

# **Modulübersicht**

des Masterstudiengangs  
Kommunikationsmanagement

Die Inhalte und Ziele der Module werden durch eine sinnvolle Verknüpfung verschiedener Lehr- und Lernmethoden vermittelt:

### **Studienhefte**

Den theoretischen Rahmen Ihres Studiums bilden speziell für das Selbststudium aufbereitete Studienhefte, die Sie bequem orts- und zeitunabhängig bearbeiten können. Sie vermitteln Ihnen umfangreiches Wissen aus allen Themenfeldern Ihres Studiengangs und beinhalten Übungsaufgaben, die zur Verinnerlichung der Lehrinhalte dienen.

### **Online-Vorlesungen**

Parallel zu den Studienheften werden Online-Vorlesungen angeboten, in denen besonders wichtige und komplexe Themen vertieft werden. Die Vorlesungen werden mit neuester Technik aufgezeichnet und sind für Sie im Online-Campus jederzeit abrufbar.

### **Online-Tutorien**

In regelmäßig stattfindenden Online-Tutorien können Sie sich interaktiv mit Ihren Dozenten austauschen und konkrete Fragen stellen, um eventuelle Verständnislücken zu schließen.

### **Präsenzphasen**

Ausgewählte Module sehen Präsenzphasen vor, die Ihnen wichtiges Praxiswissen vermitteln und den persönlichen Austausch mit Branchenexperten sowie Ihren Kommilitonen ermöglichen. Die Präsenzphasen finden in der Regel in Düsseldorf statt.

### **Online-Campus**

In unserem Online-Campus haben Sie die Möglichkeit, sich mit Ihren Kommilitonen zu Arbeits- und Lerngruppen zusammenzuschließen oder sich auszutauschen.

## Pflichtmodule des General Managements

### Marketing & Sales (5 Credit Points)

- Strategische Analysen in Form von Umweltanalysen (Markt-, Kunden- [CRM], Konkurrenzanalysen) sowie Unternehmensanalysen
- Strategische Planung (Planungsinhalte, -techniken, -methoden, -instrumente)
- Unternehmens-/Marketingstrategien
- Strategiespezifische Ausgestaltung des Marketinginstrumentariums unter besonderer Berücksichtigung des Dienstleistungsmarketings sowie des Business-to-Business-Marketings
- Sales: Vertriebsorganisation, -strategien, -planung, -steuerung, -kontrolle, Kundengewinnung, -ansprache, -betreuung, -bewertungsmodelle, Multi Channel Management, vertriebsunterstützende EDV

**Prüfungsleistung:** Klausur (90 Minuten)

## Entrepreneurship (5 Credit Points)

- Gründerpersonen/-team
  - ▶ Gründungsmotive
  - ▶ Gründungsarten
  - ▶ Unternehmertypen
- Ideenfindung
  - ▶ Innovation vs. Imitation
- Businessplan
  - ▶ Inhalt und Zweck
  - ▶ Zielgruppe
  - ▶ Rechtsformwahl
- Marktanalyse
  - ▶ Konkurrenzsituation
  - ▶ Standortwahl
  - ▶ Marketing
  - ▶ Patente, Lizenzen
- Finanzierung
  - ▶ Finanzierungsarten
  - ▶ Finanzplanung
  - ▶ Umgang mit Finanziers
  - ▶ Unternehmensverkauf/Exit-Strategien

**Prüfungsleistung:** Klausur (90 Minuten)

**Leadership Skills (5 Credit Points)**

- Theoretischer Referenzrahmen der Führung
- Führungsaufgaben
- Führungsstile
- Führungsinstrumente
- Führungseigenschaften und -kompetenzen
- Führungsgrundsätze
- Führungskräfteentwicklung
- Führen von Teams
- Teamklima
- Changemanagement
- Führung in virtuellen Organisationen
- Value-Based Leadership

**Prüfungsleistung:** Klausur (90 Minuten)

**Digitale Transformation (5 Credit Points)**

- Industrie 4.0
- Digitalisierung und Informationsgesellschaft
- Digitale Revolution
- Changemanagement und Organisationsentwicklung
- Digitale Geschäftsmodelle und digitale Wertschöpfungsnetzwerke
- Digital Business Transformation

**Prüfungsleistung:** Klausur (90 Minuten)

**Kolloquium zur Master Thesis (5 Credit Points)**

- Beratung zu grundlegenden Problemen bei der Erstellung einer Masterarbeit
- Präsentation und Diskussion der Masterarbeit in unterschiedlichen Entwicklungsstadien

**Prüfungsleistung:** Präsentation des Themas/des Fortschrittes der Master Thesis

**Master Thesis (15 Credit Points)**

Selbstständige Bearbeitung einer Problemstellung des Kommunikationsmanagements oder der Kommunikationsökonomie nach wissenschaftlichen Methoden innerhalb eines vorgegebenen Zeitraums

**Prüfungsleistung:** Master Thesis

## Fachspezifische Pflichtmodule

### Kommunikationswissenschaften (5 Credit Points)

- Selektionskriterien und -mechanismen in der Informationsauswahl
- Kommunikatorforschung
- Rezipientenforschung
- Medienwirkungsforschung
- Politologische Aspekte der Kommunikationswissenschaft
- Status von Massenmedien in der Kommunikationsforschung

**Prüfungsleistung:** Klausur (90 Minuten)

### Kommunikationspsychologie (10 Credit Points)

- Grundlagen und Methoden der Kommunikationspsychologie
- Aktivierende und kognitive Prozesse
- Wirkungsmuster der Medien- und der Massenkommunikation
- Psychologische Aspekte der Internetnutzung
- Besonderheiten sozialer Netzwerke
- Pädagogische Ansätze zur Erzielung von Verhaltensänderungen

**Prüfungsleistung:** Klausur (120 Minuten)

### Strategisches Kommunikationsmanagement (5 Credit Points)

- Kommunikation und Wertschöpfungsmanagement
- Strategische Analyse und Strategiebewertung
- Strategische Kommunikationsplanung
- Strategische Kommunikation im Handlungsfeld Wirtschaft
- Strategische Kommunikation im Handlungsfeld Politik
- Konzepte der integrierten Marketing- und Unternehmenskommunikation
- Strategisches Kommunikationscontrolling

**Prüfungsleistung:** Hausarbeit (ca. 15 Seiten)

**Ideen- und Innovationsmanagement (5 Credit Points)**

- Innovation als Managementaufgabe
- Steuerung von Innovationsprozessen
- Grenzen des betrieblichen Vorschlagswesens
- Innovationskultur – Ganzheitliche Ausrichtung der Unternehmung auf Innovationen
- Design Thinking, Sprint, Business Model Generation

**Prüfungsleistung:** Projektarbeit (Prototyping und Testing) (ca. 15 Seiten)

**Marken- und Produktmanagement (10 Credit Points)**

- Produkt und Marke
- Markenbasiertes Produktmanagement
- Akteure im Brandingprozess
- Einführung neuer Produkte
- Content Marketing
- Multisensuales Branding
- Brand Communities
- Interne Markenführung

**Prüfungsleistung:** Klausur (120 Klausur)

**Kommunikationsdesign (5 Credit Points)**

- Bild- und Farbgestaltung
- Typologie und Layout
- Corporate Design und Corporate Identity
- Produktdesign und Merchandising
- Technische Rahmenbedingungen und Anforderungen
- Rechtliche Aspekte

**Prüfungsleistung:** Hausarbeit (ca. 15 Seiten)



### **User Experience (UX) Design (5 Credit Points)**

- Customer Experience – User Experience – Brand Experience
- Customer Journey – Ausarbeitung von Personas, Customer Journeys und Touchpointanalysen
- Entwicklung kreativer Konzepte für digitale Kampagnen entlang sämtlicher Touchpoint
- Konzeption und Dokumentation von komplexen Corporate Websites, E-Commerce Anwendungen, Benutzerschnittstellen und mobilen Applikationen
- Entwicklung von Wireframes, Userflows und Prototypen
- Datengetriebene Analyse von Online-Nutzerverhalten
- Schnittstelle zwischen digitaler Strategie, Account Management und Kreativteams

**Prüfungsleistung:** Klausur (120 Minuten)

### **Operatives Kampagnenmanagement (5 Credit Points)**

- Kampagnenmanagementsysteme – Anforderungen, Bewertung, Integration
- Effizientes Kampagnenmanagement (Zielgruppe, Medium, Aktion, Aktivität, Kampagne)
- Einsatz taktischer Kommunikationsmaßnahmen
- Besonderheiten in der Führung digitaler Kampagnen und Kommunikationsmaßnahmen (Management von Multiscreen-Kampagnen, „open end campaigning“ etc.)
- Kampagnenmanagement innerhalb eines CRM-Systems
- Trends im Medienmanagement

**Prüfungsleistung:** Hausarbeit (ca. 15 Seiten)

### **Marketing Analytics und Smart Data (10 Credit Points)**

- Einführung in die Datenanalyse
- Big data – Small data – Smart data
- Rechtliche und ethische Aspekte
- Marketing Controlling
- Evaluation und Wirkungsforschung
- Data Analytics (Keyword-Analysen, Google Analytics etc.) und Interpretation digitalen Nutzerverhaltens
- Predictive Marketing und maschinelles Lernen – Möglichkeiten und Grenzen
- Performance Marketing und Business Intelligence

**Prüfungsleistung:** Klausur (120 Minuten)

### **Digitale Kommunikation/Applied Digital Communications Lab (10 Credit Points)**

- Möglichkeiten unterschiedlicher digitaler Kommunikationsformen
- Zielgruppenspezifischer Einsatz von Geräten, Plattformen, Diensten und Technologien
- (Weiter-)Entwicklung von Wireframes und Mock-ups
- Testverfahren und Digital Controlling

**Prüfungsleistung:** Projektarbeit (Konzeptbeschreibung, ca. 5–10 Seiten) sowie (Online-)Präsentation der digitalen Umsetzung

## Wahlpflichtmodule des Masterstudienganges Kommunikationsmanagement

Im 3. und 4. Semester (Vollzeit-Variante) bzw. im 4. und 5. Semester (Teilzeit-Variante) haben Sie die Möglichkeit, Ihre spezifischen Interessen zu vertiefen. Es werden verschiedene Wahlmodule angeboten, von denen je Semester ein Modul zu belegen ist.

### Festivals und Entertainment (5 Credit Points)

- Festival- und Entertainmentwirtschaft
- Festivaldesign und Dramaturgie
- Planung und Umsetzung
- Gewerke und Logistik
- Produktion und Technik
- Musik- und Künstlermanagement
- Rechtliche Aspekte (Sicherheit und Haftung)

**Prüfungsleistung:** Hausarbeit (ca. 15 Seiten)

### Crossmedia-Produktion und -Management I (5 Credit Points)

- Crossmediale, transmediale und multimediale Welten
- Content-Managementsysteme und -Management
- Crossmediales Storytelling
- Interdisziplinäre Content-Produktion
- Vertiefung relevanter Aspekte aus Rezipienten- und Marktforschung
- Spezifische Vertiefung Urheber- und Persönlichkeitsrecht
- Spezifische Vertiefung Markenrecht und -schutz

**Prüfungsleistung:** Hausarbeit (ca. 15 Seiten)

### **Internationales Eventmanagement (5 Credit Points)**

- Märkte, Rahmenbedingungen und Herausforderungen
- Internationale Eventplanung
- Interkulturelle Kommunikation
- Internationales Agentur-/Partnermanagement
- Internationales Projektmanagement
- Risikomanagement im internationalen Kontext (Copyrights, Haftungsrisiken etc.)

**Prüfungsleistung:** Klausur (120 Minuten)

### **Crossmedia-Produktion und -Management II (5 Credit Points)**

- Planung, Konzeption und Realisation crossmedialer Projekte
- Geschichte, Trends und Entwicklungen
- Texten für Online
- Websiteerstellung mit Wordpress
- Technisches Know-how (u. a. HTML 5, Code-Schreiben und Programmieren)
- Implementation Social-Media-Strategien
- Suchmaschinenoptimierung (SEO)
- Suchmaschinenwerbung (SEA)

**Prüfungsleistung:** Hausarbeit (ca. 15 Seiten)

Sie haben Fragen oder wünschen ergänzende Informationen? Rufen Sie uns unter der deutschlandweit kostenfreien Rufnummer 0800 478 0800 an. Wir freuen uns auf Sie!