

WIE SIEHT DAS STUDIUM AUS?

Module	SWS CP im Semester ¹						
	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
Medienwirtschaft	4 6						
Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT)	4 6						
Language 1 ²	4 6						
Webtechnologie	4 6						
Bild- und Tontechnologie	4 6						
Design	6 9						
Intercultural Competences ²	4 6						
Language 2 ²		6 9					
Implementation Skills ²		6 9					
Finanz- und Rechnungswesen		4 6					
Medienmarketing		6 9					
Organisation und Personal			4 6				
International Management ²			4 6				
Research Studies 1 ²				4 6			
Case Studies in International Media Management ²				8 12			
Current Topics of International Media Management ²				6 9			
Project Studies ²				8 12			
International Studies ²					21 CP		
Work Experience ²						30 CP	
Research Studies 2 ²							8 12
Medienwissenschaften							4 6
Bachelor's-Thesis ²							12 CP
Summe Credit Points							210 CP

¹ SWS = Semesterwochenstunden, CP = Credit Points bzw. Leistungspunkte

² Diese Module finden in englischer Sprache statt.

WEN KANN ICH KONTAKTIEREN?

Hochschule RheinMain
Wiesbaden Rüsselsheim
www.hs-rm.de

i-Punkt

Erstanlaufstelle für allgemeine Informationen und Terminvereinbarungen mit der Zentralen Studienberatung
Campus Kurt-Schumacher-Ring 18, 65197 Wiesbaden

T +49 611 9495-1555
Kontaktformular: www.hs-rm.de/kontakt-ipunkt

Öffnungszeiten:

Mo. – Do. 9:00 – 15:00 Uhr
Fr. 9:00 – 13:00 Uhr

Zentrale Studienberatung

Beratung zu Studium, Studienwahl und -bewerbung
www.hs-rm.de/studienberatung

Beratungszeiten mit Terminvereinbarung:

Mi. 9:00 – 12:00 Uhr
Do. 14:00 – 17:00 Uhr

Studienberater:

Alexander Kallenberg, M.A.

Fachbereich Design Informatik Medien

International Media Management
Hochschule RheinMain
Campus Unter den Eichen 5
65195 Wiesbaden

T +49 611 9495-2141/-2143
www.hs-rm.de/dcsm

Inhaltliche Fragen zum Studiengang:

Studiengangsleitung:
Prof. Dr. Claus-Peter Ernst
claus-peter.ernst@hs-rm.de



INTERNATIONAL MEDIA MANAGEMENT

Bachelor of Science (B.Sc.)

WORUM GEHT'S?

Medienwirtschaft, -design und -technik sind die drei zentralen Bausteine des Bachelorstudiengangs International Media Management. Ergänzt werden diese Themen um interkulturelle Aspekte, spezielle Managementfähigkeiten und Sprachkompetenzen, die in internationalen Medienmärkten gefordert werden. Diese Inhalte machen ihn zu einem interdisziplinären Medienstudiengang, der konsequent international ausgerichtet ist. Der internationale Fokus macht diesen Studiengang für alle Medieninteressierten interessant, die lernen möchten, wie die internationale Zusammenarbeit in der Konzeption, Produktion und Vermarktung von Medien funktioniert und die sich vorstellen können, später auch in einem international agierenden Unternehmen zu arbeiten.

Der Studienverlauf basiert in den ersten drei Semestern auf dem seit vielen Jahren erfolgreichen Studiengang Media Management, der um spezifische internationale Inhalte ergänzt wird (z. B. International Business, Interkulturelle Kompetenzen, Medienenglisch etc.). Die Veranstaltungen der Semester vier bis sieben werden überwiegend in Englisch angeboten und behandeln z. B. praxisorientierte Case Studies aus dem Medienbereich und ausgewählte Schwerpunkte in den Bereichen Media Economy, Design und Technology, die auch von Dozent:innen von internationalen Partnerhochschulen in Wiesbaden gelehrt werden. Die Besonderheiten von International Media Management bestehen also in der Vermittlung von Kompetenzen für das Management internationaler Medienproduktionen und -unternehmen, die im direkten Kontakt mit Expert:innen aus dem Ausland und unter Erweiterung Ihrer englischen Sprachkompetenzen erfolgt. Wichtige Schlüsselqualifikationen werden integriert in Projektarbeiten und der Bearbeitung von Fallstudien in kleinen Gruppen erarbeitet sowie in integrierten Auslandsaufenthalten und einem berufspraktischen Semester.

Das fünfte Semester wird dazu auch als integriertes Auslandssemester an Partnerhochschulen oder anderen Hochschulen im Ausland absolviert. Das Berufspraktikum ist im sechsten Semester eingeplant und soll ebenfalls im Ausland stattfinden. Die Bachelor-Thesis im siebten Semester kann wahlweise im Ausland oder in Deutschland (an der Hochschule RheinMain) absolviert werden und soll in englischer Sprache verfasst werden.



- **International**
- **Praxisorientiert**
- **Interdisziplinär**

WAS BRAUCHE ICH?

Studieninteressierte sollten ein nachhaltiges Interesse an Medien haben und offen sein für den Austausch mit Menschen aus anderen Kulturen und Wirtschaftssystemen. Darüber hinaus sollte das Interesse und die Bereitschaft bestehen, Studienabschnitte im Ausland zu verbringen und Studierende sollten viel Engagement und hohe Eigenverantwortung sowie soziale Kompetenzen und Fähigkeiten zur Selbstorganisation mitbringen. Um Medien produzieren, Medienproduktionen managen oder die Produkt- und Unternehmenskommunikation in den unterschiedlichen medialen Kanälen steuern zu können, brauchen Media Manager:innen gleichermaßen wirtschaftliche, gestalterische und technische Kompetenzen. Studieninteressierte sollten daher an betriebswirtschaftlichen Problemstellungen ebenso interessiert sein, wie an Fragestellungen aus den Bereichen Design und Medientechnik.

Gute englische Sprachkenntnisse auf dem Niveau B2 müssen zur Bewerbung vorliegen und durch einen anerkannten standardisierten Sprachtest nachgewiesen werden. Wenn die Sprachkenntnisse zur Bewerbung noch nicht vorliegen, kann die Zulassung auch unter dem Vorbehalt erfolgen, dass die Sprachkenntnisse spätestens bis zum Ende des ersten Fachsemesters nachgewiesen werden. Mehr Information zu den Sprachtest finden Sie auf der Webseite des Sprachenzentrum:

www.hs-rm.de/sprachen

Studienort	Wiesbaden, Campus Unter den Eichen
Regelstudienzeit	7 Semester in Vollzeit
Hauptunterrichtssprache	Deutsch und Englisch
Studienbeginn	Winter- und Sommersemester
Mobilitätsfenster	5. und 6. Semester

WAS KANN ICH DAMIT MACHEN?

Absolvent:innen des Studiengangs International Media Management können durch ihre interdisziplinären, interkulturellen auf internationale Medienmärkte ausgerichtete Kompetenzen in verschiedensten Unternehmen eingesetzt werden, in denen Medien entwickelt, produziert oder vermarktet werden. Zu den Einsatzgebieten gehören z. B. Tätigkeiten mit internationalen Bezügen bei:

- Innovativen digitalen und interaktiven Medienproduktionen,
- Digital- und Werbeagenturen,
- Film- und Fernseh- und digitale Bewegtbildproduktionen,
- IT-Unternehmen oder Verlagen,
- Strategie- und Unternehmensberatungen im Digital-, IT- und Medienbereich,
- Telekommunikationsunternehmen,
- Agenturnetzwerke für Corporate Design und Branding,
- Corporate Communication, Public Relations und Öffentlichkeitsarbeit.

Wegen der internationalen Ausrichtung des Studiengangs bietet sich die Mitarbeit bei international tätigen Unternehmen der Medienbranche ebenso an, wie eine spätere Berufstätigkeit im Ausland.

WIE KANN ICH MICH BEWERBEN?

Der Studiengang ist zulassungsbeschränkt. Detaillierte Informationen zum Vergabeverfahren können Sie auf folgender Webseite einsehen: www.hs-rm.de/vergabeverfahren

Alle Informationen zur Bewerbung finden Sie auf unserer Webseite: www.hs-rm.de/bewerbung

Für ein Sommersemester gilt der 15.01., für ein Wintersemester der 15.07. eines jeden Jahres als Bewerbungsfrist. Ihre Bewerbung muss bis zu diesen Terminen vollständig eingehen. Die Kontaktdaten des Studienbüros finden Sie auf unserer Homepage: www.hs-rm.de/studienbuero