





Der gesellschaftliche, wirtschaftliche und technologische Wandel führt zu neuen Produktions- und Verbreitungsformen von Medien- und Kommunikationsunternehmen. Klassische Angebote werden so durch neue Offline- und Online-Inhalte ergänzt und Information sowie Werbung können auf verschiedenen Distributionswegen verbreitet werden. Damit verstärkt sich die Annäherung von klassischen Medienmärkten und digitalen Medien und macht die zielgerichtete und crossmediale Ansprache der Kunden zu einer unternehmerischen Schlüsselkompetenz. In einem solchen Marktumfeld benötigen Medienunternehmen Fach- und Führungskräfte mit fundierten ökonomischen Kompetenzen in klassischen und digitalen Medien.

Studieninhalte

Der Studiengang Medien- und Kommunikationswirtschaft bietet ein fundiertes, an den aktuellen Themen der Medienbranche orientiertes Fächerspektrum. In den Modulen Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Volkswirtschaftslehre, Recht sowie den Propädeutikfächern Mathematik/Statistik, Finanzbuchführung, und Informationstechnologie werden branchenübergreifend grundlegende Kenntnisse der Wirtschaftswissenschaften vermittelt.

In der Speziellen Betriebswirtschaftslehre liegt der Schwerpunkt in den ersten zwei Studienjahren auf der Vermittlung eines breiten medien- und werbewirtschaftlichen Wissens. Im dritten Studienjahr werden Spezialisierungsmöglichkeiten auf branchenspezifische Module wie Medienbetriebslehre, Marketing, Marketing-Kommunikation und digitale Medien angeboten.

In den Profulfächern Digitale Medien, Medientechnologie und Mediengestaltung erwerben die Studierenden anwendungsorientierte technische und gestalterische Qualifikationen für klassische wie digitale Medien. Im dritten Studienjahr werden Projektseminare in Kooperation mit Medienunternehmen angeboten. Den Studierenden wird das Know-how für Planung, Gestaltung und Vermarktung klassischer und digitaler Medien vermittelt.



Technische Ausstattung

Hörfunk- und TV-Studio, PC-Räume, Mac-Labor, Planspiellabor, Internet-Café

Projektseminare

Studierende referieren zu aktuellen Fragen der Medien- und Werbebranche in Kooperation mit Partnerunternehmen

Zusätzliche Lehrveranstaltungen

Planspiele, Fernseh- und Radioworkshops, Rhetorik- und Persönlichkeitstrainings, Kreativitäts- und Innovationstechniken

Ravensburger Mediengespräche

Vertreter der Praxis und Wissenschaftler referieren und diskutieren mit Studierenden über aktuelle Themen der Medien- und Werbebranche

Ravensburger Medienpreis

Preisstifter: Baden-Württembergische Bank
Beste Studierende der Studiengänge BWL – Medien- und Kommunikationswirtschaft

Modulgruppe	1. Studienjahr	2. Studienjahr	3. Studienjahr	CP*
Betriebliche Praxis	Praxismodul I	Praxismodul II	Praxismodul III	60
	Mitarbeit in einem Geschäftsprozess – Leistungserstellungs- und Kundenprozess (z. B. Redaktion, Produktion, Vertrieb, Anzeigen, Kundenberatung)	Mitarbeit in einem Unterstützungsprozess (z. B. Rechnungswesen, Organisation, Personal, Media) oder Mitwirkung an einem Projekt	Mitarbeit in einem Führungsprozess und/ oder Vertiefung in einem Geschäfts- oder Unterstützungsprozess mit erweitertem Aufgabenfeld	

Allgemeine Studieninhalte

69

Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	Grundlagen Marketing	Kosten- und Leistungsrechnung Dienstleistung und Produktion	Bilanzierung Unternehmensbesteuerung Investition und Finanzierung	Organisation und Projektmanagement Personalwirtschaft	Mitarbeiterführung Unternehmensführung Integrative Managementsysteme Bilanzanalyse Konzernbilanz Finanzmanagement	32
Volkswirtschaftslehre	Einführung Mikroökonomie I	Mikroökonomie II	Makroökonomie	Geld und Währung	Wirtschaftspolitik I Wirtschaftspolitik II Soziale Sicherung, Verteilungspolitik	12
Recht	Einführung BGB I	BGB II	Handelsrecht, Gesellschaftsrecht	Arbeitsrecht, Insolvenzrecht		8
Technik der Finanzbuchführung	Technik der Finanzbuchführung I	Technik der Finanzbuchführung II				4
Mathematik und Statistik	Mathematik	Statistik				5
Informationstechnologie			Grundlagen	Kommunikation, Netze		4
Wissenschaftliches Arbeiten	Einführung	Wissenschaftstheorie				4

Spezifische Inhalte der Studienrichtung Medien- und Kommunikationswirtschaft/Digitale Medien

69

Spezielle BWL	Pflichtmodule		Pflichtmodule		Wahlpflichtmodule (2 aus 4 wählbar)	47
Spezielle BWL	Medienwirtschaft Geschichte der Medien Projekt- und Qualitätsmanagement	Kommunikationstheorie und -politik Verlagswesen und Rundfunk	Marktforschung Medienmarketing I Sprache und Themen des Journalismus Ethik und Medien	Medienforschung und Mediaplanung Medienmarketing II Einführung in die Medienökonomie Medien- und Werberecht	Medienbetriebslehre oder Marketing-Kommunikation oder Digitale Medien oder Marketing	
Profulfächer	Wahlpflichtmodule (2 aus 3 wählbar)		Wahlpflichtmodule (2 aus 3 wählbar)		Wahlpflichtmodule (2 aus 3 wählbar)	22
1. Profulfach Digitale Medien	Intra- und Internetgrundlagen	Content Management	Webanwendungen	Grundlagen Kommunikationsdesign	Projekt aus dem Bereich digitaler Medien	
2. Profulfach Mediengestaltung oder Medientechnologie	Grafik-Design: Entwurf Print Print I	Grafik-Design: Werbetext Print II	Bewegtbild-Design: Werbefilm Theorie Hörfunk	Bewegtbild-Design: Werbefilm Praxis Fernsehen	Projekt aus den Bereichen Grafik-, Bewegtbild-, Multimedia-Design und/ oder Fotografie Seminar zu aktuellen Fragen der Medienbranche	
Bachelor-Arbeit					Bearbeitung einer praxisbezogenen Problemstellung unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden	12
Summe					Präsenzstunden Theorie 1753	210
Präsenzstunden	637		624		492	

* CP Credit Points
grafisch werden Module durch Rahmen dargestellt

In Abhängigkeit von der Kursgröße und den Berufszielen der Medien- und Werbebranche werden vier Spezielle Betriebswirtschaftslehren angeboten. Mindestens zwei fachliche Schwerpunkte müssen gewählt werden.

Medienbetriebslehre Medienökonomie Strategisches Medienmanagement Medienmarketing Finanzielle Führung von Medienunternehmen Mediencontrolling	Marketing Investitionsgütermarketing Konsumgütermarketing Dienstleistungsmarketing Direktmarketing Marketing-Seminar
Marketing-Kommunikation Management von Kommunikationsagenturen Angewandte Markt- und Mediaforschung Werbeforschung und Werbewirkungen Ausgewählte Instrumente I Ausgewählte Instrumente II	Digitale Medien Ökonomie digitaler Medien Projektseminar Informations- und Kommunikationstechnologie Gesellschaftliche Perspektiven digitaler Medien Recht digitaler Medien

Voraussetzungen

Zulassungsvoraussetzungen sind ein Ausbildungsvertrag mit einem geeigneten Unternehmen sowie die allgemeine oder fachgebundene Hochschulreife. Unter bestimmten Voraussetzungen können auch Studierende mit Fachhochschulreife zugelassen werden. Die Studierenden erhalten während des Studiums eine monatliche Ausbildungsvergütung. Die Studiengebühren betragen, wie an allen Universitäten und Hochschulen in Baden-Württemberg, pro Semester 500 Euro.

Duales Konzept

Theoretische Studienabschnitte wechseln im Dreimonatsrhythmus mit Praxisphasen in Partnerunternehmen. Die Inhalte der Theorie- und Praxisphasen sind aufeinander abgestimmt. Theoretische Lehrinhalte vermitteln hauptamtliche Professorinnen und Professoren sowie qualifizierte Lehrbeauftragte aus der beruflichen Praxis. Das Studienjahr beginnt am 1. Oktober und endet am 30. September. Die Vertiefungsrichtung Digitale Medien beginnt mit der Theoriephase am 1. Oktober.

Abschluss

Mit erfolgreichem Abschluss wird der Bachelor of Arts (B.A.) mit 210 Credit Points erworben.

Bewerbung

Die Bewerbung um einen Studienplatz erfolgt direkt bei einem Partnerunternehmen, das mit der Dualen Hochschule im Studiengang BWL – Medien- und Kommunikationswirtschaft kooperiert. Bewerber können auch selbst ein Unternehmen vorschlagen, das bereit ist, einen Ausbildungsvertrag abzuschließen. Firmenlisten können der Homepage des Studiengangs entnommen werden.

Berufsfelder

Mit der Ausdifferenzierung der Mediengattungen hat die Vielfalt der Berufs- und Tätigkeitsfelder zugenommen. Die traditionell produktorientierte Qualifizierung (Buch, Zeitung, Zeitschrift, Film) wird künftig prozessorientiert ausgerichtet sein, um die digitalen Produkte und (Online-)Dienstleistungen von Medienunternehmen einzubeziehen. Studierende können in der Produktplanung, in der Herstellung, im Vertrieb (Anzeigen, Marketing), im Verkauf oder in der Kundenbetreuung während des Studiums eingesetzt werden und nach erfolgreichem Abschluss verantwortungsvolle Aufgaben übernehmen. Absolventinnen und Absolventen können ebenso in klassischen Aufgabenbereichen, wie z.B. Marketing, Finanzen, Controlling und Personal tätig sein.

Sie haben noch Fragen?

Rufen Sie uns einfach an oder schreiben Sie uns.

DHBW Ravensburg
BWL – Medien- und Kommunikationswirtschaft: Digitale Medien
Weinbergstraße 17
88214 Ravensburg
<http://www.dhbw-ravensburg.de>

Studiengangsleiterin

Prof. Dr. Petra Radke
Telefon. +49.751.18999.2103
radke@dhbw-ravensburg.de

Sekretariat

Anja Fischer-Voigt
Telefon. +49.751.18999.2111
Telefax. +49.751.18999.2709
fischervoigt@dhbw-ravensburg.de