

Studienplan

1. Studienjahr

1. Semester	ECTS
Content Management & Media Production	2
Finance & Cost Management	2
Media Marketing & Distribution	2
Digital Media & Convergence Management	3
WWL für Management	3
International Media Markets & Trends	3
Web Analytics & SEO	3
Business Ethics & CSR	3
Recht & Management 1: Wirtschaftsrecht	3
English for specific purposes 1	3
Wissenschaftstheorie	3

2. Semester	ECTS
Innovation & Business Development ³	3
Case Studies Innovation & Business Development ³	3
Content und Programme Management ³	3
Case Studies Content und Programme Management	3
Marketing & Sales ³	3
Case Studies Marketing & Sales ³	3
Medien und Internetethik	3
Projekt- und Prozessmanagement	2
Digital Commerce 1: Serviceorientierung & Customer Experience	2
Business Research Methods & Data Analytics	2
Medien- & Internetökonomie	3
Recht & Management 2: Medien- und IT-Recht	3
English for specific purposes 2	3

2. Studienjahr

3. Semester	ECTS
Projekt angewandte Forschung: Innovation & Business Development ³	5
Projekt angewandte Forschung: Content & Programme Management	5
Projekt angewandte Forschung: Marketing & Sales ³	5
Entrepreneurship 1 - Ideenmanagement & Business Planning	3
Content Portfolio Strategien & Lizenzmanagement	3
Controlling & Performance Measurement	3
Ausgewählte empirische Methoden 1 (quantitative Methoden)	3
Literaturseminar - MT Exposé	2
Recht und Management 3: Unternehmens- und Arbeitsrecht	3
English for specific purposes 3	3

4. Semester	ECTS
Kolloquium Master-Thesis	17
Repetitorium Master-Prüfung	2
Entrepreneurship 2 - Praxisworkshop	3
Leadership & Change Management	2
Digital Commerce 2: Plattformen & Geschäftsmodelle	2
Gesprächsführung, Moderation, Verhandlung	1
Pitching & Verkauf	1
Ausgewählte empirische Methoden 2 (qualitative Methoden)	2

³ Vertiefungsrichtungen: Aus drei Vertiefungsrichtungen sind zwei zu wählen. (Anm.: Die Wahl aus dem Vorsemester wird fortgeführt)