

Informationen zum Masterstudiengang Medienmanagement

Allgemeine Informationen zum Studiengang

1. *Was lernen Sie im Masterstudiengang Medienmanagement?*
2. *Wie ist der Masterstudiengang Medienmanagement aufgebaut?*
3. *Master of Arts in Medienmanagement— und was dann? Welche Berufsziele können Sie mit dem Studienabschluss erreichen?*

Informationen zum Bewerbungsverfahren

4. *Welche Bewerbungsunterlagen müssen Sie zur Aufnahme in den Masterstudiengang einreichen?*
5. *Wohin schicken Sie Ihre Bewerbungsunterlagen?*
6. *Nach welchen Kriterien werden die Bewerber/innen für den Masterstudiengang Medienmanagement ausgewählt?*
7. *Wie läuft das Verfahren zeitlich ab?*

Allgemeine Informationen zum Studiengang

1. Was lernen Sie im Masterstudiengang Medienmanagement?

Der Masterstudiengang Medienmanagement richtet sich an engagierte Studierende, die das Ziel haben, Leitungsaufgaben in Markt-, Meinungs- und Medienforschung, im Medienmanagement, in Agenturen oder Beratungsunternehmen zu übernehmen oder die eine Promotion anstreben.

Lehre und Forschung innerhalb des Studiengangs verbinden größtmögliche Praxisnähe und Anwendungsorientierung mit hohem wissenschaftlichem Anspruch. Durch die enge Verzahnung von Wissenschaft und Praxis werden unsere Studierenden optimal auf den Berufseinstieg, aber auch auf eine weiterführende akademische Laufbahn mit dem Ziel der Promotion vorbereitet.

2. Wie ist der Masterstudiengang Medienmanagement aufgebaut?

Im Masterstudiengang Medienmanagement eignen sich die Studierenden vertiefendes Wissen über die Produktion, Verteilung, Wahrnehmung, Nutzung, Rezeption und Wirkung sowie über die Strukturen und Entwicklung von Medienangeboten und -anbietern an. Sie lernen, die Bedeutung und Funktion von Medien in Kommunikationsprozessen empirisch zu erforschen sowie diese praktisch zu entwickeln und zu steuern. Die Regelstudienzeit beträgt vier Semester. Das Studium wird mit dem Titel „Master of Arts in Medienmanagement“ abgeschlossen.

Der Studiengang setzt sich aus den folgenden zentralen Bausteinen zusammen:

Projekte Medien- und Kommunikationswissenschaft: Zentraler Bestandteil des Masterstudiums ist die Projektarbeit. In drei Projektmodulen werden Sie in Kleingruppen je ein Projekt pro Semester bearbeiten. Mindestens zwei oder alle drei dieser Projekte stammen aus dem Bereich "Kommunikations- und Medienforschung", eines können Sie wahlweise im Bereich "Medien und Musik" (die im gleichnamigen Masterstudiengang angeboten werden) belegen. Im Rahmen dieser Projekte werden auf höchstem wissenschaftlichem Niveau aktuelle kommunikations-

wissenschaftliche und medienwirtschaftliche Problemstellungen untersucht; teilweise in Kooperation mit Unternehmen. In Kleingruppen lernen Sie, selbstständig Forschungsprojekte durchzuführen, um die aufgeworfenen Fragestellungen sinnvoll zu untersuchen und Ihre Erkenntnisse aufzubereiten, zu dokumentieren und zu präsentieren. Die Projekte unterscheiden sich thematisch, so dass Sie die Möglichkeit haben, sich Ihren persönlichen thematischen Interessen und fachlichen Stärken entsprechend zu spezialisieren.

Fortgeschrittene kommunikationswissenschaftliche Forschungsmethoden: Hier lernen Sie, Ihre bereits im vorangegangenen Studium erworbenen methodischen Kenntnisse und Fähigkeiten auf einem hohen Anforderungsniveau weiterzuentwickeln. Sie sollen dadurch in die Lage versetzt werden, auch komplexe Forschungsprojekte methodisch sauber zu entwickeln, umzusetzen oder zu bewerten. Neben einem Vertiefungskurs in multivariater Datenanalyse werden in diesem Modul Wahlpflichtkurse zu klassischen und neueren sozialwissenschaftlichen Verfahren der Datenerhebung und Datenanalyse angeboten (z. B. spezielle oder fortgeschrittene qualitative und quantitative Verfahren, Analyse von „Big Data“, Mixed Methods). Darüber hinaus haben Sie die Möglichkeit, sich im Bereich medienökonomischer Erhebungs- und Analyseverfahren (z. B. Conjoint-Analyse), sowie stärker angewandter medienökonomischer Erkenntnis-techniken (z. B. Business Case Studies) weiterzubilden.

Theorien und Strategien des Medienmanagements: Ziel dieses Moduls ist es, Ihnen theoretisches und praktisches Wissen über Strategien der medialen Wertschöpfung, deren Herausforderungen und ihre nachhaltige Erfolgssicherung, sowie über das Aufgabenfeld der Führung in Unternehmen und Organisationen näherzubringen. Sie lernen, was Wertschöpfung in Kontexten medialer Kommunikation herausfordert, was sie verändert, wahrscheinlicher, profitabler und nachhaltiger macht, und wie diese Veränderungen die konzeptuelle Entwicklung von Strategien, Medienmanagement und Führung herausfordern.

Individuelle Forschungs- und Managementkompetenzen: Mit diesem Modul können Sie Ihr individuelles akademisches Profil bilden und weiterentwickeln. Sie erhalten die Möglichkeit, inhaltliche Kompetenzgrundlagen auszuweiten und zu vertiefen, die für den angestrebten Studienabschluss und die persönliche Profilbildung zentral sind. Sie können im Rahmen dieses Moduls sozialwissenschaftliche Methoden oder Ihr Wissen und Ihre Kompetenzen im Bereich der Kommunikationswissenschaft, Medienforschung oder des strategischen Medienmanagements

vertiefen, indem Sie weitere Seminar belegen oder Forschungsprojekte oder angewandte Beratung (mit-)durchführen. Darüber hinaus ist es möglich, beispielsweise im Rahmen von Praktika praktische Kompetenzen zu erwerben.

Examensmodul: Am Ende Ihres Studiums haben Sie im Rahmen Ihrer Abschlussarbeit die Gelegenheit, sich intensiv wissenschaftlich mit einem Thema Ihrer Wahl aus dem Bereich des Medienmanagement zu beschäftigen. Weiterer Bestandteil dieses Moduls ist die Verteidigung Ihrer Masterarbeit.

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

Der Masterstudiengang 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.

Informationen zum Bewerbungsverfahren

4. Welche Bewerbungsunterlagen müssen Sie zur Aufnahme in den Masterstudiengang einreichen?

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

Den ersten Schritt zur Bewerbung für den Masterstudiengang Medienmanagement stellt die Online-Bewerbung dar. Einen Link zum Online-Bewerbungsportal finden Sie auf unseren Internetseiten. Folgende Unterlagen sind jeweils fristgerecht zum **15. Januar** (Bewerbung für das Sommersemester) oder **15. Juni** (Bewerbung für das Wintersemester) postalisch einzureichen. Es gilt das Datum des Poststempels.

Folgende Unterlagen sind notwendig, um am Bewerbungsverfahren teilzunehmen:

- ✓ der unterschriebene **Antrag auf Teilnahme am Zulassungsverfahren und auf Zulassung zum Studium**. Dieser wird bei Abschluss der Online-Bewerbung erstellt.
- ✓ ein **tabellarischer Lebenslauf**. Dieser sollte insbesondere Ihre bisherige Ausbildung, Ihre studienrelevanten praktischen Erfahrungen (Berufsausbildung, Nebentätigkeiten, Hiwi-Anstellungen, studentisches Engagement, Auslandserfahrung) enthalten. Bitte geben Sie dabei jeweils folgende Informationen zur Tätigkeit an:
 - Zeitraum (von/bis; für Praktika bitte Dauer in Wochen oder Monaten angeben)
 - Arbeitgeber (z. B. Name des Unternehmens)
 - zentrale Aufgaben/Tätigkeiten in kurzen Stichpunkten

Wir empfehlen alternativ das Ausfüllen des **Formulars A: fachspezifische Erfahrungen**. Das entsprechende Dokument finden Sie auf unseren [Internetseiten](#). Bitte legen Sie das

ausgefüllte und ausgedruckte Formular Ihren Bewerbungsunterlagen bei. Dieses Formular dient dazu, Ihre bisherigen Erfahrungen systematisch und vollständig zu erfassen. Das ausgefüllte Formular ersetzt den Lebenslauf.

- ✓ ein maximal zwei Seiten umfassendes **Motivationsschreiben**, in dem Sie die Gründe für Ihre Bewerbung zum Masterstudiengang Medienmanagement am IJK darlegen. Dabei interessiert uns beispielsweise, welche berufliche Laufbahn Sie sich vorstellen können, was Sie für ein Studium qualifiziert und wieso Sie sich gerade bei uns bewerben.
- ✓ ein maximal zwei Seiten umfassendes **Exposé**, das Ihre Forschungsinteressen darlegt. Das Exposé soll zeigen, dass Sie ein eigenständiges wissenschaftliches Interesse mitbringen und theoretische und empirische Ansätze für konkrete Forschungsfragen oder Forschungsbereiche aufzeigen können. Im Grunde wird ein Vorschlag für ein Forschungsprojekt erwartet, das Sie während Ihres Studiums am IJK gern umsetzen möchten.
- ✓ ein **Nachweis über ein einschlägiges Bachelor-Studium bzw. einen ersten Hochschulabschluss** (Zeugnis in Kopie) oder ein Immatrikulationsnachweis des aktuellen Bachelor-Studiums
- ✓ eine detaillierte **Bescheinigung über bisher erbrachte Leistungen und Noten im Studium inkl. aktueller Durchschnittsnote** (Transcript of Records, bitte geben Sie die Abschluss- bzw. Durchschnittsnote auch im Lebenslauf an). Sofern Sie Ihr Studium an einer ausländischen Hochschule abgeschlossen haben, ist eine offiziell anerkannte Tabelle/Vorgabe zur Übersetzung der Noten in deutsche Hochschulnoten oder ECTS-Grades beizulegen.
- ✓ 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). Das **Formular zum Nachweis der fachlichen Qualifikation** gilt hierbei als ausreichender Nachweis.
- ✓ **NUR wenn Sie nicht über eine deutsche Hochschulzugangsberechtigung verfügen**: ein Nachweis der deutschen Sprachkenntnisse auf Stufe C1 des gemeinsamen Europäischen

Referenzrahmens. Beachten Sie in dem Fall bitte auch die [Informationen für ausländische Bewerber/innen](#).

Folgende Unterlagen werden zur besseren Bearbeitung Ihrer Bewerbung empfohlen:

- ✓ das **Formular B: Fachliche Qualifikation auf Basis des Erststudiums** in den Bereichen Kommunikations- und Medienwissenschaft, sozialwissenschaftliche Statistik, Methodik und Datenanalyse, wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen und Medienrecht sowie Anwendungsorientierung im Studium. Das entsprechende Dokument finden Sie auf unseren [Internetseiten](#). Bitte legen Sie das ausgefüllte und ausgedruckte Formular Ihren postalisch eingesandten Bewerbungsunterlagen bei. Mit diesem Dokument helfen Sie uns dabei, Ihre fachliche Eignung in den genannten Bereichen über die oft kurzen und manchmal wenig informativen Bezeichnungen im Transcript of Record hinaus umfassend beurteilen zu können. Wichtige konkrete Inhalte, für die Sie zusätzliche Punkte erhalten würden, z. B. Anwendung kommunikationswissenschaftlicher Verfahren, bleiben uns im Transcript of Records ohne zusätzliche Erläuterungen verborgen.
- ✓ ein **Nachweis des wissenschaftlichen Interesses**, z. B. durch Publikationen, Vorträge. Falls Sie über entsprechende Nachweise verfügen, legen Sie diese gerne bei.

Bitte beachten Sie: Ihre Unterlagen können nicht zurückgeschickt werden. Bewerbungsmappen sind deshalb nicht notwendig. Zeugnisse im Original oder in beglaubigter Kopie legen Sie erst im Falle einer Zulassung bei der Immatrikulation vor. Wenn es nicht zu einer Immatrikulation kommt, werden die Bewerbungsunterlagen nach einer entsprechenden Wartefrist auf datenschutzrechtlich unbedenklichem Wege entsorgt.

5. Wohin schicken Sie Ihre Bewerbungsunterlagen?

Bitte senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an die folgende Adresse:

**Masterstudiengang Medienmanagement
Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung
Expo Plaza 12
30539 Hannover**

Spätestens eine Woche nach Ende der Einreichungsfrist erhalten Sie eine Bestätigung über das Online-Bewerbungsportal.

6. Nach welchen Kriterien werden die Bewerber/innen für den Masterstudiengang Medienmanagement ausgewählt?

Stufe 1: Bewerbungsunterlagen

Anhand der aufgeführten Unterlagen ermittelt die Zulassungskommission der Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover die Kandidat/innen für die zweite Stufe der Eignungsfeststellung (Aufnahmegespräche). Insgesamt können in der Vorauswahl 100 Punkte erreicht werden. Kriterien sind:

- die **fachliche Einschlägigkeit des Erststudiums** (maximal 35 Punkte). Da es sich bei dem Masterstudiengang Medienmanagement um einen konsekutiven Studiengang handelt, sind kommunikationswissenschaftliche, methodische/statistische und wirtschaftswissenschaftliche Vorbildung essentiell. Bereits im ersten Semester beginnen im Masterstudiengang Medienmanagement Lehrveranstaltungen, die Grundkenntnisse in Methoden, Statistik, Kommunikationswissenschaft und Wirtschaftswissenschaft erfordern. Die Studierenden arbeiten schnell selbstständig in Kleingruppen an Forschungsprojekten, bereiten theoretische Grundlagen auf, entwickeln Forschungsdesigns und Erhebungsinstrumente, erarbeiten Strategien für Unternehmen. Berücksichtigt wird:
 - der inhaltliche Bezug zu Medien- und Kommunikationswissenschaft (15 P.)
 - der Umfang der Ausbildung in sozialwissenschaftlicher Methodik und Statistik (10 P.)
 - wirtschaftswissenschaftliche Kenntnisse (5 P.)
 - die Anwendungsorientierung des Studiums, beispielsweise Pflichtpraktika und Projekte, insbesondere Forschungsprojekte (5 P.)
- der **Notendurchschnitt des Bachelor-Zeugnisses bzw. der laufende Notendurchschnitt** im Transcript of Records (maximal 35 Punkte)

Die Abstufung erfolgt mit jeder Nachkommastelle, die maximal 35 Punkte werden umgekehrt proportional auf die Notenstufen 1,0 bis 2,5 verteilt: 1,0 = 35 Punkte, 1,1 = 32,7 Punkte, 1,2 = 30,5 Punkte [...] 1,5 = 23,7 Punkte [...] 2,0 = 12,3 Punkte [...] 2,5 = 1 Punkt

- die **inhaltliche und formale Qualität der Bewerbung** (maximal 30 Punkte). Dazu zählen:
 - die Darstellung der Affinität zum Masterstudiengang Medienmanagement im Motivationsschreiben
 - die Qualität, Originalität und Fundiertheit des Exposé
 - Praktika, 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; jeweils Nachweise beilegen)

Zum Bestehen der Vorauswahl müssen **mindestens 60 Punkte** erreicht werden.

Stufe 2: Aufnahmegespräche

Bewerberinnen und Bewerber, die mindestens 60 Punkte in der Vorauswahl erreichen, werden ins Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung zu einem Aufnahmegespräch eingeladen. Das Gespräch macht ein Drittel der Gesamtbewertung aus, die weiteren zwei Drittel ergeben sich aus der Punktzahl in der Vorauswahl. Im Gespräch werden analytisches und wissenschaftliches Reflexionsvermögen, medien- und kommunikationswissenschaftliches Wissen, methodische Kenntnisse sowie das Interesse an kommunikationswissenschaftlicher Forschung ausgehend vom eingereichten Exposé bewertet. Im Rahmen des Gesprächs haben Sie auch die Möglichkeit, uns Fragen zu stellen.

Über die Zulassung entscheidet die erreichte Gesamtpunktzahl in der Eignungsprüfung, also in der Vorauswahl und im Aufnahmegespräch. Das Verfahren ist in der Zulassungsordnung für den Masterstudiengang Medienmanagement (MAMM ZuIO) geregelt. Die Zulassungsordnung ist auf unseren [Internetseiten](#) hinterlegt.

Die Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover erhebt für die Teilnahme am Zulassungsgespräch in allen Studiengängen ein Entgelt in Höhe von 50,00 EUR. Nähere Informationen werden mit den Einladungen zum Aufnahmegespräch versandt. Bitte beachten Sie, dass wir keine Reisekosten erstatten. Diese sind jedoch steuerlich absetzbar.

7. Wie läuft das Verfahren zeitlich ab?

Das Online-Bewerbungsformular steht für Bewerbungen zum Wintersemester normalerweise von Anfang Mai bis zum 15. Juni (23:59 Uhr) zur Verfügung, für Bewerbungen zum Sommersemester von Mitte Oktober bis zum 15. Januar (23:59 Uhr). Die genauen Daten veröffentlichen wir jeweils aktuell auf unseren Internetseiten. Gehen Ihre Unterlagen fristgerecht ein, wird der Eingang über das Online-Portal spätestens eine Woche nach Ende der Einreichungsfrist bestätigt. Einsendeschluss für Ihre Bewerbungsunterlagen ist der 15. Juni (Wintersemester) bzw. der 15. Januar (Sommersemester) (Datum des Poststempels).

Spätestens zwei Wochen vor den Aufnahmegesprächen werden die Einladungen zu den Gesprächen versandt.

Die Aufnahmegespräche für ausgewählte Bewerberinnen und Bewerber finden Mitte Februar (Bewerbung für das Sommersemester) oder Mitte Juli (Bewerbung für das Wintersemester) statt. Nähere Informationen werden mit den Einladungsschreiben versandt. Der Termin wird zudem auf der Internetseite des IJK bekanntgegeben, sobald er feststeht. Dies ist meist Mitte Januar bzw. Mitte Juni der Fall.

Wenn Sie noch Fragen haben, rufen Sie uns an:

Tel.: 0511 / 31 00 4 98