



Fachhochschule des Mittelstands (FHM)



Master of Arts (M.A.) New Media Management

- ▶ International anerkannter Abschluss
- ▶ Vollzeit-Studium in 16 Monaten,
berufsbegleitendes Studium in 20 Monaten
- ▶ Wissenschaftlich, kompakt und anwendungsorientiert
- ▶ Individuelle Betreuung in kleinen Studiengruppen
- ▶ Einzigartiger Master für neue Medien und Web 2.0



Wer sollte New Media Management studieren?

Gerade in mittelständischen Unternehmen arbeiten heute oftmals Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die nicht gezielt für die Anforderungen im Bereich New Media qualifiziert wurden. Medien- und Betriebswirte, Informatiker oder Ingenieure beherrschen zwar Teilbereiche des New Media, sind aber nicht umfassend adäquat vorbereitet auf die vielfältigen Anforderungen in diesem Arbeitsbereich. Vielfältig sind diese Anforderungen, da sie an der Schnittstelle von Medien, Technologie und Betriebswirtschaft angesiedelt sind. Oftmals erreichen diese Mitarbeiter daher keine entsprechende Führungsposition. Der Studiengang Master of Arts (M.A.) New Media Management bildet Beschäftigte, die zurzeit als Fachkraft oder im mittleren Management tätig sind, gezielt für den nächsten Karriereschritt weiter. Im Rahmen des modular aufgebauten, anwendungsorientierten Studiengangs werden den Studierenden Theorien und Methoden, aber auch die Umsetzungskompetenzen für die heutigen und vor allem die zukünftigen Herausforderungen im Bereich New Media vermittelt.

Welche Besonderheiten bietet der Master of Arts (M.A.) New Media Management?

- ▶ Vermittlung praxisnaher und führungsorientierter New Media-Skills.
- ▶ Betriebswirtschaftlich-strategische und marktorientierte Sichtweise.
- ▶ Hands-On-Auseinandersetzung mit technologisch bedeutsamen Aspekten.
- ▶ Integration von zukunftsorientierten Forschungsbereichen zusammen mit Praxispartnern.
- ▶ Kritische Auseinandersetzung mit neuesten Marktentwicklungen und Case Studies.

Welche Perspektiven bietet das Studium?

Perspektiven bieten sich nach dem Studium Master of Arts (M.A.) New Media Management vor allem in großen und mittelständischen Unternehmen in den Bereichen New Media, E-Marketing oder E-Business. Interessante Karrierepositionen bieten sich sowohl in der Führung von Unternehmen der Old Economy, als auch der New Economy. Die Nachfrage nach Expertinnen und Experten im New Media-Bereich stieg in den letzten Jahren kontinuierlich. Eine Begründung liegt insbesondere darin, dass beispielsweise durch Web 2.0 das Internet zur Partizipations-Plattform wurde, was neue Denkansätze, Herausforderungen und Chancen für externe und interne Geschäftsprozesse mit sich bringt. Bekannte New Media-Anwendungen wie YouTube, XING, Second Life oder auch Wikipedia sowie die Blogosphäre entwickeln sich

rasant und haben potenziell Auswirkungen auf alle Unternehmen. Die Nachfrage nach Experten, die New Media-Plattformen des Web 2.0 analytisch-fundiert einschätzen und strategisch-gezielt beeinflussen können, wird deshalb weiter ansteigen.



Welche Studieninhalte führen zum Abschluss?

Die inhaltliche Ausrichtung des anwendungsbezogenen Studiengangs Master of Arts (M.A.) New Media Management orientiert sich in der curricularen Ausgestaltung an zwei Schwerpunkten: zum einen an der Darstellung und kritischen Würdigung des betriebswirtschaftlichen Kreislaufs (Situationsanalyse, Ziele, Strategien, Maßnahmen, Kontrolle) im New Media Management, zum anderen an der Vorbereitung der Studierenden auf die Führung und Leitung von New Media-Abteilungen oder -Projekten in Unternehmen oder Agenturen sowohl in fachlicher als auch überfachlicher Hinsicht.

Das erste **Studienmodul Strategisches New Media Management** bildet den Ausgangspunkt und Rahmen des Studiums. Es vermittelt theoretisch-reflexive Grundlagen sowie anwendungsorientierte Kompetenzen zur strategischen Planung und Steuerung im New Media Management. Sowohl beim Digitalen Medienmanagement als auch beim E-Marketing werden klassisch-betriebswirtschaftliche Methoden und Instrumente auf die Anwendungsbereiche des New Media Managements übertragen, um eine entsprechende Strategie formulieren zu können. Darüber hinaus werden aufbauend auf den beruflichen Erfahrungen der Studierenden Führungsaufgaben im Bereich des New Media Managements vermittelt.

Aufbauend auf diesen strategischen Aspekten werden im **Modul Operatives New Media Management** spezifische operative Elemente vertieft. Hierbei stehen übergreifende Themen wie Social Media Optimization und die Modellierung von Geschäftsprozessen im Mittelpunkt. Auch dem

Thema Digital Payment kommt im Bereich des New Media Managements eine besondere Bedeutung zu. Rechtliche Aspekte runden dieses Modul ab.

Im dritten **Modul New Media-Technologien** liegt der Fokus auf der Vermittlung vertiefter anwendungsbezogener Kenntnisse zur Technologie neuer Medien im Zusammenhang mit dem Web 2.0. Dazu werden Methoden und Verfahren aufgezeigt, die den praktischen, professionellen Einsatz der Internettechnologie, der Applikationen des Web 2.0 und von Anwendungen der rechnerbasierten Gruppenarbeit (CSCW) im Medienmanagement ermöglichen.

Das **Modul Organisation im New Media Management** vermittelt eine vertiefte Kenntnis der Veränderung von Strukturen und Prozessen im Rahmen des New Media Managements. Das Modul befasst sich zum einen mit dem Nutzen von New Media für Organisation, beispielsweise mittels Wikis und Blogs. Zum anderen geht es um die konkrete Umsetzung von spezifischen New Media-Projekten sowie der Einführung von New Media im Rahmen organisationaler Veränderungsprozesse. Aufbauend auf dem Projektmanagement, das im Bereich des New Media Managements die grundlegende Organisationsform darstellt, werden im Rahmen des Change Managements die sich durch das New Media Management ändernden Strukturen und Prozesse fokussiert. Darüber hinaus stehen die sich verändernden Wissensmanagement-Prozesse von Unternehmen im Mittelpunkt.

Das **Modul Controlling und Forschung im New Media Management** fasst Controlling als managementunterstützendes Informations-System auf, das gesicherte Daten für die Effizienz bzw. Effektivität und damit den Erfolg liefert. Die Studierenden lernen ausgewählte Kennzahlen, Erhebungsmethoden und -technologien des New Media-Controllings kennen, können Befragungs- und Beobachtungsdesigns anfertigen und ausgewählte multivariate Methoden auf das New Media Management beziehen. Das Forschungskolloquium thematisiert neueste Controllingtrends und bereitet die Studierenden auf die Anforderungen der beruflichen Praxis sowie auf forschungsorientiertes Arbeiten vor.

Im **Modul Projekt New Media-Anwendungen** wird sowohl theoretisch als auch projektorientiert eine wissenschaftliche Gesamtreflexion der vorliegenden Module des Studiengangs Master of Arts (M.A.) New Media Management vorgenommen. Die Studierenden sollen hier mit Blick auf die im Anschluss zu erstellende Master-Arbeit das erworbene Wissen

und die vermittelten Kompetenzen in einem realen Großprojekt umsetzen. Dabei soll der komplette Projektkreislauf von der Problemidentifikation über die Situationsanalyse und strategischer Planung von Teilmodellen bis hin zur operativen Planung, der Realisation sowie Online-Research und Log-Mining durchlaufen werden. Diese Umsetzung soll mit den Methoden und Instrumenten des Projektmanagements in enger Zusammenarbeit mit Unternehmen erfolgen.

Das Studium schließt mit der Anfertigung der **Master-Thesis** ab. In dieser soll in Zusammenarbeit mit Unternehmen eine für die Unternehmenspraxis relevante Fragestellung wissenschaftlich untersucht werden.

Die Studieninhalte im Überblick

Modul 1: Strategisches New Media Management

- Digitales Medienmanagement
- E-Marketing
- Management und Führung

Modul 2: Operatives New Media Management

- Geschäftsprozess-Modellierung
- Social Media Optimization
- Digital Payment
- Medienrecht in der digitalen Ökonomie

Modul 3: New Media Technologien

- Internet-Technologien
- Instrumente des Web 2.0
- CSCW (inklusive E-Collaboration)

Modul 4: Organisation im New Media Management

- Projektmanagement
- Change Management
- Wissensmanagement

Modul 5: Controlling und Forschung im New Media Management

- Online Research
- Data Mining / Web Mining
- Forschungskolloquium

Modul 6: Projekt: New Media Anwendungen

- Praktikerkolloquium
- Projekt: New Media Anwendungen

Master-Thesis



Staatlich anerkannte, private Fachhochschule des Mittelstands (FHM)
– University of Applied Sciences –
Ravensberger Straße 10 G, 33602 Bielefeld
medien@fhm-mittelstand.de · www.fhm-mittelstand.de

Wir beraten Sie gern! Bei Fragen zu Studieninhalten:
Prof. Dr. Stefan Bieletzke, Fon 05 21. 9 66 55-220,
bieletzke@fhm-mittelstand.de
bei allgemeinen Fragen und Infomaterialbestellungen:
Frau Ramona Neubauer, Fon 05 21. 9 66 55-21



*Prof. Dr. Stefan Bieletzke,
Wissenschaftlicher Studienleiter*

Wie ist das Studium organisiert?

Das Studium zum Master of Arts (M.A.) New Media Management ist modular aufgebaut und in Trimestern organisiert. Das Vollzeit-Studium findet als Präsenzstudium an der FHM statt. Das berufsbegleitende Studium wird im Blended Learning Konzept angeboten. Dieses bewährte Lehr- und Lernkonzept beruht auf einer Kombination von Präsenzunterricht an der FHM, E-Learning in Form von Präsenzseminaren im virtuellen Klassenzimmer und Selbststudieneinheiten. Wenn Sie Fragen zur Studienorganisation haben oder weitere Informationen wünschen, sprechen Sie uns jederzeit an.

Master of Arts (M.A.) New Media Management

Studienform:	Vollzeit Präsenzunterricht
Studienstart:	Mai/Oktober
Studiendauer:	16 Monate (4 Trimester)
Studiengebühr:	485,00 EUR/Monat
Bewerbung:	50,00 EUR
Bewerbungsauswahlverfahren:	100,00 EUR
Master-Arbeit und Präsentation:	500,00 EUR

Studienform:	Berufsbegleitend Blended Learning Konzept
Studienstart:	Mai/Oktober
Studiendauer:	20 Monate (5 Trimester)
Studiengebühr:	395,00 EUR/Monat
Bewerbung:	50,00 EUR
Bewerbungsauswahlverfahren:	100,00 EUR
Master-Arbeit und Präsentation:	500,00 EUR

Stand der Information: Januar 2008

Welche Zulassungsvoraussetzungen sind erforderlich?

Formale Voraussetzungen zur Aufnahme eines weiterbildenden Master-Studiums an der FHM sind ein Hochschulabschluss und eine qualifizierte, berufspraktische Erfahrung von in der Regel nicht unter einem Jahr. Als fachspezifische berufspraktische Erfahrung für den Studiengang Master of Arts (M.A.) New Media Management gilt zum Beispiel eine Tätigkeit in Bereichen wie New Media, in der Media-Produktion, im Medien-Marketing, Medien-Management sowie im Business Development.

Für Ihre Bewerbung werden folgende Unterlagen benötigt:

- Bewerbungsschreiben mit Angaben über Studienmotive, Ziele und persönlichen Hintergrund
- Lebenslauf
- Nachweis eines Hochschulabschlusses
- Nachweis der Berufspraxis durch Arbeitszeugnisse oder Referenzen

Wie bewerbe ich mich um einen Studienplatz?

Nach Einreichung der schriftlichen Bewerbungsunterlagen, die bei der Studienberatung oder im Internet erhältlich sind, entscheidet eine Bewerbungskommission über die Einladung zu einem mehrstündigen Auswahlverfahren. Im Rahmen dieses Verfahrens nehmen Sie an einem Assessment-Center mit fach- und gruppenspezifischen Aufgaben teil, absolvieren einen Englischtest und durchlaufen eine Kompetenzdiagnostik nach dem KODE®-Verfahren. Den Abschluss bildet ein individuelles Vorstellungs- und Informationsgespräch mit einem der Hochschulprofessoren.

Auf der Grundlage einer abschließenden Gesamtbeurteilung erhalten Sie innerhalb von 14 Tagen eine verbindliche Studienplatzzusage oder -absage von der FHM. Bewerbungen sind ganzjährig möglich und werden in der Reihenfolge ihres Eingangs bearbeitet.

Wer ist die Fachhochschule des Mittelstands?

Die Fachhochschule des Mittelstands (FHM) wurde im Jahr 2000 vom Mittelstand für den Mittelstand gegründet. Ziel ist die praxisnahe Qualifizierung von Fach- und Führungskräften mit betriebswirtschaftlichem Know-how für die mittelständische Wirtschaft. In enger Zusammenarbeit mit Unternehmen, Verbänden und öffentlichen Einrichtungen entwickelt und realisiert die FHM in diesem Sinne wissenschaftlich fundierte Studien- und Weiterbildungsangebote sowie Forschungs- und Entwicklungsprojekte.

Das Studienangebot umfasst staatlich und international anerkannte Bachelor- und Master-Studiengänge in den Bereichen Wirtschaft, Medien, Kommunikation und Gesundheit. Das Studienkonzept der FHM beinhaltet eine hohe Berufsorientierung, eine individuelle Betreuung und kleine Studiengruppen. Weitere Schwerpunkte setzt die FHM mit ihren Instituten in den Bereichen Wirtschaftsförderung, Existenzgründung und Unternehmensnachfolge im In- und Ausland.