklung von Medien vermittelt. Sie lernen, die Bedeutung und Funktion von Medien in Kommunikationsprozessen empirisch und strategisch zu erforschen sowie diese praktisch zu entwickeln und zu steuern.

Eine große Bedeutung hat die Methodenausbildung auf fortgeschrittenem Niveau. Sozialwissenschaftlichen Methoden und Verfahren, mit denen sich Erkenntnisse über Kommunikation und Massenmedien gewinnen lassen, werden reflektiert und theoretisch fundiert eingeübt. Sie sollen dadurch in die Lage versetzt werden, selbstständig wissenschaftlich zu arbeiten und wissenschaftliche Ergebnisse kompetent in der Berufspraxis anzuwenden.

Lehre und Forschung verbinden größtmögliche Praxisnähe und Anwendungsorientierung mit hohem wissenschaftlichem Anspruch.

Die verschiedenen Module des viersemestrigen Studiengangs haben im Einzelnen die folgenden Lernziele:

1 Medien- und Kommunikationswissenschaft: Die Studierenden lernen, sich auf einem erhöhten Anforderungsniveau kritisch und kompetent mit dem aktuellen Stand der Medien- und Kommunikationswissenschaft auseinanderzusetzen. Dabei setzen sie sich mit der grundlegenden Theoriedebatte genauso auseinander wie mit aktuellen Forschungsergebnissen.

2 Strategische Medienentwicklung: Die Studierenden lernen, Medien im Kontext umfassender Strategien und empirischer Befunde zu entwickeln unter Berücksichtigung des Wandels von Gesellschaften, Märkten und Lebensweisen, der Entwicklung von Organisationen und Führungslehre und ihrer Persönlichkeit als Wissenschaftlerin/Wissenschaftler bzw. als Führungskraft.

3 Methoden der Medien- und Kommunikationswissenschaft: Die Studierenden werden in die Lage versetzt, auf einem hohen Anforderungsniveau Methoden zu bewerten, anzuwenden und Forschungsdesigns zu entwickeln.

4 Forschungsprojekt: Die Studierenden erhalten einen möglichst vollständigen Einblick in den Forschungsprozess. Sie lernen die entsprechenden Abläufe kennen, reflektieren diese und gestalten sie unter kritischer Begleitung weitgehend selbstständig. Die Studierenden lernen, dass alle Phasen des Forschungsprozesses aufeinander bezogen sein müssen.

5 Internationales Projekt: Die Studierenden erhalten einen möglichst vollständigen Einblick in den Forschungsprozess für internationale Projekte. Durch die internationale Perspektive wird ihre kulturelle Sensibilität und ihre Kompetenz in der komparativen Forschung gestärkt. Die Studierenden erhalten einen möglichst vollständigen Einblick in den Forschungsprozess. Sie lernen die entsprechenden Abläufe kennen, reflektieren diese und gestalten sie unter kritischer Begleitung weitgehend selbstständig. Die Studierenden lernen, dass alle Phasen des Forschungsprozesses aufeinander bezogen sein müssen.

6 Anwendungsbezogene Forschungsprojekte: Die Studierenden sollen Urteilsvermögen sowie organisatorische und analytische Fähigkeiten entwickeln, die sie in die Lage versetzen, Fragestellungen der Medienpraxis in angemessener Weise selbstständig zu planen, durchzuführen und die Ergebnisse zu vermitteln.

7 Mitarbeit in Forschung und Lehre: Die Studierenden erhalten einen Einblick in die Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung von Lehrveranstaltungen und Forschungsprojekten. Sie können eigene Lehr- und Forschungstätigkeit unter Anleitung proben.

8 Kommunikationswissenschaftliche Reflexionsfähigkeit: Die Studierenden sollen in der Lage sein, fächerübergreifend und problembezogenen Fragestellungen aus dem Bereich Medienmanagement (forschungsorientiert) selbstständig auf wissenschaftlicher Grundlage zu bearbeiten.

9 Methodische Designs: Der Studierenden/die Studierenden wenden vertiefte Kenntnisse der zentralen sozialund medienwissenschaftlichen Methoden (Verfahren der Exploration, Datenerhebung, -auswertung und -interpretation) bzw. medienpraktischen Methoden an und zeigen ihre Fähigkeit, diese Kenntnisse zu verknüpfen.

10 Masterarbeit: In der Masterarbeit soll der/die Studierende zeigen, dass er/sie in der Lage ist eine Aufgabe aus dem Berufsfeld Medienmanagement selbstständig nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten. Eine Übung bereitet darauf vor.

3. "Master of Arts in Medienmanagement" — und was dann? Welche Berufsziele können Sie mit dem Studienabschluss erreichen?

Der Master-Studiengang vermittelt Fachkenntnisse und Fertigkeiten, welche die Absolventinnen und Absolventen befähigen, in den verschiedenen Berufsfeldern des Medienmanagements selbstständig und wissenschaftlich fundiert zu arbeiten und in diesen Feldern Leitungs- und Führungsaufgaben zu übernehmen.

Die Ausbildung ist dabei primär auf vier Ausbildungsfelder gerichtet:

- **Markt- und Meinungsforschung** zu Nutzung, Funktionen und Wirkungen von (Medien-)Kommunikation
- die **Planung** und **Durchführung** von Öffentlichkeitsarbeits-, Werbe- und anderen Kommunikationsaktivitäten der Medienunternehmen (Hörfunk, Fernsehen, Zeitungen und Zeitschriften, Verlage, Werbeagenturen usw.)
- **Leitung** bzw. **Beratung** von Kommunikationsbetrieben und von Abteilungen innerhalb anderer Organisationen und Institutionen, die sich mit Kommunikation und Medien befassen
- betriebliche **Planungs-** und **Organisationsaufgaben** in Medienunternehmen

Dass unsere Studierenden auf dem Arbeitsmarkt hervorragende Erfolgchancen haben, belegen Zahlen aus einer im Jahr 2008 durchgeführten bundesweiten Befragung von Absolventinnen und Absolventen des Fachbereichs Medien- und Kommunikationswissenschaft sowie Journalismus: 68 Prozent unserer Studierenden erhalten die Zusage zu ihrer ersten festen Arbeitsstelle noch während des Studiums – fast doppelt so viele wie im Durchschnitt anderer Institute.

4. Welche Bedingungen müssen Sie zur Aufnahme in den Master-Studiengang erfüllen?

Bitte lesen Sie sich die folgenden Informationen aufmerksam durch, bevor Sie sich bewerben!

Die formalen Voraussetzungen für den Master-Studiengang „Medienmanagement“ sind:

- ein berufsqualifizierender Hochschulabschluss in einem Studiengang der Fachrichtungen Medienmanagement, Kommunikationswissenschaft, Publizistikwissenschaft oder Journalistik oder
- ein berufsqualifizierender Hochschulabschluss in einem verwandten Studienfach mit Medienbezug nach Einzelfallprüfung und
- eine akademische Abschlussprüfung im Erststudium mit mindestens der Note „gut“ (2,5) oder der Nachweis einer entsprechenden vorläufigen Durchschnittsnote
- deutsche Sprachkenntnisse auf mindestens Stufe C1 des gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Bewerberinnen und Bewerber, die nicht über eine deutsche Hochschulzugangsberechtigung verfügen

Alle Bewerber müssen ihrer Anmeldung zur Teilnahme am Prüfungsverfahren zum Master-Studienprogramm folgende Unterlagen beifügen:

- der unterschriebene Antrag auf Teilnahme am Zulassungsverfahren und auf Zulassung zum Studium, der bei Abschluss der Online-Bewerbung erstellt wird und den Sie alternativ in diesen Unterlagen finden
- ein tabellarischer Lebenslauf
- ein maximal zwei Seiten umfassendes Motivationsschreiben, in dem Sie die Gründe für Ihre Bewerbung zum Masterstudiengang Medienmanagement und Ihre wissenschaftlichen Interessen darlegen
- ein maximal zwei Seiten umfassendes Exposé, das Ihre Forschungsinteressen darlegt (Das Exposé soll zeigen, dass Sie ein eigenständiges wissenschaftliches Interesse mitbringen, theoretische und empirische Ansätze für konkrete Forschungsfragen oder Forschungsbereiche aufzeigen können. Im Grunde soll die Frage beantwortet werden: Was würden Sie im Masterstudium gerne wie erforschen?)
- ggf. ein Nachweis des wissenschaftlichen Interesses, z.B. durch Publikationen, Vorträge
- ein Nachweis über ein einschlägiges Bachelor-Studium bzw. einen ersten Hochschulabschluss (Zeugnis) oder
- ein Immatrikulationsnachweis des aktuellen Bachelor-Studiums, ein Nachweis über die bereits eingereichte Bachelor-Arbeit und eine Bestätigung, dass das Bachelor-Studium bis einen Monat nach Semesterbeginn am IJK abgeschlossen sein wird
- in jedem Fall eine detaillierte Bescheinigung über bisher erbrachte Leistungen und Noten im Studium inkl. aktueller Durchschnittsnote (Transcript of Records)

- ein Nachweis über erworbenes Grundlagenwissen in Statistik und empirischen Methoden (entweder durch die Note in Studienfächern, benotete Leistungsnachweise oder ein Nachweis über extracurricular erworbenes Grundlagenwissen in Statistik und empirischen Methoden. Wir empfehlen, alle relevanten Lehrveranstaltungen, in den Methoden der Datenerhebung und Auswertung vermittelt bzw. angewandt wurden, gesondert aufzuführen und inhaltlich näher zu beschreiben.)
- NUR wenn Sie nicht über eine deutsche Hochschulzugangsberechtigung verfügen: ein Nachweis der deutschen Sprachkenntnisse auf Stufe C1 des gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens

Anhand dieser Unterlagen ermittelt die Zulassungskommission der Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover die Kandidat/inn/en für die zweite Stufe. Kriterien sind:

- die fachliche Einschlägigkeit des Erststudiums, insbesondere der inhaltliche Bezug zu Medien- und Kommunikationswissenschaft (15 P.), Umfang der Ausbildung in sozialwissenschaftlicher Methodik und Statistik (10 P.) wirtschaftswissenschaftliche Kenntnisse (5 P.) sowie die Anwendungsorientierung des Studiums (5 P., Pflichtpraktika und Projekte, insbesondere Forschungsprojekte) (insgesamt max. 35 P.)
(Die Vertiefung im Bereich sozialwissenschaftlicher Methodik bildet einen Kernbereich des Masterstudiengangs Medienmanagement. Bereits im ersten Master-Semester wird erwartet, dass Studierende weitgehend eigenständig an Forschungsprojekten arbeiten. Grundkenntnisse empirischer Methoden und Statistik sind deshalb unabdingbar für ein erfolgreiches Studium.)
- der Notendurchschnitt des Bachelorzeugnisses bzw. der laufende Notendurchschnitt im Transcript of Records (maximal 35 P.)
- die inhaltliche und formale Qualität der Bewerbung
- die Darstellung der Affinität zum Masterstudiengang Medienmanagement im Motivationsschreiben
- die Qualität, Originalität und Fundiertheit des Exposé
- Praktika (bitte geben Sie eine möglichst präzise Beschreibung Ihres Aufgabenfeldes und die Dauer des Praktikums in Wochen an), Berufserfahrung und Ausbildung, internationale Erfahrungen, besonderes akademisches und extracurriculares Engagement (z.B. Mitarbeit in extracurricularen Forschungsprojekten, HiWi-Anstellung, Fachvorträge, fachlich relevante Tagungen und Workshops, wissenschaftliche Publikationen, Mitarbeit in studentischen Gremien und Medien, bitte Nachweise beilegen)

Diese Kriterien werden mit insgesamt maximal 100 Punkten bewertet, zum Bestehen der Vorauswahl sind mindestens 60 Punkte notwendig. Somit ist ein Ausgleich möglich (bspw. der Abschlussnote durch ein besonders gutes Motivationsschreiben und Exposé).

Bewerberinnen und Bewerber, die mindestens 60 Punkte in der Vorauswahl erreichen, werden ins Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung zu einem Aufnahmegespräch eingeladen. Im Gespräch werden analytisches und wissenschaftliches Reflexionsvermögen, medien- und kommunikationswissenschaftliches Wissen, methodische Kenntnisse sowie das Interesse an kommunikationswissenschaftlicher Forschung, ausgehend vom eingereichten Exposé, bewertet.

Über die Zulassung entscheidet die erreichte Gesamtpunktzahl in der Eignungsprüfung. Das Verfahren ist in der Zulassungsordnung für den Masterstudiengang Medienmanagement (MAMM ZulO) geregelt.

Die Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover erhebt für die Teilnahme am Zulassungsgespräch in allen Studiengängen ein Entgelt in Höhe von 30,00 EUR. Nähere Informationen werden mit den Einladungen zum Aufnahmegespräch versandt.

Bitte füllen Sie zuerst das Online-Bewerbungsformular (www.ijk.hmtm-hannover.de) aus, und schicken Sie die Bewerbungsunterlagen anschließend an:

Master-Studiengang Medienmanagement
Institut für Journalistik
und Kommunikationsforschung
Expo Plaza 12
30539 Hannover

Die Bewerbung gilt nur für die Vergabe der Studienplätze des Wintersemesters 2011/12.

Das **Online-Bewerbungsformular** steht vom 15. Oktober 2011 bis zum 14. Januar 2012 (24 Uhr) zur Verfügung.
Einsendeschluss für Ihre Bewerbungsunterlagen ist der **15. Januar 2012** (Datum des Poststempels).

Wenn Sie noch Fragen haben, rufen Sie uns an:

Dorothee Hefner
Christopher Blake

Tel.: 0511 / 31 00 4 51
Tel.: 0511 / 31 00 4 74

Antrag

- 1.) auf Teilnahme am Zulassungsverfahren
und
- 2.) auf Zulassung zum

Master-Studiengang Medienmanagement

an der HOCHSCHULE FÜR MUSIK, THEATER UND MEDIEN HANNOVER zum
SOMMERSEMESTER 2012

Name, Vorname: _____

Geburtsdatum: _____ Geburtsort: _____

Familienstand: _____ Staatsangehörigkeit: _____

Heimatadresse: _____

Telefonnummer: _____

ggfs. abweichende derzeitige Anschrift: _____

_____ Tel.: _____

E-Mail: _____

Diesem Antrag beizufügen sind: ein tabellarischer Lebenslauf, ein maximal zwei Seiten umfassendes Motivationsschreiben, ein maximal zwei Seiten umfassendes Exposé Ihrer Forschungsinteressen, ein Nachweis des wissenschaftlichen Interesses, ein Nachweis über ein einschlägiges Bachelor-Studium bzw. einen ersten Hochschulabschluss (Zeugnis) oder ein Immatrikulationsnachweis des aktuellen Bachelor-Studiums, ein Nachweis über die bereits eingereichte Bachelor-Arbeit und eine Bestätigung, dass das Bachelor-Studium bis einen Monat nach Semesterbeginn am IJK abgeschlossen sein, eine Bescheinigung über bisher erbrachte Leistungen und Noten im Studium (Transcript of Records), ein Nachweis über erworbenes Grundlagenwissen in Statistik und empirischen Methoden.

(Ort, Datum)

(Unterschrift)

Fragebogen für Bewerberinnen und Bewerber

Liebe Bewerberin, lieber Bewerber,

wir bitten Sie, den folgenden Fragebogen auszufüllen und Ihren Bewerbungsunterlagen beizufügen. Es gibt keine richtigen und falschen Antworten, der Fragebogen wird anonym ausgewertet und ist nicht Bestandteil der Bewertung Ihrer Bewerbung. Ihre Antworten dienen allein dazu, uns ein Bild davon zu machen, wie sich Bewerber über unsere Studiengänge informieren und helfen uns, die Kommunikation mit den Bewerberinnen und Bewerberinnen zu optimieren.

Vielen Dank,

Ihr IJK

Für welchen Studiengang haben Sie sich beworben?

Bitte kreuzen Sie den zutreffenden an.

- BA Medienmanagement
- MA Medienmanagement
- MA Medien und Musik

Auf welchem Weg sind Sie auf das IJK bzw. den Studiengang aufmerksam geworden?

Bitte kreuzen Sie alle Antworten an, die auf Sie zutreffen.

Durch die Medien

- allgemeine Internet-Suche (z.B. über Google, Bing etc.)
- Print-Studienführer (z.B. Studien- und Berufswahl, Zeitschriften wie „Junge Karriere“, „Uni Spiegel“, etc.)
- Online-Studienberatung/Studienführer (z.B. medienstudienfuehrer.de; studieren-in-niedersachsen.de etc.)
- IJK Werbung auf medienstudienfuehrer.de
- Instituts-Website (www.ijk.hmtm-hannover.de)

Bei einer Informationsveranstaltung

- Hochschulinformationstage (HIT) an der Hochschule für Musik, Theater und Medien
- Messe „Wege in den Traumberuf Medien“
und zwar in (bitte die zutreffende Stadt eintragen): _____
- andere Veranstaltung und zwar: _____

Anderer Weg

- über private Kontakte
- über die Schule
- Bundesagentur für Arbeit/BIZ
- Sonstiges und zwar: _____

Wie bzw. wo haben Sie sich genauer über das IJK und den Studiengang informiert?

Bitte kreuzen Sie alle Antworten an, die auf Sie zutreffen.

- auf der Instituts-Website (www.ijk.hmtm-hannover.de)
- über eine persönliche/telefonische Beratung durch eine Mitarbeiterin/einen Mitarbeiter des Instituts
- beim Info-Tag am IJK
- bei der Messe „Wege in den Traumberuf Medien“,
und zwar in (bitte die zutreffende Stadt eintragen): _____
- bei der Messe „Studieren im Norden“ in Hamburg
- bei den Hochschulinformationstagen (HIT)
- über private Kontakte
- auf eine andere Art, und zwar: _____