

Media- und Kommunikations- beratung

Bachelorstudium

studies/undergraduate/media- und kommunikationsberatung



www.fhstp.ac.at

/fh///
st.pölten

Media- und Kommunikations- beratung

Die Media- und Kommunikationsbranche ist laufend neuen Herausforderungen unterworfen. Internationalisierung, eine Vielzahl an neuen Werbeformen und Schlagwörter wie „Web 2.0“ sind nur einige der Entwicklungen, die Kommunikations- bzw. Werbestrategien kennzeichnen. Beratung durch interne und externe SpezialistInnen wird für Unternehmen deshalb noch wichtiger.



Foto: pixello.de

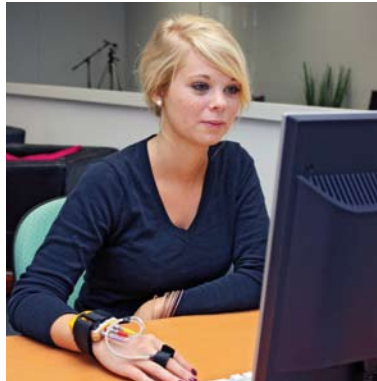
„Ich bin vom Studienplan begeistert. Die Kombination aus Wirtschaft, Medien/ Kommunikation und den angebotenen Soft Skills war mein Sprungbrett in eine spannende Branche.“

Carina Grässling,
Absolventin Media- und
Kommunikationsberatung

Der Studiengang Media- und Kommunikationsberatung bietet Ausbildung auf hohem theoretischen Niveau und gleichzeitig qualifizierten Praxisbezug. Es werden zahlreiche Projekte mit nationalen und internationalen Unternehmen durchgeführt – die Studierenden entwerfen PR- und Werbekonzepte, konzipieren und produzieren Werbemittel, erarbeiten Mediapläne, organisieren Events und entwickeln Marketingstrategien.

Auch die Möglichkeit der aktiven Mitarbeit bei Campus Radio 94.4, Campus TV und SUMO, den Ausbildungsmedien der Fachhochschule, macht die Einzigartigkeit der Ausbildung in St. Pölten aus.

Kommunikation managen, gestalten und begleiten



Säulen der Ausbildung und Veranstaltungsinhalte (Auswahl)

Kommunikation: Medien- und Kommunikationswissenschaft, Mediaforschung, Medienökonomie, Informations- und Kommunikationstechnologien sowie Multimedia

Wirtschaft: Grundlagen der Wirtschaftswissenschaften, Organisation der Kommunikationsbranche, Marketing, Werbung, PR, Eventmanagement, Unternehmenskommunikation, Marktforschung, Personalmanagement

Soft Skills: Rhetorik, Präsentation und Moderation, Verhandeln und Verkaufen, Kreativitätstechniken

Grundlagen: Soziologie, Psychologie, Politik, (internationales) Medien- und Wirtschaftsrecht, wissenschaftliches Arbeiten sowie Methoden der Datenanalyse

Fremdsprachen: Englisch (Business English, fachspezifisch, angestrebtes Niveau: C1) und eine zusätzliche Wahlpflichtsprache, die je nach Interesse bzw. Gruppengröße zustande kommt (zurzeit Spanisch, Russisch, Französisch, Italienisch, Tschechisch)

Ausbildungsinhalte

Der Studienplan ist in folgende Stufen gegliedert:

- Grundstudium (1. bis 3. Semester)
- Vertiefungsstudium (4. bis 6. Semester)

Grundstudium: Im Grundstudium erwerben die Studierenden Kompetenzen in den Bereichen Kommunikation, Wirtschaft, Medien, Werbung, PR, Event, Marktforschung und Sozialwissenschaften sowie Kommunikations- und Fremdsprachenkompetenz.

Im dritten Semester ist es möglich, ein Auslandssemester an einer der Partnerhochschulen zu absolvieren.

Vertiefungsstudium: Das Vertiefungsstudium bietet die Möglichkeit der Spezialisierung.

Es können zwei aus den folgenden vier Modulen gewählt werden:

- Public Relations
- Eventmanagement
- Werbung und Dialogmarketing
- Media- und Kommunikationsplanung

Den Abschluss des Studiums bilden ein verpflichtendes Berufspraktikum im In- oder Ausland und eine Bachelorarbeit.



Projekte und Praxis

Event-Management: „In the Eye of the Tiger“

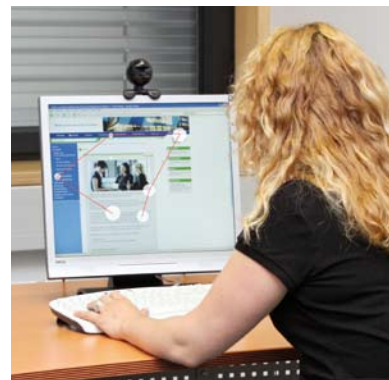
Die Nacht ist dunkel und vollkommen still. Nur einen halben Meter vor Ihnen steht ein bengalischer Tiger und zeigt seine Krallen. Doch keine Angst! Sie befinden sich in einer exklusiven Nachtführung in einem bekannten Zoo: nur für Ihre Kunden und Sie! In den Praxisprojekten aus dem Bereich Event-Management werden Sie hautnah „erleben“, wie man solche Veranstaltungen organisiert und wie wichtig es ist, dass Event und Botschaft aufeinander abgestimmt sind. Ach ja, der Tiger hat seine Krallen für ein Reisebüro gezeigt.

Markt- und Mediaforschung: „Brad Pitt oder George Clooney“

„Die Augen lügen nicht.“ Deshalb setzt der Studiengang bei den Projekten im Bereich Markt- und Mediaforschung modernste Technologien ein. Mittels eines „Blickverlaufsverfahrens“ wird beispielsweise genau erforscht, welche Teile eines Magazins oder einer Anzeige kürzer oder länger betrachtet werden. Damit kann man auch genau messen, wie lange eine Anzeige mit oder eben ohne Brad Pitt betrachtet wird und welche Teile der Anzeige besonders lange betrachtet werden. Die Ergebnisse sind jedenfalls spannend und werden vorab nicht verraten... außer natürlich in den Seminaren des Studiengangs.

Erstellung eines Media-Plans: Pro7 oder Kronen Zeitung?

Schalten wir Fernseh-Spots oder doch eine Anzeigen-Kampagne in Magazinen? Das sind Kernfragen, wenn man einen Mediaplan erstellt – und genau das sind auch die Fragestellungen in den entsprechenden Praxisprojekten des Studiengangs. Dazu müssen MitbewerberInnen und Zielgruppe ebenso berücksichtigt werden wie die Erwartungen meines „Kunden“, des werbetreibenden Unternehmens. Aber vor allem die Erwartungen und Gewohnheiten der Zielgruppe werden unter die Lupe genommen. Wofür interessieren sich diese Menschen und was machen sie in ihrer Freizeit? Welche Zeitungen lesen sie, wann sehen sie fern und welche Internet-Sites nutzen sie? Im vorliegenden Fall wurde eine Sponsoring-Kooperation (Pro 7) vor einer Stefan-Raab-Sendung vorgeschlagen.





Studiengang im Überblick

Abschluss: Bachelor of Arts in Business (B.A.)
Studiendauer: 6 Semester
Organisationsform: Vollzeitstudium
Studienplätze pro Studienjahr: 60

Auslandssemester an einer internationalen Partnerhochschule und Auslandspraktikum sind möglich.

Chancen und Berufsfelder

Die Studierenden werden auf eine Karriere in nationalen und internationalen Agenturen (PR- & Event-Agenturen, Werbe-Agenturen und Media-Agenturen) vorbereitet. Sie erwerben Know-how in der Entwicklung von umfassenden Kommunikationskonzepten und der zielgerichteten Umsetzung. AbsolventInnen besitzen ausgezeichnete Soft Skills (z. B. Rhetorik, Präsentation) als solide Grundlage für beratende Tätigkeit in allen Agenturbereichen. Darüber hinaus befähigt die wirtschaftliche Orientierung auch zur Leitung von Agenturen.

Berufs- und Tätigkeitsfelder (Auswahl):

- Projekt-Leitung in Event-Agenturen
- Kundenberatung in
 - Werbe-Agenturen
 - Media-Agenturen
 - PR-Agenturen
 - Dialogmarketing-Agenturen
- Studienleitung in Markt- und Meinungsforschungs-Instituten
- Leitung kleinerer Agenturen
- Selbständige Media- und Kommunikationsberatung

FH-Prof. Mag. Helmut Kammerzelt, MAS
Studiengangsleiter:

„Ständig entstehen neue Formen der Kommunikation. Der Studiengang Media- und Kommunikationsberatung bildet Menschen aus, die genau wissen, wie diese funktionieren.“

Zugangsvoraussetzungen

- Allgemeine Hochschulreife (AHS/BHS) oder
- anderes österreichisches Zeugnis über die Zuerkennung der Studienberechtigung für den betreffenden FH-Studiengang (Studienberechtigungsprüfung, Berufsreifepfung), oder
- Besitz eines ausländischen Zeugnisses, das einem österreichischen Zeugnis entweder aufgrund einer internationalen Vereinbarung oder aufgrund einer Nostrifizierung gleichwertig ist (über die Gleichwertigkeit entscheidet die Studiengangsleitung)

Bewerbung / Aufnahmeverfahren

Bewerbungsmodus:

Online oder schriftlich (mittels Anmeldeformular, Motivationsschreiben, Lebenslauf sowie in Kopie: Geburtsurkunde, Staatsbürgerschaftsnachweis oder Reisepass und Abschlusszeugnis)

Aufnahmeverfahren: schriftlicher Aufnahmetest (Deutsch und Englisch) sowie persönliches Gespräch.

Die Anrechnung gleichwertiger Lehrveranstaltungen aus einem früheren Hochschulstudium ist möglich.

Nähere Informationen finden Sie unter www.fhstp.ac.at bzw. erhalten Sie in unserem Sekretariat unter Tel. +43/2742/313 228 - 404

Studieninhalte*

Semester 1	Semester 2	Semester 3	Semester 4	Semester 5	Semester 6
Grundstudium			Vertiefungsstudium		
<p>Einführung in die Media- und Kommunikationsberatung (1. Sem.)</p> <p>Grundlagen der Kommunikationsbranche (1. - 2. Sem.)</p> <p>Medien- & Kommunikationswissenschaft (1. - 2. Sem.)</p> <p>Informationsdesign & -systeme (1. - 2. Sem.)</p> <p>Wirtschaft (1. - 3. Sem.)</p> <p>Soft Skills (1. - 3.Sem.)</p> <p>Sozialwissenschaft (1. - 3.Sem.)</p> <p>Unternehmenskommunikation (1. + 3. Sem.)</p> <p>Berufsfelder (2. Sem.)</p> <p>Trends der Kommunikationsbranche (3. Sem.)</p> <p>Praxislabor (3. Sem.)</p>			<p>Unternehmenskommunikation (4. - 5. Sem.)</p> <p>Medien- und Kommunikationswissenschaft (4. Sem.)</p> <p>Trends der Kommunikationsbranche (5. Sem.)</p> <p>Soft Skills (5. Sem.)</p> <p>Bachelorarbeit I (5. Sem.)</p>		<p>Bachelorarbeit II</p> <p>Berufspraktikum</p>
<p>Wissenschaftliche Methoden</p> <p>Sprachen</p>			<p>Eventmanagement</p> <p>Media- und Kommunikationsplanung</p> <p>Public Relations</p> <p>Werbung und Dialogmarketing</p>		
<p>Pflichtmodule</p>			<p>Wahlpflichtmodule</p>		

Anmerkung: Im 4. Semester sind 2 der 4 Wahlpflichtmodule zu wählen. Die Wahl gilt dann auch für das 5. Semester.

*Änderungen im Curriculum vorbehaltenlich der Genehmigung durch den FHR. Ein ausführliches Curriculum finden Sie auf www.fhstp.ac.at/studienangebot/bachelor/mk