# Media Management & Communication

## Dualer Studiengang der HSBA Hamburg School of Business Administration

© Jana Tolle

**Prof. Dr. Bertram Konert**

HSBA Hamburg School of Business Administration
Academic Head of B. Sc. Media Management & Communication
bertram.konert@hsba.de

**Schlüsselbegriffe:** Medienmanagement | Digitales Studium | Interdisziplinarität

Die hohe Komplexität und Nicht-Linearität der fortschreitenden digitalen Transformation von Produkten und Märkten benötigt nachhaltige berufliche und wissenschaftliche Qualifikationen zur Gewährleistung einer adäquaten Zukunfts- und Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen. Dies gilt für die Medien- und Kommunikationsbranche schon seit längerer Zeit in besonderem Maße. Mit Blick auf diese Herausforderungen hat die HSBA ihren seit 2005 bestehenden medienbetriebswirtschaftlich ausgerichteten dualen Studiengang in den vergangenen Jahren kontinuierlich weiterentwickelt. Im Studienjahr 2018 ist die bisher umfangreichste Reorganisation umgesetzt worden. Die Kernpunkte dieser bereits akkreditierten Neukonzeption und die damit verbundenen Überlegungen werden in diesem Artikel skizziert.

## Digitale Transformation benötigt interdisziplinäres Denken

Zentraler Ausgangspunkt der umfassenden Reorganisation des Studiengangs war die Überlegung, dass ein Denken in voneinander getrennten Fachdisziplinen oder Funktionsbereichen den komplexen ökonomischen, technischen und kommunikativen Herausforderungen der Digitalisierungsprozesse in den Unternehmen nicht angemessen ist. Mit Blick auf eine zukunftsfähige Attraktivität für Kooperationsunternehmen und Studierende wird im dualen Studiengang „Media Management & Communication“ an der HSBA ein integrierter „Dreiklang“ aus Fach- und Methodenwissen der BWL, des Medien- und Kommunikationsmanagements sowie der Informationstechnik gelehrt. Diese Kombination stärkt nicht nur die fachdisziplinübergreifenden Fähigkeiten und Fertigkeiten der Studierenden, sondern macht den Studiengang über den originären Mediensektor hinaus auch für kommunikationsintensive Anforderungen anderer Branchen attraktiv.

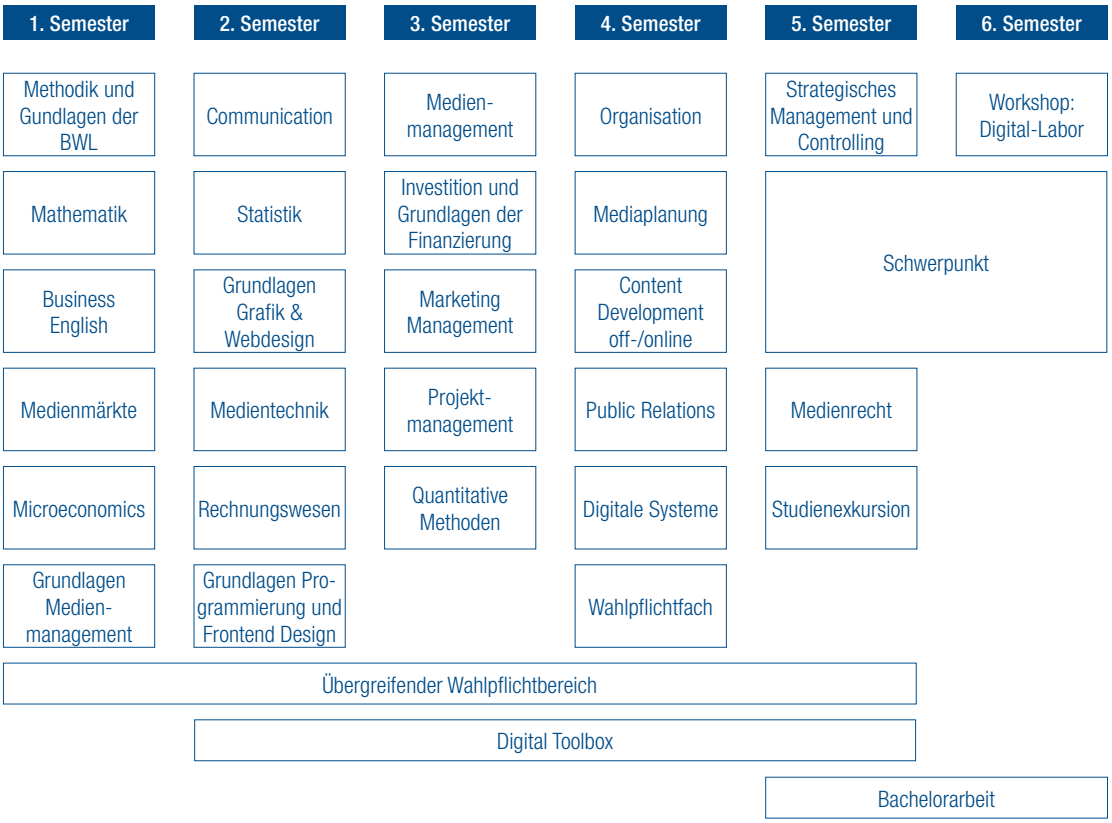
## Umsetzung im Rahmen der Studiengangskonzeption

Der zentrale Fokus des Studiengangs orientiert sich an den umfassenden Veränderungen von Medien- und Kommunikationsentwicklungen und den daraus resultierenden operativen und strategischen Anforderungen für Unternehmen und deren Wettbewerbsfähigkeit. Hier gilt die Prämisse, dass im Rahmen der medien- und kommunikationsbezogenen Veranstaltungen immer und durchgängig das Thema der Digitalisierung einen zentralen Stellenwert einnimmt. Digitale Kommunikation und digitale Medien sind inzwischen allgegenwärtige Normalität und durchgehender Bestandteil des Studiengangs und benötigen nicht mehr – wie im „analogen Zeitalter“ noch üblich – eine explizite begriffliche Hervorhebung in medienspezifischen Modulbezeichnungen. Fachinhaltlich stehen weiterhin zentrale Lehrveranstaltungen wie Grundlagen des Medienmanagement, der Mediaplanung, der Unternehmenskommunikation, der Medienmärkte oder des Content Development im Mittelpunkt.

Angesichts der fortschreitenden Entwicklung und erweiterten Nutzungspotenziale neuer informationstechnischer Systeme ist im Rahmen der Reorganisation vor allem eine enge inhaltliche und organisatorische Verzahnung mit dem Studiengang Wirtschaftsinformatik vorgenommen worden. Gemeinsame Veranstaltungen und spezielle IT-orientierte Module sollen insbesondere die IT-Kompetenzen der Stu-

https://doi.org/10.15358/1613-0669-2020-2-3-75, am 12.10.2024, 07:58:16
Open Access – (cc) BY - https://www.beck-elibrary.de/agb

## Modulaufbau „Media Management & Communication“




Quelle: HSBA

dierenden im medienspezifischen Studiengang stärken. Hierzu zählen die Module Grundlagen der Programmierung & Frontend Design, Digitale Systeme, Medientechnik sowie Schwerpunktseminare zum Datenmanagement im dritten Studienjahr. Besonders hervorzuheben ist im 6. Semester das Workshopmodul Digital Labor, in dem die Studierenden im dritten Studienjahr gemeinsam ein Projekt bearbeiten und die unterschiedlichen Kenntnisse und Fähigkeiten beider Gruppen einbringen.

Darüber hinaus wird mit der Digital Toolbox für alle Studierenden der HSBA ein übergreifendes Lehrangebot zur digitalen Transformation angeboten. Es umfasst einen studienbegleitenden „Werkzeugkasten“ mit 24 Kursen, aus denen die Studierenden im Rahmen des Wahlfachbereiches im Bachelor und im Master wählen können. Die spezialisierten und aufeinander aufbauenden Seminare zum digitalen Wandel bilden die typischen Arbeitsbereiche in den Unternehmen ab, die durch die Veränderungen der Digitalisierung besonders betroffen sind. Im Zentrum des didaktischen Konzepts steht die grundsätzliche Herangehensweise des problembasierten Lernens, wodurch die Studierenden sich noch enger mit den Themen der Digitalisierung beschäftigen sollen.

Eine weitere wesentliche konzeptionelle Veränderung zielte auf eine stärkere Verankerung von Kommunikationsmodulen im Kerncurriculum. Diese mit Blick auf die zunehmende Relevanz der digitalen Unternehmenskommunikation erweiterte Fokussierung des Studiengangs erfolgte vor allem durch die Module Communication, gezielte Schwerpunktseminare mit Angeboten aus Social Media und Performance Marketing sowie durch fachinhaltliche Ausweitungen der Module Public Relations und Mediaplanung.

Mit Blick auf die analytisch-wissenschaftliche Ausrichtung des Studiengangs und dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc) wird in den ersten Semestern die Methodenkompetenz der Studierenden durch quantitativ orientierte Module wie Mathematik und Statistik gestärkt. Die im Modul Mathematik im ersten Jahr gelehrten Kenntnisse werden in den betriebswirtschaftlich ausgerichteten Modulen Microeconomics, Investition und Grundlagen der Finanzierung sowie Rechnungswesen verwendet. Das Modul Statistik legt fachliche Grundlagen für weitere Module wie Marketing und Quantitative Methoden. Der über alle Semester eingerichtete übergreifende Wahlpflichtbereich sowie das Wahlpflichtfach und die Studienexkursion im dritten Studienjahr ermöglichen es den Studierenden darüber hinaus, weitere


https://doi.org/10.15358/1613-0669-2020-2-3-75, am 12.10.2024, 07:58:16
Open Access – (cc) BY - https://www.beck-elibrary.de/agb

individuelle Präferenzen unabhängig von ihrem konkreten Studienfach zu setzen.

## Durchgängige Dualität und kleine Lehr- und Lerngruppen

Im Studiengang wird ein hoher Praxisbezug insbesondere aufgrund der durchgängigen Integration der beiden Lernorte „Hochschule“ und „Unternehmen“ umgesetzt. Der beständige Wechsel von Praxis- und Theoriephasen über den gesamten Studienverlauf zielt auf eine spezifische dual orientierte Kompetenzentwicklung, indem die Studierenden das theoretisch Gelernte in der beruflichen Praxis um weitere Aspekte erweitern und vertiefen. Ebenso fließen Erfahrungen aus den Praxisphasen in die Veranstaltungen ein, z. B. über Diskussionen im Verlauf der Vorlesungen oder bei Präsentationen der Studierenden. Darüber hinaus wird auch über die Einbindung von Fallstudien, Projektarbeiten, Praxisberichten und Einladungen externer Unternehmensexperten in Präsenzveranstaltungen ein realitätsorientierter Praxisbezug sichergestellt.

Ein besonderer Vorteil gegenüber einem massenorientierten Vorlesungsbetrieb ist der durchgängige Seminarcharakter der Präsenzveranstaltungen im Studiengang. Kleinere Gruppen von maximal bis zu 25 Studierenden ermöglichen eine hohe persönliche Interaktion mit den Dozenten und einen intensiven Austausch untereinander. Dies fördert die Diskussionsbereitschaft unter den Studierenden, die oftmals ihre Fragen gegenseitig fokussieren können. Der Seminarcharakter unterstützt teambasierte Lernformen vor allem bei der analytischen Erarbeitung strategischer Optionen und praxisorientierter Handlungsvorschläge.

## Zukunftsfähiges Kompetenzprofil als Mehrwert für Studierende und Unternehmen

Angesichts der fortschreitenden Veränderungen der Medienbranche durch die digitale Transformation steigt die Nachfrage nach kompetenten Fach- und Führungskräften in den unterschiedlichsten Unternehmensbereichen. Hier werden zunehmend Beschäftigte benötigt, die ganzheitlich und interdisziplinär die umfassenden medialen Entwicklungsprozesse analysieren, bewerten und in erfolgversprechende betriebliche Managementstrategien überführen können. Die Absolventen des Studiengangs Media Management & Communication werden sowohl durch die ausgeprägte Verknüpfung von Theorie und Praxis als auch durch den integrativen Erwerb von ökonomischen, medien- und kommunikationsspezifischen und IT-orientierten Kompetenzen umfassend auf die sich verändernden Anforderungen in der Medienbranche vorbereitet. Mit ihren fachinhaltlichen Kenntnissen und analytischen Fertigkeiten sind die Studierenden somit auch für alle kommunikationsintensiven Branchen jenseits des originären Mediensektors qualifiziert. Das attraktive Studien- und Ausbildungsangebot des dualen Studiengangs Media Management & Communication erhöht für Partnerunternehmen die nachhaltige Chance, medienaffine und fachinhaltlich adäquate Beschäftigte für die zukünftigen Herausforderungen zu gewinnen.

© WWW.CARLOSFERNANDEZ.DE

## Über die HSBA

Die HSBA ist die Business School der Hamburger Wirtschaft. Unser Auftrag ist es, Unternehmen bei der Qualifizierung ihrer Mitarbeiter und Rekrutierung vielversprechender Talente zu unterstützen. Zugleich bieten wir Studierenden aller Karrierestufen unabhängig von ihrem finanziellen Hintergrund hervorragende Bildungsmöglichkeiten. Wir sind davon überzeugt, dass Leistungsbereitschaft, ehrbares Handeln und innovatives Denken Grundlage für den beruflichen Erfolg sind. Hierfür vermitteln wir die notwendigen Kompetenzen. Aktuell ist die HSBA akademischer Partner von rund 1.000 Studierenden und über 300 Unternehmen. Den Schwerpunkt unserer Angebote bilden duale Bachelor- und berufsbegleitende Masterstudiengänge. Anspruchsvolle Weiterbildung, ein Promotionsprogramm und anwendungsorientierte Forschung ergänzen unser Portfolio.

https://doi.org/10.15358/1613-0669-2020-2-3-75, am 12.10.2024, 07:58:16
Open Access – (cc) BY - https://www.beck-elibrary.de/agb