

Media Management

Masterstudium

/fh///
st. pölten

studies/graduate/media management



www.fhstp.ac.at

Media Management

Der Masterstudiengang Media Management ist die Weiterführung des Bachelorstudiengangs Medienmanagement. Wie auch dieser ist er als Hybrid aus Medien-/Kommunikationswissenschaft und Wirtschaftswissenschaften konzipiert.



„Wirtschaft und Medien vernetzen heißt gerüstet sein für die Medien- und Informationsgesellschaft.“

Dr. Michael Litschka,
Studiengangsleiter

Was den Masterstudiengang einzigartig macht:

- Praxisnahe Ausbildung steht auch hier im Vordergrund und wird durch „Forschungslabore“ abgerundet. Dabei wird ein Schwerpunkt auf moderne Methoden gelegt.
- Internationalität ist durch eine Fremdsprachenausbildung, internationale Gastvortragende und die Möglichkeit eines Auslandssemesters ein wesentlicher Bestandteil.
- Wahlpflichtfächer bieten die Möglichkeit, Wissen nach eigener Neigung zu vertiefen.

Da im ersten Semester ein modulares Aufbaustudium abhängig von dem bereits abgeschlossenen Studium angeboten wird, besteht auch für AbsolventInnen anderer Hochschulstudiengänge (z.B. Bachelor Publizistik oder Wirtschaft) ausdrücklich die Möglichkeit, diesen Studiengang zu wählen.

Arbeiten mit, für und durch Medien.



Im 3. und 4. Semester wird mit der Kombination von zu belegenden Forschungslabors und der Erstellung der Master Thesis ein **Studium der angewandten Forschung** geboten. Studierende werden in Forschungsprojekte eingebunden. Ein gut ausgestattetes Usability- und Beratungslabor kann individuell für die eigene Arbeit genutzt werden. Unterstützt werden die Studierenden auch durch Lehrveranstaltungen aus empirischen Methoden und Wissenschaftstheorie.

Ausbildungsinhalte

Der Studienplan ist in folgende (ineinander übergreifende) Stufen gegliedert:

- Modulares Aufbaustudium (1. Semester)
- Vertiefungsstudium (2. und 3. Semester)
- Studium der angewandten Forschung (3. und 4. Semester)

Im ersten Semester bietet ein **modulares Aufbaustudium** den Studierenden die Chance, Wissen in Fächern zu erwerben, die nicht vertiefend im jeweiligen Bachelorstudium belegt wurden – Medien, Kommunikation, Wirtschaft. Die Wahl entsprechender Module und die Möglichkeit, einzelne Lehrveranstaltungsblöcke aus anderen Modulen hinzuzunehmen, gewährleisten individuellen Wissensaufbau.

Das **Vertiefungsstudium** bietet die Möglichkeit der Wahl zwischen:

- Marketing
- Content Management & Medienproduktion
- Finance und Controlling
- Strategisches Management

Schwerpunkte im Studium (Auszug)

Wirtschaft: Strategisches Management im Medien-sektor – Finanzierung und Controlling – Financial Reporting – Marketing

Medien und Kommunikation: Medienorganisation – Content Management und Medienproduktion – Integrierte Unternehmenskommunikation – Mediaplanung und -forschung – Internationale Medienmärkte

Soft Skills: Gesprächsführung – Moderations-training – Verhandlungsführung

Spezialbereiche Medien und Wirtschaft (Vertiefung zum Bachelor): Medienpolitik – Recht im Medienmanagement – Medienökonomie – Informationsmanagement – aktuelle technologische Entwicklungen

Fremdsprache: Englisch – Business English (C1) wird vorausgesetzt – Projektarbeit mit Erstellung von Präsentationsunterlagen.

Strategisches Management: Kenntnisse der Theorien des strategischen Managements und deren Bedeutung für Medienunternehmen.

Marketing: Weiterführende Kenntnisse im Marketing, Schwerpunkt auf strategischem Marketing, Medienmarketing und internationalen Aspekten.

Content Management und Medienproduktion: Kenntnisse im Bereich Content Management für unterschiedliche Branchen. Im Praxisteil sind dies Zeitungen/Zeitschriften, TV/Radio, Internet/Telekommunikation, Musik/Film, Buch sowie Crossmedia.

Finanzierung und Controlling: Vertiefende Kenntnisse im Bereich Finanzierungs- und Investitionstheorie und Controllingtheorie.

Wissenschaftstheorie: Vertiefende Kenntnisse der Wissenschaftstheorie, ihrer Richtungen, Ansätze und VertreterInnen; ein Fallstudien-Seminar festigt die erworbenen Kenntnisse z. B. in Form von Studiendesigns.

Ausgewählte empirische Methoden: Vertiefende Kenntnisse der empirischen Forschung, wobei sowohl qualitative als auch quantitative Methoden angewendet werden. Kompetenz zur selbstständigen Durchführung von Forschungsprojekten.

Trends der Medien- und Kommunikationswirtschaft: Es werden neue Ansätze und Konzepte der Medien- und Kommunikationswirtschaft besprochen sowie medienethische Fragen bearbeitet.

Projekte und Forschung

„Wir sehen, was Sie sehen“

Wohin wandern Ihre Blicke, wenn Sie eine Zeitung zum ersten Mal aufschlagen? Welche Teile einer Homepage betrachten Sie intensiver oder weniger intensiv? Lesen Sie den Wirtschaftsteil oder doch den Sport- oder Life-Style-Teil eines Magazins? Diese Fragen werden vor allem in den Forschungsprojekten beantwortet.

In den Forschungslaboren werden modernste Technologien eingesetzt. Die FH St. Pölten verfügt über ein Blickverlaufsgerät („Eyetracking“). Damit können Blickverläufe technisch gemessen werden.

CSI, Law & Order in St. Pölten?

Die PolizistInnen beratschlagen in einem kleinen Zimmer, wer der/die TäterIn sein könnte. Durch eine Glaswand können Sie die potenziellen TäterInnen ständig beobachten. Die Verdächtigen sehen sich in einem Spiegel jedoch nur selbst. Einen derartigen Spiegel hat auch das Usability-Labor der FH St. Pölten. Damit können Gruppendiskussionen (Focus Groups) und andere Tests / Studien durchgeführt werden.

Neben diesen Möglichkeiten, moderne Technologien in den Forschungsprojekten einzusetzen, werden in Forschungslaboren vor allem aktuelle Fragen des Medienmanagements und -marketings sowie der Finanzierung von Medienprojekten und des Content Managements bearbeitet.



Studiengang im Überblick

Abschluss: Master of Arts in Business (M.A.)
Studiendauer: 4 Semester
Zahl der Studienplätze/Jahr: 30

Chancen und Berufsfelder

AbsolventInnen des Masterstudienganges Media Management werden für führende Positionen in unterschiedlichen Bereichen von Medien- und Kommunikationsunternehmen ausgebildet. Mögliche Berufsfelder sind z. B.:

■ Strategisches Management von Medienunternehmen

Entwicklung erfolgsversprechender Strategien für Medienunternehmen in einem dynamischen Wirtschaftszweig. Neue Erlös- und Vertriebsmodelle, neue Wettbewerbsstrategien, Entwicklung von Medienorganisationen, Aufbau und Verwertung spezifischen Know-hows in Medienunternehmen und für verschiedene Medientypen (Print, Online, Radio, TV...).

■ Content Management und Medienproduktion

Management des vielfältig verfügbaren Contents (Stichwort: Digitalisierung) sowie das Management von Redaktionen (Qualitäts-, Wissens- und Produktionsmanagement) und der Aufbau und die Verwaltung von Medienplattformen in Medienhäusern.

■ Marketing in Medienunternehmen

Marketingmanagement, Markenmanagement und das Führen einer Medienmarke, Unternehmenskommunikation.

■ Finanzierung & Controlling

Kosten- und Riskmanagement, Controlling, Geschäftsführung (in Langfristperspektive)

Zugangsvoraussetzungen

Einschlägiges Bachelor- oder Diplomstudium einer Fachhochschule oder Universität

Bewerbung / Aufnahmeverfahren

Das Aufnahmeverfahren für das Masterstudium Media Management setzt sich aus folgenden Komponenten zusammen:

Bewerbungsmodus:

Online oder schriftlich (mittels Anmeldeformular, Motivationsschreiben, Lebenslauf und Nachweis der Zugangsvoraussetzungen)

Aufnahmeverfahren: schriftlicher Aufnahmetest sowie persönliches Gespräch

Nähere Informationen finden Sie unter www.fhstp.ac.at bzw. erhalten Sie in unserem Sekretariat unter Tel. +43/2742/313 228 - 402

Studieninhalte

Semester 1	Semester 2	Semester 3	Semester 4
<p>Aufbaumodule:</p> <p>Wirtschaft</p> <p>Medien und Kommunikation</p>	<p>Marketing</p> <p>Content Management & Medienproduktion</p> <p>Finanzierung & Controlling</p> <p>Strategisches Management</p>		<p>Master Thesis</p> <p>Kolloquium</p>
<p>Recht im Medienmanagement (1. - 3. Sem.)</p> <p>Englisch (1. - 3. Sem.)</p> <p>Internationale Medienmärkte (1. - 2. Sem.)</p> <p>Wissenschaftstheorie & Wirtschaftsethik (2. Sem.)</p> <p>Soft Skills (2. Sem.)</p> <p>Ausgewählte empirische Methoden (3. Sem.)</p>			<p>Trends der Medien- & Kommunikationswirtschaft und Medienethik</p>
<p>Spezialbereiche Medien & Wirtschaft</p>			

Ein ausführliches Curriculum finden Sie auf www.fhstp.ac.at/studienangebot/master/mm

Aufbaumodule	Abhängig vom vorangegangenen Studium	Anmerkung: 1. Semester: Wahl von 4 Lehrveranstaltungen aus den Aufbaumodulen je nach Vorkenntnissen der Studierenden.
Pflichtmodule		2. Semester: Wahl von zwei der vier Wahlpflichtmodulen, die auch im 3. Semester belegt werden müssen.
Wahlpflichtmodule	Im 2. Semester sind 2 der 4 Wahlpflichtmodule zu wählen.	4. Semester: Verfassen der Master Thesis unterstützt durch Pflichtkolloquien.