



Staatlich anerkannte, private
**Fachhochschule des
Mittelstands (FHM)**



Master of Arts (M.A.)
Crossmedia & Communication Management

Für die Kommunikationsmanager der Zukunft!

M.A. Crossmedia & Communication Management

Kundenbeziehungen strategisch aufbauen und Produkte und ihre Markenbotschaft erfolgreich am Markt platzieren, das sind zentrale Aufgaben eines Crossmedia-Managers. Ob Social Media, Print, Internet, Hörfunk, TV oder Mobile – crossmediale Vermarktung ist einer der wesentlichen Erfolgsfaktoren einer zeitgemäßen Vermarktungsstrategie. Lernen Sie, wie Sie beim Rezipienten ein positives Interesse wecken und somit das Image einer Marke oder eines Unternehmens nachhaltig

aufbauen. Crossmediale Vermarktungsstrategien erlauben Unternehmen heutzutage auf internationalen Märkten tätig zu sein. Für Sie als Student und späterer Absolvent besteht somit die Möglichkeit, sich hervorragend am Arbeitsmarkt zu positionieren und den Bedarf nach ausgebildeten Experten zu decken. Journalismus, Unternehmenskommunikation und Medienmanagement – das sind die drei Säulen des Masterstudiengangs Crossmedia & Communication Management der Fach-

hochschule des Mittelstands (FHM).

Während des zweijährigen Studiums erwerben Sie neben dem nötigen Basiswissen vor allem aktuelles Branchen-Know-how, welches am Medienmarkt der Zukunft gefragt ist. Um Ihren persönlichen Schwerpunkt zu setzen, können Sie drei aus diesen sechs Modulen wählen: Bild- und Videojournalismus, Ressort-Journalismus, Krisenkommunikation, Corporate Communications, Musikmanagement oder Games. Im Mittelpunkt der Entwicklungen steht zunehmend die Konvergenz der Medienkanäle. Dadurch ergeben sich neue strategische Chancen und Herausforderungen für Unternehmen. Hier ist Kommunikationskompetenz in Kombination mit Kreativität und professionellem Know-how gefragt. Ziel des Studiengangs ist es, Sie für die Übernahme von Führungs- und Managementfunktionen auf nationaler und internationaler Ebene im Bereich des Medien- und Kommunikations-



Prof. Dr. Astrid Kruse
Wissenschaftliche Studiengangsleiterin

„Medienübergreifende Wertschöpfungskonzepte im Bereich des Medien- und Kommunikationsmanagements entwickeln und implementieren – das ist das erklärte Ziel des Master-Studiengangs Crossmedia & Communication Management.“

managements zu qualifizieren. Als Mitarbeiter und insbesondere als Führungskraft stehen Sie künftig vor der Aufgabe, die crossmedialen Kommunikationskanäle optimal zu bedienen. Denn: der sich ständig entwickelnde und trendorientierte Medienmarkt sowie das veränderte Mediennutzungsverhalten der Rezipienten setzen eine wissenschaftlich fundierte Verstehens-, Methoden- und Handlungskompetenz voraus. Der Studiengang Crossmedia & Communication Management baut dabei auf einem einschlägigen Bachelor-Abschluss im Bereich Medien auf.



Mögliche spätere Tätigkeitsbereiche und Arbeitgeber:

- › Regionale Banken und Sparkassen
- › Zeitungs-, Zeitschriften- und Online-Redaktionen
- › Nachrichtenagenturen
- › PR- und Kommunikationsagenturen
- › Online-Agenturen
- › Marktforschungsagenturen
- › Unternehmensberatungen
- › Kommunikations- und Marketingabteilungen
- › Politische Parteien und Verbände
- › Nichtregierungsorganisationen

Jetzt informieren & Studienplatz sichern



Beratungsgespräch – Individuell, vor Ort oder telefonisch



Schnupperstudium – Probieren vor dem Studieren



Infoveranstaltung – Jeden ersten Dienstag im Monat



WhatsApp-Beratung – unter der Nummer +49 174 9424573

Für wen?

Nach erfolgreichem Abschluss unseres Master-Studiengangs verfügen Sie über ein breites, detailliertes und branchenaktuelles Wissen im Bereich Crossmedia & Communication Management. Als Fach- und Führungskraft können Sie in Wirtschafts-, Medien- oder Kommunikationsunternehmen auf nationaler und internationaler Ebene arbeiten. Aufgrund der sich entwickelnden Dynamik des Arbeitsfeldes erwarten Sie abwechslungsreiche Tätigkeiten und innovative Arbeitsstellen, die Sie ständig mit den Herausforderungen der Kommunikations- und Medienbranche kon-

frontieren. Hierzu zählen unter anderem interessante Karrierepositionen in Zeitungs- und Zeitschriftenverlagen, bei Internetportalen, bei Hörfunk- und TV-Anstalten, in Kommunikations-, PR- und Werbeagenturen sowie in der Politik und Verwaltung. Darüber hinaus bietet sich ein interessanter Einstieg in Medien-, Marketing- und Presseabteilungen von Unternehmen, Institutionen, Verbänden und Kultureinrichtungen wie beispielsweise Museen.

Exkursion in die Medien-Metropole London



Professionelles Medien-Coaching



Besonderer Fokus auf Businesssprache Englisch





Studieninhalte

Crossmediale Kommunikation und Vermarktung ist in aller Munde, aber was genau heißt das? Und wie ist man damit langfristig erfolgreich? In unserem Studiengang Crossmedia & Communication Management erlernen Sie, wie Sie als künftige Fach- und Führungskraft multimediale und redaktionelle Inhalte und Markenbotschaften crossmedial strategisch und technisch vernetzen können und welcher Imagegewinn dadurch für Unternehmen und Dienstleister entsteht. Das Studium bietet Ihnen außerdem eine vertiefende Qualifizierung in den Kompetenzbereichen Kommunikation und Führung. Ein Medientraining zeigt Ihnen, wie Sie sich routiniert vor und hinter der Kamera verhalten. Um Ihre interkulturellen Kompetenzen weiterzuentwickeln, vertiefen Sie Ihr Business-Englisch im Modul Crosscultural Communication Management. Zentrale Kompetenzbereiche des Studiengangs stellen die Bereiche Crossmedia- und Technologiemanagement sowie Marketing- und Designmanagement dar. Darüber hinaus setzen Sie in den drei Themenbereichen Journalismus, Unternehmenskommunikation und Medienmanagement individuelle Qualifizierungsschwerpunkte: Journalistisches Schreiben stellt eine Schlüsselqualifikation crossmedialen Arbeitens in TV, Hör-

funk, Online und Print dar. In einer vertiefenden Betrachtung werden Sie sensibilisiert, inwieweit crossmedialer Journalismus den redaktionellen Arbeitsablauf im Tagesgeschäft beeinflusst und welche technischen Fähigkeiten crossmediales Arbeiten erfordert. Dabei werden neben journalistisch-redaktionellen Sichtweisen auch Ansätze der strategischen Unternehmenskommunikation mit ihren Bezugsgruppen beleuchtet.

Das FHM-Studium zeichnet sich durch seinen hohen Anwendungsbezug aus. So absolvieren Sie eine 12-wöchige Praktikumsphase, das so genannte „Studium in der Praxis“ (SiP), in einem Medienunternehmen Ihrer Wahl im In- oder Ausland. Zudem gehören Case-Studies zu Ihrem Vorlesungsalltag und Sie bekommen

exklusiven Zugang zur FHM-Lehrwerkstatt „MEDIA.CAMPUS“.

„Crossmedial zu kommunizieren wurde mir während meines Studiums optimal vermittelt. Diese breitgefächerte Ausbildung hat es mir ermöglicht, nun genau in dem Bereich zu arbeiten, auf den ich an der FHM durch zahlreiche praktische Erfahrungen vorbereitet wurde.“

Corinna Vielmeyer,
Referentin Crossmedia & Communications,
CLAAS KGaA

Studienform

Stand: Dezember 2020

Vollzeit-Studium

Studienstart:	Oktober
Studiendauer:	2 Jahre (6 Trimester), inkl. 12 Wochen Praxisphase im In- oder Ausland
Einmalige Gebühren:	150,00 € (Individuelles Auswahlverfahren); 500,00 € (Abschlussprüfung)

Aktuelle Informationen zu **Standorten** und **Studiengebühren** unter:

fh-mittelstand.de/crossmediacommunication

Master of Arts (M.A.) Crossmedia & Communication Management

SYSTEMAKKREDITIERT
nach Akkreditierungsrat durch FIBAA

Studieninhalte

Crossmedia- und Technologiemanagement

- › Internationales Crossmediamanagement
- › Social Media Technologien
- › Internationales Medien- und Presserecht

Marketing- und Designmanagement

- › Mediendesign
- › E-Marketing & Brand Management

Kommunikation und Führung

- › Interview & Medientraining
- › Crosscultural Communication Management

Journalismus

- › Crossmedialer Journalismus
- › Bild- und Videojournalismus (Wahlpflichtfach)
- › Ressort-Journalismus (Wahlpflichtfach)

Unternehmenskommunikation

- › Kommunikationsmanagement
- › Krisenkommunikation (Wahlpflichtfach)
- › Corporate Communications (Wahlpflichtfach)

Medienmanagement

- › Mobile Management
- › Musikmanagement (Wahlpflichtfach)
- › Games (Wahlpflichtfach)

Forschungs- und Praxisperspektiven

- › Studium in der Praxis (SiP)
- › Medien- und Kommunikationsforschung
- › Medien- und Kommunikationsprojekt

Der Fachbereich Medien

Der Fachbereich Medien an der FHM qualifiziert Nachwuchs für die vielfältigen Bereiche der Medienbranche. Enge Kontakte zu Unternehmen garantieren einen hohen Praxisbezug auf wissenschaftlichem Niveau. Die Konzeption und Gestaltung von Kundenmagazinen steht hierbei ebenso auf der Tagesordnung wie eine Social-Media-Strategie oder die Erstellung von Image- und Produktfilmen. Um Gelerntes zügig in die Tat umzusetzen, verfügt der Fachbereich Medien über einen großzügigen MEDIA.CAMPUS: Im hauseigenen TV-, Audio- oder Design-Studio können Sie sich ausprobieren und lernen mit dem Equipment der Pro-

fis umzugehen. Dazu zählen die Bedienung von Foto- und Videokameras, der Umgang mit Schnittprogrammen, Bildbearbeitungssoftware und das Arbeiten in einem so genannten Newsroom, einer crossmedialen Nachrichtenredaktion, in der Print- und Onlinepublikationen produziert werden.

Ob journalistisch-kommunikativ, gestalterisch-kreativ oder medien- und eventwirtschaftlich orientiert – der Fachbereich Medien deckt das breite Spektrum zukunftsorientierter Medienberufe ab. In Kooperation mit Unternehmen entwickelt die FHM maßgeschneiderte Studiengänge.