

# Medienmanagement

Bachelorstudium

■ Vollzeit

**/fh///**  
st.pölten

studies/undergraduate/medienmanagement



[www.fhstp.ac.at](http://www.fhstp.ac.at)

# Medienmanagement

Wäre Facebook ein Staat, es wäre der drittgrößte der Erde – Tendenz steigend. Gehören Sie auch zu jenen Personen, die noch vor dem Frühstück nachsehen was es Neues gibt?



„In der Medienwelt ist Wandel die einzige Konstante. Wir geben unseren StudentInnen die nötigen Werkzeuge auf den Weg, um diese neue Welt zu gestalten.“

Mag. Roland Pirker,  
Studiengangleiter

Social Media ist wohl die größte Veränderung unseres Lebens seit der industriellen Revolution. Und es hinterlässt seine Spuren in der gesamten Medienlandschaft. In Verbindung mit immer neuen technologischen Entwicklungen wie Smartphones oder Tablet-PCs ändert sich die Mediennutzung dramatisch: TV und Videos am Handy, Musik auf iTunes, Tageszeitungen am iPad und Bücher auf eBook-Readern. Unterhaltung und Information ist ständig verfügbar, das globale Dorf ist gelebte Realität. Daraus ergeben sich für Unternehmen immer neue Möglichkeiten KonsumentInnen persönlich und erlebnisorientiert anzusprechen.

Diese Entwicklungen führen zu einem grundlegenden Wandel in der (Medien-)Wirtschaft und den damit verbundenen beruflichen Handlungsfeldern. So verändern sich beispielsweise Produktion und Vertrieb von (Medien-)Produkten und Inhalten ebenso fundamental wie Organisationsstrukturen und Managementstrategien. Gefragt sind daher neue, kreative Lösungsansätze, die den aktuellen und künftigen Herausforderungen gerecht werden. An MedienmanagerInnen werden deshalb hohe Anforderungen in Bezug

# Arbeiten mit, für und durch Medien.



auf Fachwissen, strategisches Denken, Persönlichkeit und Lösungskompetenz gestellt.

Der Studiengang Medienmanagement verbindet Medien- und Wirtschafts-Know-how auf einzigartige Weise: hoher Praxisbezug, intensive Betreuung der Studierenden, gelebte Internationalität (Sprachen, internationale GastprofessorInnen, Auslandsaufenthalte) und ein breites theoretisches Fundament zeichnen den Studiengang aus. Die große Auswahl an praxisorientierten Projekten vertieft das theoretische Wissen der Studierenden. In den vergangenen Semestern wurden z. B. Kommunikations- und Marketingkonzepte für reale Auftraggeber erarbeitet (Tourismusschulen, Festspielhaus, ÖBB und viele andere), Internetauftritte evaluiert sowie TV- und Radiosendungen konzipiert. Journalistische Grundkompetenz (Print, Radio, Video, Internet) ist im Curriculum verankert und kann in Freifächern weiter ausgebaut werden. Die Möglichkeit der aktiven Mitarbeit bei Campus & City Radio 94.4, c-tv und SUMO, den Ausbildungsmedien unserer Fachhochschule, macht die Einzigartigkeit der Ausbildung in St. Pölten aus.

## Ausbildungsinhalte

Der Studienplan ist in folgende Stufen gegliedert:

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

Im **Grundstudium** erwerben die Studierenden grundlegende Kenntnisse in Wirtschaft, Medien- und Sozialwissenschaften sowie journalistische Grundkompetenz (mit praktischen Umsetzungen) und entwickeln Kommunikations- und Fremdsprachenkompetenz. Im dritten Semester besteht die Möglichkeit, ein Auslandssemester an einer unserer zahlreichen Partnerhochschulen zu absolvieren.

Das **Vertiefungsstudium** ermöglicht eine Spezialisierung. Neben den beiden Pflichtmodulen Unternehmensführung und Kommunikations- und Medienwissenschaften werden zwei aus drei Wahlmodulen gewählt: Marketing und Unternehmenskommunikation, Content Management, Strategisches Management.

Den Abschluss des Studiums bilden im 6. Semester das verpflichtende Berufspraktikum (im In- oder Ausland) sowie eine Bachelorarbeit.

## Säulen der Ausbildung und Veranstaltungsinhalte (Auswahl)

**Medien:** Kommunikations- und Medienwissenschaft, Grundstrukturen des Mediensystems (Verlage, Hörfunk, Fernsehen, Online, Crossmedia), Medienkonvergenz und crossmediale Wertschöpfung, Medien und Kommunikation, Content Management und Medienproduktion, Medienforschung, journalistische Grundkompetenz

**Wirtschaft:** Grundlagen der Wirtschaftswissenschaften und Unternehmensführung, Managementgrundlagen, (internationales) Marketing, Finanzierung, Controlling, Unternehmenskommunikation, Projekt- und Krisenmanagement, Marktforschung

**Kommunikation/Soft Skills:** Präsentation, Moderation, Rhetorik, Kreativitätsmethoden, Gesprächs- und Verhandlungsführung, Planungs- und Entscheidungsmethoden

**Grundlagen:** Sozialwissenschaften, Politik, nationales und internationales Recht, Informations- und Kommunikationstechnologien sowie Multimedia und wissenschaftliches Arbeiten

**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)

## Projekte und Praxis

**Was Blasmusik-Kapellen mit Medienmanagern zu tun haben...** Bei Blasmusik-Kapellen und Orchestern ist es wichtig, dass jedes Instrument genau weiß, wann es welchen Ton spielen soll. Bei Medienunternehmen ist das ähnlich – jede Abteilung muss wissen, welche Arbeitsabläufe wie und wann zu tun sind. Unsere Studierenden analysieren derartige Prozesse in namhaften Medienunternehmen, wie Radio Niederösterreich, den Salzburger Nachrichten oder dem Manstein-Verlag, erarbeiten Verbesserungsvorschläge und präsentieren die Ergebnisse im Rahmen von Firmenmeetings.

„Man kann nicht nicht kommunizieren“, lautet wohl eine der meist zitierten Weisheiten der Kommunikationsbranche. Damit man dabei auch das Richtige kommuniziert, beschäftigen sich zahlreiche Praxisprojekte des Studiengangs Medienmanagement mit konkreten Problemstellungen der Unternehmenskommunikation.

Wie erstellt man beispielsweise ein umfassendes Kommunikationskonzept für eine Männerberatung? Hier ist Fachwissen und das Gefühl für die richtige Tonalität gefragt.

„Video didn't kill the radio star“: „Video killed the radio star – in my mind and in my car“, so meinten die „Buggles“ in ihrem bekannten Hit. Gekommen ist es ganz anders. Radio erfreut sich großer Beliebtheit – auch an der Fachhochschule St. Pölten, wo man über einen eigenen Radiosender verfügt. „Campus & City Radio 94.4“ bietet den Studierenden die Möglichkeit, Radiosendungen zu planen und auch umzusetzen. Hören Sie doch einfach rein... [www.campusradio.at](http://www.campusradio.at)

**Sport in den Medien – Mediensport:** Man kann Sport als wichtigste Nebensache der Welt betrachten – oder als eine der Hauptsachen. Jedenfalls werden Sportereignisse in den Medien mit hohem Aufwand inszeniert. Und bei Betrachtung der RezipientInnenzahlen rechnet sich dieser Aufwand auch. Die Studierenden im Studiengang Medienmanagement analysieren diese Sportberichterstattung: von den organisatorischen und personalen Strukturen über crossmediale Vernetzungen von Inhalten bis hin zum Einfluss der werbungstreibenden Wirtschaft.



## Studiengang im Überblick

Abschluss: Bachelor of Arts in Business (B.A.)  
Studiendauer: 6 Semester  
Organisationsform: Vollzeitstudium  
Zahl der Studienplätze/Jahr: 80

Auslandssemester an einer internationalen Partnerhochschule und Auslandspraktikum sind möglich.

## Chancen und Berufsfelder

Der Studiengang Medienmanagement vermittelt ein österreichweit einzigartiges Qualifikationsprofil. AbsolventInnen werden optimal auf sämtliche Tätigkeiten mit wirtschaftlichem Bezug in Medienunternehmen und alle kommunikationsorientierten Aufgabenbereiche in Non-Media-Unternehmen vorbereitet.

### Berufsfelder in Medienunternehmen (Auswahl)

- Content Management – Organisation von Medieninhalten (neue Medien, Internet, TV, Radio, Zeitungen, Buch, etc.) inhaltlich, finanziell, rechtlich und personell
- Strategisches Management (Analyse, Business Modelle, Finanzierung)

- Unternehmenskommunikation, Marketing, PR
- neue Vermarktungsformen (E-Commerce), neue Vertriebswege, neue Kommunikationsmöglichkeiten
- Produktions- und Projektmanagement

### Berufsfelder in Non-Media-Unternehmen (Auswahl)

- Marketing
- Public Relations
- Unternehmenskommunikation intern
- Unternehmenskommunikation im Finanzbereich/ Investor Relations
- strategischer Einsatz von Medien

Vera Ptakovszky, Studentin:

“Der Studiengang Medienmanagement ist für mich die perfekte Mischung aus wirtschaftlicher Ausbildung und umfassendem Medien-Know How. In Kombination mit zahlreichen Praxisprojekten und der Mitarbeit in den Campus-Medien bin ich bestens auf meinen Berufseinstieg vorbereitet.”

## 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](http://www.fhstp.ac.at) bzw. erhalten Sie in unserem Sekretariat unter Tel. +43/2742/313 228 - 402

## Studieninhalte\*

Grundstudium			Vertiefungsstudium		
Semester 1	Semester 2	Semester 3	Semester 4	Semester 5	Semester 6
Einführung in das Studium Medienmanagement (1. Sem.) Kommunikations- & Medienwissenschaft (1. Sem.) Wirtschaft (1. - 3. Sem.) Grundstrukturen des Mediensystems (1. - 3. Sem.) Wissenschaftliches Arbeiten (1. - 3. Sem.) Informations- & Kommunikationssysteme (1. - 2. Sem.) Sozialwissenschaft (1. - 2. Sem.) Soft Skills (3. Sem.) Berufsfelder (3. Sem.) Praxislabor Medien & Kommunikation (3. Sem.) Bachelorarbeit I (3. Sem.)			Unternehmensführung (4. - 5. Sem.) Kommunikations- & Medienwissenschaft (4. Sem.) Trends in Medientechnologie & Kommunikationswissenschaft (5. Sem.) Bachelorarbeit II - Vorbereitung (5. Sem.)		Bachelorarbeit II Berufspraktikum
Sprachen (1. - 5. Sem.)			Marketing & Unternehmenskommunikation Content Management Strategisches Management		
Pflichtmodule			Wahlpflichtmodule		

\*Änderungen im Curriculum vorbehaltenlich der Genehmigung durch den FHR.  
 Ein ausführliches Curriculum finden Sie auf [www.fhstp.ac.at/studienangebot/bachelor/mm](http://www.fhstp.ac.at/studienangebot/bachelor/mm)

Anmerkung: Im 4. Semester sind 2 der 3 Wahlpflichtmodule zu wählen. Die Wahl gilt dann auch für das 5. Semester.