

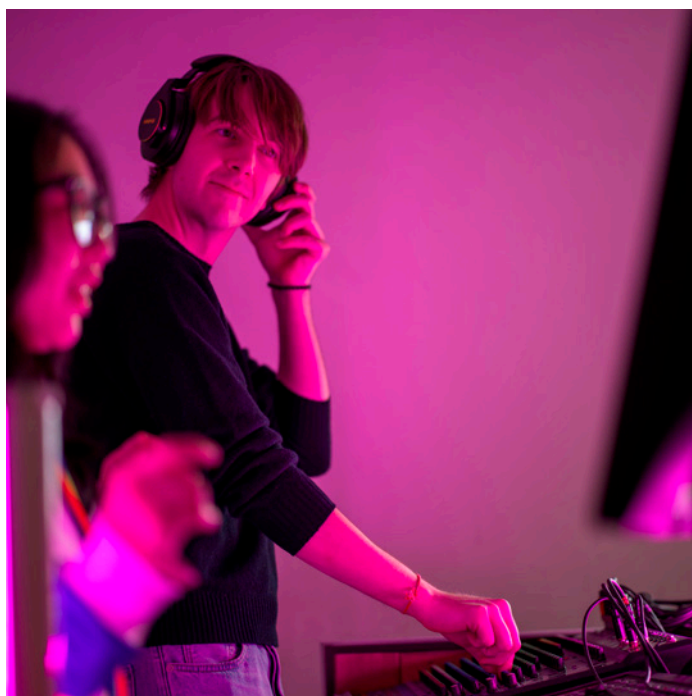
# Medien- und Eventmanagement (B. A.)

Media  
University  
of Applied Sciences



## Der Studiengang

**Medien- und Eventmanagement** an der Media University vermittelt die Kompetenzen, die für das wirtschaftliche Entscheiden und Handeln sowie das Management von Arbeitsprozessen in der modernen Medien- und Veranstaltungswelt benötigt werden. Die Entwicklungen der digitalen Transformation, die für eine Vielzahl neuer Aufgabengebiete und Stellenprofile sowohl in der Medien- als auch in der Eventindustrie sorgen, stehen im Mittelpunkt der praxisorientierten Studieninhalte.



Wir bieten eine  
Top-Betreuung für  
den Weg ins  
kreative Berufsleben.



## In Kürze

### ABSCHLUSS

Bachelor of Arts (B.A.)

### STUDIENFORM

Präsenzstudium  
mit Online-Anteilen

### MEDIA UNIVERSITY

– staatlich anerkannte Hochschule

– institutionelle Akkreditierung  
durch den Wissenschaftsrat

– Programmakkreditierung  
durch die FIBAA

### DAUER

6 Semester

### START

April (Sommersemester)  
Oktober (Wintersemester)

### STANDORTE

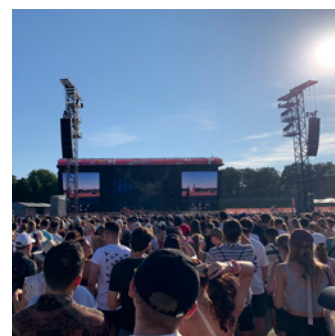
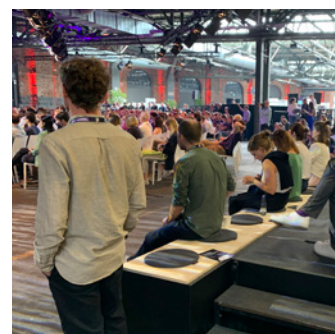
Berlin, Frankfurt/Main und Köln

### SPRACHE

Deutsch

### GEBÜHREN

€ 750,- monatlich



## Die Standorte

### CAMPUS BERLIN

Tel +49 (0) 30 – 46 77 693 – 30  
studienberatung-berlin@media-university.de

### CAMPUS KÖLN

Tel +49 (0) 221 – 222 139 – 33  
studienberatung-koeln@media-university.de

### CAMPUS FRANKFURT

Tel +49 (0) 69 – 50 50 253 – 96  
studienberatung-frankfurt@media-university.de



## Studiengangübergreifender Kompetenzbereich (25 % aller CPs)

**Pflichtbereich** — 6 Allgemeinbildende Grundlagenmodule



### WISSENSCHAFTLICHES PROPÄ- DEUTIKUM

Wissenschaftsgeschichte/ -theorie, Einführung in wissenschaftliches Arbeiten  
→ 5 CP / 3 SWS

### WIRTSCHAFTS- WISSENSCHAFTEN

Grundlagen der Betriebs- und Volkswirtschaftslehre: ökonomische Systeme/ Strukturen/Werte  
→ 5 CP / 3 SWS

### MEDIEN- UND KOMMUNIKA- TIONSWISSENSCHAFT

Mediengeschichte, Medientheorie, Medienrecht, Kommunikations-  
theorie, Kommunikationsanalyse  
→ 5 CP / 3 SWS

### INTERKULTURALITÄT

Kulturtheorien/-modelle, Überwindung von Kulturbarrieren, interkulturelles Lernen etc.  
→ 5 CP / 3 SWS

### EMPIRISCHE METHODENLEHRE

Empirische Sozialforschung, Medienwirkungsforschung, Statistik-Grundlagen, User Experience  
→ 5 CP / 3 SWS

### PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZEN

Selbst- und Lernmanagement, Präsentationstechnik, Teamkompetenz und Projektmanagement  
→ 5 CP / 3 SWS

**Wahlpflichtbereich** — 3 aus 7 vertiefenden oder ergänzenden Modulen



### MEDIENRECHT

Vertragsrecht, Urheberrecht, Datenschutz und Privatsphäre, Haftungsfragen etc.  
→ 5 CP / 3 SWS

### SOZIALWISSENSCHAFTEN

Soziologie, Politologie, sozioökonomische Analysen  
→ 5 CP / 3 SWS

### SOZIALPSYCHOLOGIE

Zusammenhang zwischen individuellem Verhalten, Erleben und sozialen Interaktionen  
→ 5 CP / 3 SWS

### MEDIENTECHNOLOGIE

OS/Netze, grundlegende IT-/ Office-Tools, Dokumentenmanagement, Websprachen/-protokolle  
→ 5 CP / 3 SWS

### DIGITALE ÖKONOMIE

IT-/Medienwirtschaft, E-Commerce, Big Data, Data Mining  
→ 5 CP / 3 SWS

### WIRTSCHAFTSENGLISCH

Geschäftskorrespondenz, Präsentationstechniken, TOEFL-Vorbereitung usw.  
→ 5 CP / 3 SWS

### ZWEITE FREMDSPRACHE

bsp. Spanisch, Chinesisch  
→ 5 CP / 3 SWS

## Studiengangspezifischer Kompetenzbereich (75 % aller CPs)

**Fachliche Grundlagen**  
6 allgemeine Module



**Medienmanagement**  
6 Module



**Eventmanagement**  
6 Module



**Weitere Module & Studienabschnitte**  
3 weitere Module



### GRUNDLAGEN ANGEWANDTER STATISTIK

Einführung in deskriptive und inferentielle statistische Methoden  
→ 5 CP / 4 SWS

### NETZWERKÖKONOMIE

Netzwerkeffekte bei der Allokation knapper Ressourcen  
→ 5 CP / 4 SWS

### DATA ANALYTICS

Analyse ökonomischer Zusammenhänge verteilter Daten  
→ 5 CP / 3 SWS

### WIRTSCHAFTSWISSENS. METHODOLOGIE

Externes und internes Rechnungswesen  
→ 5 CP / 4 SWS

### ENTREPRENEURSHIP

Existenzgründung, Geschäftsmodelle, Innovationsmanagement  
→ 5 CP / 4 SWS

### WIRTSCHAFTSETHIK UND DIGITALE ETHIK

Grundbegriffe, kritische Urteilskompetenz, Anwendungsbereiche  
→ 5 CP / 3 SWS

### MEDIEN- UND INNOVATIONS-MANAGEMENT

Entrepreneurship, Innovation, neue Medienakteure und Medienmärkte  
→ 5 CP / 4 SWS

### MEDIENPRODUKTION UND PROJEKT-MANAGEMENT

Realisation von Medienprodukten und Medienproduktionen  
→ 5 CP / 4 SWS

### ÖKONOMIE VON MEDIENMÄRKTEN

Wirtschaftliche Relevanz und Indikatoren  
→ 5 CP / 4 SWS

### MEDIENPSYCHOLOGIE

Geschichte, Medien- Kreation und Rezeption, Mediennutzung und -kompetenz  
→ 5 CP / 4 SWS

### MEDIENMÄRKTE UND PLATTFORMEN

Strategisches und operatives Management im Medien- und Technologiebereich  
→ 5 CP / 4 SWS

### PRAXIS TRANSFORMATIONS- MANAGEMENT

Transferprojekte für das Medienmanagement  
→ 5 CP / 3 SWS

### EINFÜHRUNG IN DAS EVENTMANAGEMENT

Eventmarkt, Eventdramaturgie, Eventmarketing  
→ 5 CP / 4 SWS

### EVENTPLANUNG, -FINANZIE- RUNG UND -CONTROLLING

Erfolgskontrolle im Eventmarketing, Preismanagement und Eventkalkulation  
→ 5 CP / 4 SWS

### VERANSTALTUNGSTECHNIK

Grundlegendes Know-how zum Einsatz von Veranstaltungstechnik  
→ 5 CP / 3 SWS

### EVENTMARKETING UND SPONSORING

Begriffe und Merkmale, Livekommunikation, Eventbranding  
→ 5 CP / 4 SWS

### EVENTRECHT

Rechtsbeziehungen, Haftungsfragen, eventspezifische Regulierung  
→ 5 CP / 3 SWS

### PRAXIS EVENTPROJEKT

In Projektteams eigenständig eine Veranstaltung organisieren  
→ 5 CP / 3 SWS

### REPETITORIUM

Im letzten Semester: Prüfungsvorbereitung zu den fachspezifischen Modulen  
→ 5 CP / 2 SWS

### PRAKTIKUM

6-monatige betriebliche Praxisphase  
→ 30 CP / 3 SWS

### BACHELORARBEIT

2- bis maximal 4-monatige BA-Arbeit, anschließend: BA-Kolloquium  
→ 10 CP / 2 SWS



Änderungen vorbehalten. Stand: 06/2024