



HSBA HAMBURG SCHOOL OF BUSINESS ADMINISTRATION

**Studienordnung**  
(ab Oktober 2008)

**Dualer Bachelor-Studiengang**  
**Media Management**

## Inhaltsübersicht

§ 1	Geltungsbereich
§ 2	Ziel des Studiums
§ 3	Studienabschluss
§ 4	Studienvoraussetzungen
§ 5	Studienbeginn und Studiendauer
§ 6	Aufbau des Studiums
§ 7	Studienberatung
§ 8	Inhalte des Studiums
§ 9	Leistungsnachweise
§ 10	Credit Points
§ 11	Inkrafttreten

### § 1 Geltungsbereich

Diese Studienordnung gilt für die Studierenden, die am dualen Bachelor-Studiengang Media Management teilnehmen.

### § 2 Ziel des Studiums

Der duale Studiengang Media Management befähigt die Studierenden, durch die Förderung von Fach-, Methoden- und Sozialkompetenz für betriebswirtschaftliche und insbesondere medienbetriebswirtschaftliche Problemstellungen wissenschaftlich fundierte Analysen und Lösungskonzepte zu entwickeln, die in der internationalen Praxis umsetzbar sind, so dass sie nach entsprechender Berufserfahrung Führungsverantwortung übernehmen können.

### § 3 Studienabschluss

Für den erfolgreichen Abschluss des dualen Bachelor-Studiengangs sind das erfolgreiche Absolvieren aller Studienmodule, das Bestehen der Bachelor-Arbeit und des Kolloquiums und der Erwerb von insgesamt 180 ECTS Credits erforderlich.

### § 4 Studienvoraussetzungen

- (1) Voraussetzung für das duale Bachelor-Studium Media Management ist eine in Hamburg anerkannte Hochschulreife und der Abschluss eines Studienvertrages mit einem beteiligten Unternehmen.
- (2) Darüber hinaus werden fachliche Qualifikationen in Deutsch, Mathematik und Englisch vorausgesetzt, die in der Bewerbung nachzuweisen sind.
- (3) Die Entscheidung über die Zulassung zum dualen Bachelor-Studiengang Media Management trifft die Hochschule.

### § 5 Studienbeginn und Studiendauer

- (1) Der Studienbeginn ist einmal jährlich zum 1. Oktober.
- (2) Die Regelstudienzeit beträgt einschließlich der Bachelor-Arbeit drei Jahre.

## § 6 Aufbau des Studiums

(1) Durch die duale Form des Studiums wechseln sich Praxisphasen im Unternehmen und Studienphasen in der Hochschule ab. Im ersten Studienjahr finden drei Studienphasen statt, im zweiten und dritten Studienjahr jeweils zwei Studienphasen. Im ersten und zweiten Studienjahr ergeben die Studienphasen einen Gesamtzeitraum von je 22 Wochen und im dritten Studienjahr von 16 Wochen einschließlich der Prüfungen.

(2) Der Studiengang Media Management besteht aus den Modulen:

### Core Modules:

• Betriebswirtschaftslehre I	4 C
• Finanzierung I	4 C
• Management I – Personal	5 C
• Management II – Organisation	5 C
• Marketing I	4 C
• Marketing II	5 C
• Volkswirtschaftslehre I	5 C
• Betriebswirtschaftliche Steuerlehre	3 C
• Unternehmensrechnung I	6 C
• Unternehmensführung in Medienunternehmen	6 C
• Medien I – Grundlagen in Print & Ton	6 C
• Medien II – Grundlagen Audiovision & Online	4 C

### Support Modules:

• Mathematik	5 C
• Statistik	5 C
• Informationstechnologie I	5 C
• Medieninformatik	4 C
• Recht I	4 C

### Communication and Social Skills Modules:

• Business English I	3 C
• Business English II	2 C
• Foreign Languages & International Relations I	5 C
• Foreign Languages & International Relations II	5 C
• Social Skills I	4 C
• Social Skills II	4 C

### Transferable Modules:

• Wahlmodul	4 C
• Projektmanagement	4 C
• Unternehmensplanspiel + Fallstudie BWL	3 C

### Specialisation Modules:

• Medienmärkte	4 C
• Medienmanagement I	5 C
• Medienmanagement II	4 C
• Mediaplanung & Public Relations	5 C

- Medienkonzeption I 5 C
- Medienkonzeption II 4 C
- Medienrecht 5 C
- Spezialisierung MM 22 C

- (3) In den ersten beiden Studienjahren werden im Studiengang Media Management für alle Kompetenzen die Grundlagen auf breiter Basis gelegt. Besonderer Fokus liegt hier neben der Erlangung von betriebswirtschaftlichem Fachwissen und dem medienspezifischen Wissen auf der Entwicklung von Methoden- und Kommunikationskompetenz, die durch verschiedene Seminare und Sonderprojekte gefördert werden.

Das betriebswirtschaftliche Grundlagenwissen wird in den Core Modules vermittelt. In den Modulen Medien I und Medien II wird das Grundlagenwissen zu den einzelnen Mediengattungen vermittelt und die Basis für ein crossmediales Verständnis im Medienmanagement gelegt.

Unterstützend werden in den ersten beiden Studienjahren auch Support Modules wie Mathematik, Statistik, Informationstechnologie, Medieninformatik und Recht belegt.

Die Kommunikations- und Sozialkompetenz wird durch die Communication and Social Skills Modules gefördert. Kommunikationsseminare werden in den ersten beiden Jahren des Studiums in den Modulen Social Skills I und Social Skills II angeboten. Business English I und II erstrecken sich über das erste und das zweite Studienjahr. Zusätzlich wählen die Studierenden in dem Modul Foreign Languages & International Relations eine weitere Fremdsprache. Angeboten werden Englisch, Spanisch, Französisch, Russisch, Chinesisch und Arabisch. In diesem Modul werden sowohl die Sprache als auch Kultur und Landeskunde gelehrt.

Transferleistungen werden von den Studierenden bereits zu Beginn des Studiums erwartet. Diese Fähigkeit wird in den Transferable Modules durch das Wahlmodul im dritten Studienjahr sowie in den Modulen Medienmanagement, Mediaplanung & Public Relations und Medienkonzeption sowie durch das Unternehmensplanspiel gefördert.

- (4) Das dritte Studienjahr ist wesentlich dadurch gekennzeichnet, dass die Studieninhalte zum großen Teil in Form von Fallstudien vermittelt werden, die ein zu lösendes reales Problem aus der betrieblichen Praxis beschreiben. Mit der Spezialisierung Media Management entscheiden sich die Studierenden für die Fallstudien und Seminare, die ausschließlich in der gewählten Spezialisierung abgehalten werden. Idealerweise sollte diese Spezialisierung mit dem Vertiefungsbereich der betrieblichen Ausbildung im dritten Jahr korrespondieren.

Jeder Studierende schreibt im dritten Jahr eine Bachelor-Arbeit (Umfang: 12 CP)

- (5) Der betriebliche Teil des dualen Studiums wird in dem Unternehmen absolviert, mit dem ein Studienvertrag geschlossen wurde. Den Unternehmen ist dabei die Möglichkeit gegeben, Größe, Branche und Leistungsprozess so zu berücksichtigen, dass neben allgemeinen Grundlagen auch spezielle Fachkenntnisse in dem jeweiligen Wirtschaftszweig vermittelt werden können. Die Unternehmen unterstützen während der betrieblichen Zeit die Studieninhalte in angemessener Weise auf der Basis der von der HSBA jeweils zum Beginn eines Studienjahres zur Verfügung gestellten Modulbeschreibungen.

Für den Ablauf des betrieblichen Teils des dualen Studiums ist kennzeichnend:

- Die Ausbildung erfolgt in den betrieblichen Funktionsbereichen.
- Vermittlung von Kenntnissen, Fertigkeiten und Fähigkeiten durch umfassende Informationen über die verschiedenen Funktionsbereiche.
- Im Verlauf der Ausbildung immer weitergehende Übertragung betrieblicher Aufgaben, welche in Selbstständigkeit und eigener Verantwortung zu bearbeiten sind (vor allem im dritten Studienjahr).
- Praktizieren kooperativen Verhaltens und Beteiligung an Besprechungen.
- Beteiligung an Managementfunktionen, z.B. durch Erarbeiten komplexer Problemlösungen und Mitwirkung bei Entscheidungsprozessen (vor allem im dritten Studienjahr).

(6) Im zweiten Studienjahr führen die Studierenden in einem beteiligten Unternehmen als Teamarbeit ein Projekt durch.

(7) Jeder Studierende erstellt im dritten Jahr eine Bachelor-Arbeit.

## **§ 7 Studienberatung**

(1) Die Hochschule berät Studienbewerber und Unternehmen über Inhalte, Aufbau und Anforderungen des Studiums.

(2) Studienanfänger werden in einer Einführungsveranstaltung über inhaltliche und organisatorische Fragen informiert. Sie erhalten verschiedene schriftliche Unterlagen, darunter die Modulbeschreibungen für das erste Studienjahr.

(3) In allen drei Studienjahren werden in jeder Theoriephase in Sonderveranstaltungen dem jeweiligen Stand entsprechende Informationen an die Studierenden gegeben und mit ihnen besprochen.

(4) Einzelberatungen finden statt

- jederzeit auf Wunsch des Studierenden,
- jederzeit auf Wunsch des Unternehmens,
- wenn der Studienverlauf des Studierenden aus Sicht der Hochschule Anlass dazu gibt.

## **§ 8 Inhalte des Studiums**

Die Inhalte der einzelnen Module sind in Modulbeschreibungen definiert, die den Studierenden und den beteiligten Unternehmen ausgehändigt werden. Die Modulbeschreibungen enthalten Angaben zu den Lernzielen, zu den Studieninhalten, zum Umfang des Moduls, zur Prüfungsform und zu den damit verbundenen Credits. Sie enthalten außerdem Literaturangaben zur Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen. Den Unternehmen dienen die Modulbeschreibungen zur Orientierung für die Gestaltung des betrieblichen Teils des Studiums.

## **§ 9 Leistungsnachweise**

(1) Die Prüfungsleistungen werden studienbegleitend erbracht. Prüfungsformen sind Klausuren, Hausarbeiten und Präsentationen, mündliche Prüfungen und Projektarbeiten. Andere Prüfungsformen können nach Abstimmung mit dem Prüfungsausschuss festgelegt werden, wenn eine vergleichbare Leistung nachgewiesen werden kann. Bei Gruppenleistungen muss der Eigenanteil des einzelnen Studierenden abgrenzbar sein.

(2) Einzelheiten zu Prüfungen und zu Studienleistungen regelt die Prüfungsordnung.

**§ 10 Credit Points**

Im Rahmen des dualen Bachelor-Studiengangs Media Management gilt ein Credit-Point-System, das sich am ECTS (European Credit Transfer System) orientiert und den internationalen Austausch und die Anrechnung von Prüfungsleistungen fördern soll.

Insgesamt müssen im Rahmen des Studiums 180 Credit Points erworben werden. Nähere Details zur Vergabe der Credit Points regelt die Prüfungsordnung und der Studienplan.

**§ 11 In-Kraft-Treten**

Die Studienordnung tritt mit dem Tag ihrer Genehmigung durch den Hochschulpräsidenten in Kraft.

\* \* \* \* \*