

STUDIENVERLAUFSPLAN

MASTER KOMMUNIKATIONS MANAGEMENT (VOLLZEIT)

1. SEMESTER		CP	PT
General Management	Marketing & Sales	5	1
Spezialisierungsfächer	Kommunikationswissenschaften	5	1
	Kommunikationspsychologie	10	1
	Ideen- und Innovationsmanagement	5	1
	Strategisches Kommunikationsmanagement	5	1
		30	5

2. SEMESTER		CP	PT
General Management	Digitale Transformation	5	1
Spezialisierungsfächer	Marken- und Produktmanagement oder Marketing und Markenmanagement in Tourismus und Hotellerie	je 10	1
	Kommunikationsdesign	5	1
	User-Experience-Design (UX)	5	1
	Operatives Kampagnenmanagement	5	1
		30	5

3. SEMESTER		CP	PT
General Management	Entrepreneurship	5	1
Spezialisierungsfächer	Marketing Analytics und Smart Data	10	1
	Digitale Kommunikation/ Applied Digital Communications Lab	10	1
	Wahlpflichtmodul*	5	1
		30	4

4. SEMESTER		CP	PT
General Management	Leadership Skills	5	1
Spezialisierungs-fächer	Wahlpflichtmodul*	5	1
	Kolloquium zur Master-Thesis	5	
	Master-Thesis	15	
		30	2
Credit Points/Präsenztage gesamt		120	16

*Wahlpflichtmodule

In diesen Semestern wählen Sie jeweils eines der angebotenen Wahlpflichtmodule aus.

Festivals und Entertainment	5	1	Crossmedia-Produktion und -Management. Storytelling, Content-Produktion und Texten für Online-Medien	5	1
Internationales Eventmanagement	5	1	Public Marketing und Social Marketing	5	1
TV-Konzeption und -Produktion	5	1			

Genauere Informationen zu den Inhalten sowie zu den Studien- und Prüfungsleistungen finden Sie auf unserer Homepage.

PT: Präsenztage