

Bewerbung und Zulassung



1. Fachsemester: 15. Juni

Nur zum Wintersemester

Höheres Fachsemester: 15. Juni/15. Januar

Zum Winter- und Sommersemester möglich

Zugangsvoraussetzungen

- **Guter Hochschulabschluss:** Abschlussnote 2,5 oder besser
- **Sozialwissenschaftliches Vorstudium:** Abschluss eines Bachelor- oder vergleichbaren Studiums (z.B. Kommunikationswissenschaft, Soziologie, Psychologie) mit mind. 70 ECTS-Credits in sozialwissenschaftlichen Modulen
- **Sozialwissenschaftliche Methoden:** Nachweis von mind. 15 ECTS-Credits in sozialwissenschaftlicher Methodenlehre (z.B. quantitative und qualitative Forschungsmethoden, Statistik)
- **Sprachkenntnisse:** Wenn die Hochschulzugangsberechtigung nicht an einer deutschen Schule erworben wurde, sind deutsche (Stufe: C1 oder vergleichbar) und englische (Stufe: B2 oder höher) Sprachkenntnisse nachzuweisen

Auswahlverfahren: Ranking nach...

- **Note des Hochschulabschlusses:** 70 Prozent
- **Berufspraktische Erfahrung (z.B. Praktika):** 30 Prozent

Bei Fragen

Information und Beratung

Zentrale Studienberatung (ZSB)

Universität Hohenheim
Schloss-Kollegangflügel
70599 Stuttgart, Deutschland
Fon: +49 (0)711 459 22064
Fax: +49 (0)711 459 23723
E-Mail: zsb@uni-hohenheim.de
Web: www.uni-hohenheim.de/zsb

Fachstudienberatung

Institut für Kommunikationswissenschaft

M.Sc. Agatha Maisch
Fruwirthstraße 46
70599 Stuttgart, Deutschland
Fon: +49 (0)711 459 24323
E-Mail: agatha.maisch@uni-hohenheim.de
Web: kowi.uni-hohenheim.de



Mit unserer App durchs Studium:
www.uni-hohenheim.de/app



Institut für Kommunikationswissenschaft | Universität Hohenheim

Fruwirthstr. 47 | 70599 Stuttgart | Deutschland

T +49 (0)711 459 24323

E institut-kowi@uni-hohenheim.de | www.uni-hohenheim.de



UNIVERSITÄT
HOHENHEIM







Informationsblatt für Studieninteressierte

Master of Arts

**Kommunikationsmanagement
und -analyse**

www.uni-hohenheim.de

Kurzprofil

 **Abschluss** Master of Arts
  **4 Semester** 120 Credits
  **Sprache** Deutsch
  **Studienplätze** 60

Kommunikationsmanagement braucht Analyse!

Der Master-Studiengang „Kommunikationsmanagement und -analyse“ kombiniert die Stärken angewandter und universitärer Studiengänge:

- Angewandte Studiengänge vermitteln in erster Linie praktische Skills für die strategische Konzeption, Produktion und Verbreitung von Kommunikationsinhalten und für das Kommunikationsmanagement.
- Klassisch kommunikationswissenschaftliche Studiengänge legen ihren Schwerpunkt auf theoretische Grundlagen, methodische Kenntnisse und analytische Fähigkeiten. Sie schaffen ein Grundverständnis für die Auswertung, Interpretation, Visualisierung und Vermittlung von Daten. Das wird immer wichtiger, basieren doch viele Management-Entscheidungen auf Kennzahlen und Evaluation.

Der Studiengang bereitet damit auf anspruchsvolle Führungs- und Planungsaufgaben in Kommunikation und Medien vor. So haben unsere Absolventinnen und Absolventen beste Karriereaussichten.

Kompetenzen

Das Studium vermittelt Ihnen zahlreiche berufsrelevante Kompetenzen.

- ✓ **Strategisch-planerische Kompetenzen** in der Unternehmenskommunikation, der politischen Kommunikation und im Umgang mit wissenschaftlichem Wissen
- ✓ **Analytische Kompetenzen** zur systematischen Durchdringung komplexer Problemfelder und Vorbereitung kreativer und nachhaltiger Entscheidungen
- ✓ **Methodische Kompetenzen** für die Erhebung, Aufbereitung und Präsentation von Daten zur Vorbereitung datenbasierter und fundierter Entscheidungen sowie der Evaluation bestehender Strategien, Prozesse und Strukturen
- ✓ **Wirtschaftliche Kompetenzen**, um Arbeitsfelder und deren Themen, Prozesse, Strukturen sowie Kulturen zu verstehen
- ✓ **Kommunikative Schlüsselkompetenzen** zur Vermittlung und Durchsetzung von Zielen und Strategien

Studienaufbau und -inhalte

Das Studium gliedert sich in einen Grundlagen-, einen Schwerpunkt- sowie einen Ergänzungsbereich.

Grundlagenbereich - Management & Strategie (1. Semester)

Im Grundlagenbereich Management & Strategie vertiefen Sie Ihr Wissen in kommunikationswissenschaftlichen Ansätzen sowie in ausgewählten wirtschaftswissenschaftlichen Bereichen.

Grundlagenbereich - Analyse & Evaluation (1. Semester)

Analyse & Evaluation sind zentrale Bestandteile des Studiums. Im ersten Semester werden dafür kommunikationswissenschaftliche Konzepte und Methoden diskutiert und Kenntnisse in der Datenanalyse vermittelt und ausgebaut.

Schwerpunktbereich (2. & 3. Semester)

Das Herzstück des Studiums bildet der Schwerpunktbereich. Hier wählen Sie zwei aus insgesamt drei Schwerpunkten: Unternehmenskommunikation, Politische Kommunikation oder Wissenskommunikation. In Ihren beiden Schwerpunkten besuchen Sie dann jeweils zwei Seminare sowie ein Projekt.

Ergänzungsbereich (1. bis 3. Semester)

Im Ergänzungsbereich können Sie drei Module frei aus dem Angebot der Fakultät für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften wählen, um Ihr Profil zu schärfen. Darüber hinaus können in diesem Bereich Module aus dem Ausland oder, im Rahmen des Portfoliomoduls, Sprach- oder F.I.T-Kurse (z.B. zur Literaturverwaltung) angerechnet werden.

Studienplan

FS	6 ECTS-Credits	6 ECTS-Credits	6 ECTS-Credits	6 ECTS-Credits	6 ECTS-Credits
	Management & Strategie		Analyse & Evaluation		Ergänzung
1	VÜ Management & Strategie – KoWi-Ansätze	VÜ Management & Strategie – WiWi-Ansätze	VÜ KoWi Konzepte & Methoden	VÜ Datenanalyse	Freies Wahl- bzw. Portfoliomodul
	Schwerpunkt 1 (U, P oder W)		Schwerpunkt 2 (U, P oder W)		
2&3	Seminar 1	Projekt	Seminar 1	Projekt	Freies Wahl- bzw. Portfoliomodul
	Seminar 2		Seminar 2		Freies Wahl- bzw. Portfoliomodul
4	Kolloquium	Masterarbeit			



Berufliche Perspektiven

Absolventinnen und Absolventen eröffnen sich vielfältige Karriereperspektiven in verschiedenen Berufsfeldern.

In Unternehmen, Organisationen, Verbänden und Agenturen...

- ✓ Strategische Kommunikation und Public Relations
- ✓ Interne Kommunikation und Change Management
- ✓ Media Relations
- ✓ Marketing und Werbung
- ✓ Social-Media-Management, Community Management und SEO-Management

In Redaktionen und Medienunternehmen...

- ✓ Journalist/Redakteur (TV, Print, Hörfunk, online)
- ✓ Verlags- und Medienmanagement
- ✓ Werbevermarktung und Produktentwicklung
- ✓ Medien-Marketing
- ✓ Social-Media-Management/Community Management

In Universitäten, Forschungsinstituten und Beratungsunternehmen...

- ✓ Akademische Kommunikationswissenschaft
- ✓ Angewandte Sozialforschung
- ✓ Markt- und Mediaforschung
- ✓ Unternehmensberatung