



BERUFSBILDER

Zukunftsperspektive digitale Medien

Das Studium bereitet auf die Herausforderungen der globalisierten Medienwelt vor. Im Management digitaler Medien arbeiten Absolventinnen und Absolventen beispielsweise an zukunftsgerichteten Medienkonzepten, entwickeln Businessmodelle und steuern und planen strategische Veränderungen im Unternehmen.

Die Aufgaben können vielfältig sein, denn das Studium vertieft noch einmal technologische, wirtschaftliche, kommunikationswissenschaftliche, gestalterische und journalistische Kompetenzen.

Absolventinnen und Absolventen können sich direkt in Medienunternehmen bewerben. Abteilungen für Unternehmenskommunikation, crossmediale Redaktionen, Medienagenturen, Produktionsfirmen und Medienberatungen sind ebenfalls potenzielle zukünftige Arbeitgeber. Daher erhalten die Studierenden spezielles Managementwissen für die digitale Medienbranche und ihre Geschäftsabläufe.



ÜBERBLICK

Das erwartet Sie:

- interdisziplinäre und anwendungsorientierte Fächer
- Entwicklungen der digitalen Medienwelt
- Praxisprojekte
- Beleuchtung aktueller Problemstellungen
- crossmediale Anwendungen und Konzepte
- Lernen in kleinen Gruppen

Der Master-Studiengang wird im Fachbereich Management, Information, Technologie (MIT) am Studienort Wilhelmshaven angeboten. Der Studiengang ist als Vollzeitstudium konzipiert. Die Studiendauer umfasst drei Semester inklusive der Masterarbeit.

JADE-HS.DE

INFOS ZUR BEWERBUNG

Jade Hochschule

Wilhelmshaven/Oldenburg/Elsfleth
 Fachbereich Management, Information, Technologie
 Friedrich-Paffrath-Straße 101
 26389 Wilhelmshaven

Tel +49 4421 985-2500
 E-Mail mit@jade-hs.de
 jade-hs.de/mdm



Dieser Flyer wurde nach bestem Wissen erarbeitet. Rechtliche Ansprüche können aus dem Inhalt nicht abgeleitet werden. Änderungen vorbehalten. Stand 06/2017



**MASTER OF ARTS
 MANAGEMENT
 DIGITALER MEDIEN**





Führungsaufgaben in der digitalisierten Medienwelt

STUDIENGANG

Management Digitaler Medien

Die digitalisierte Medienwelt stellt Unternehmen vor neue Herausforderungen. Es besteht ein erhöhter Bedarf an Absolvent_innen, die sowohl über wirtschaftliche als auch technische, inhaltlich-konzeptionelle, gestalterische und methodische Kompetenzen verfügen. Der Master-Studiengang Management Digitaler Medien stattet die Studierenden mit Schnittstellenkompetenzen aus, um in der digitalen Medienwelt Führungsaufgaben zu übernehmen.

Der Studiengang ist anwendungsorientiert und befasst sich mit crossmedialen Anwendungen und Konzepten sowie mit Journalismus im digitalen Wandel. Dabei steht das Management digitaler Medienprojekte im Mittelpunkt. Studierende setzen sich mit der Produktion, der Distribution und der Nutzung von Medienangeboten ebenso wie mit dem Erstellen von Businessmodellen und der Gestaltung von Geschäftsprozessen auseinander. Information und Informationstechnologien sind wesentliche Entwicklungsthemen der Zukunft, die im Studiengang interdisziplinär erforscht und gelehrt werden.

Kurzinfo:

Dauer: 3 Semester

Abschluss: Master of Arts (M.A.)

Voraussetzung: Bachelor-Abschluss in Medienwirtschaft und Journalismus oder einem vergleichbaren Fach
Beginn: Wintersemester (WiSe) 20. September, Sommersemester (SoSe) 1. März

Bewerbung: WiSe bis 15. Juli, SoSe bis 15. Januar

Kapazität: WiSe 12 Plätze, SoSe 13 Plätze



Mein Studienverlauf!

ÜBERSICHT DES MASTER-STUDIUMS

| Semester | Inhalte Management Digitaler Medien | ECTS-Punkte |
|---|--|------------------------|
| Module | | pro Semester 30 |
| 1 | Management digitaler Medien | 30 |
| | Modelle und Theorien digitaler Medien | |
| | Seminar Integration: Management und Journalismus | |
| | Projekt Medienpraxis | |
| | Wahlpflichtfach A* | |
| | Wahlpflichtfach B* | |
| 2 | Ethik, Recht und Qualität in digitalen Medien | 30 |
| | Methoden der Erforschung digitaler Medien | |
| | Seminar Integration: Management und Technik | |
| | Projekt Medienforschung | |
| | Projekt International | |
| | Wahlpflichtfach C* | |
| 3 | Masterarbeit mit Kolloquium | 30 |
| nach 3 Semestern | MASTER OF ARTS | 90 Punkte |
| *wechselndes Wahlpflichtangebot, z.B. Corporate Finance, E-Business, Krisenkommunikation, Internationale Unternehmensführung, Partizipativer Journalismus, Design | | |



Theorien, Modelle
Praxisprojekte

STUDIENINHALTE

Die Module des Studiengangs

Das Management von digitalen Medienprodukten erfordert eine flexible Arbeitsweise. Die Kombination der verschiedenen Wissensgebiete ist deshalb wichtiger Bestandteil des Master-Studiengangs.

Der Bereich „**Theorien und Methoden**“ vertieft theoretische und methodische Erkenntnisse und Analysen, sowohl aus dem Fachgebiet Medienwirtschaft als auch aus dem Bereich Kommunikations- und Medienwissenschaften.

Interdisziplinäre Aspekte werden im Bereich „**Integration**“ in themenbezogenen Seminaren zusammengeführt. Die Entwicklung der digitalen Medien lässt sich nur ganzheitlich interdisziplinär erfassen, weswegen neben wirtschaftlichen, kommunikationswissenschaftlichen und gesellschaftswissenschaftlichen Überlegungen auch die technologische Entwicklung einbezogen wird.

Unter „**Projekte**“ werden theoretische Überlegungen schon im Rahmen des Studiums praktisch angewendet. Hierbei werden berufspraktische Experimente sowohl fachübergreifend und in Teams erprobt und reflektiert als auch Forschungs- und Evaluationsmethoden angewendet.

Aktuelle Problemstellungen der digitalen Medienwirtschaft werden im Bereich „**Vertiefung**“ intensiver beleuchtet. Für digitale Medien relevante Inhalte aus den Fachrichtungen Wirtschaft, Informatik, Gestaltung, Kommunikation, Journalismus werden diskutiert.