



Wirtschaftskommunikation

Bachelor Studiengang

Master Studiengang

Studienvoraussetzungen

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Fachhochschulreife oder• Allgemeine Hochschulreife (Abitur) oder• Fachgebundene Studienberechtigung gemäß § 11 Absatz 2 BerlHG* | <ul style="list-style-type: none">• u.a. Bachelor of Arts• ggf. Auswahlverfahren |
|---|---|

Regelstudienzeit

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">• sechs Semester• im 4. Semester bzw. 5. Semester ist ein Fachpraktikum von insgesamt 15 Wochen vorgesehen | <ul style="list-style-type: none">• vier Semester |
|---|---|

Abschluss

Bachelor of Arts

Master of Arts

erreichbare Leistungspunkte

180 Leistungspunkte (credits)

120 Leistungspunkte

* § 11 Absatz 2 des Berliner Hochschulgesetzes (BerlHG): „Wer erstens in einem zum angestrebten Studiengang fachlich ähnlichen Beruf eine durch Bundes- oder Landesrecht geregelte mindestens zweijährige Berufsausbildung abgeschlossen hat und zweitens im erlernten Beruf mindestens drei Jahre tätig war, ist berechtigt, ein seiner bisherigen Ausbildung entsprechendes grundständiges Studium an einer Hochschule aufzunehmen (fachgebundene Hochschulzugangsberechtigung)...“.

Der Studiengang Wirtschaftskommunikation

Managerinnen und Manager für erfolgreiche Kommunikation

Wer an der HTW Berlin Wirtschaftskommunikation studiert, trägt nach sechs Semestern und erfolgreichem Abschluss den Titel: Bachelor of Arts der Wirtschaftskommunikation (Bachelor of Arts in Business Communication Management). Das ist zukunftsweisend und bietet auch inhaltlich höchste Qualität. Denn die Ansprüche deutscher und internationaler Arbeitgeber an die kommunikativen Fähigkeiten und an die Medienkompetenz ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter steigen stark – dieser Studiengang ist in der Lage, sie auf hohem Niveau zu erfüllen. Nach Abschluss des Studiums verfügen die Absolventinnen und Absolventen über eine ausgeprägte kommunikative Kompetenz. Sie ist hilfreich für das ebenso breite wie interessante Aufgabenfeld, in dem Kommunikationswirte tätig sind. Ganz allgemein ausgedrückt, planen und konzipieren sie die internen und externen Kommunikationsprozesse von Unternehmen, seien es nun Industrie-, Handels- oder Dienstleistungsfirmen, Agenturen, Medien oder Verbände. Soll man sich beispielsweise als kleiner Verlag auf einer Fachmesse präsentieren oder gibt man das zur Verfügung stehende Geld lieber für eine höhere Auflage der Verlagsprospekte aus? Schaltet man als mittelständisches Unternehmen Anzeigen in auflagenstarken Tageszeitungen oder erreicht man seine Zielgruppe besser über Fachzeitschriften? Das sind klassische Fragen für Kommunikationswirte, die sie nicht aus dem Bauch heraus beantworten, sondern auf der Basis von theoretischem Wissen, in Kenntnis der gesamten Bandbreite von Kommunikationsmedien sowie nach sachkundiger Auswertung von Marktstudien, Leseranalysen, Umfragen, Mediadaten und sonstiger hilfreicher Quellen.

Das Bachelorstudium

Studierende des Bachelorstudiengangs absolvieren in sechs Semestern eine interdisziplinäre, wissenschaftliche und angewandte Ausbildung und ihre praktische Umsetzung in den Bereichen Wirtschaftswissenschaften, Sozialwissenschaften und Kommunikationswissenschaften. Im Fokus steht die Vermittlung theoretischer Grundkenntnisse in den genannten Bereichen. Wer den Bachelor in der

Tasche hat, kann sich an der HTW Berlin um einen Studienplatz im Masterstudiengang bewerben und nach weiteren vier Semestern und einer Prüfung den Master of Arts der Wirtschaftskommunikation (Master of Arts in Business Communication Management) ablegen.

Das Masterstudium

Der viersemestrige Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation baut auf dem sechssemestrigen gleichnamigen Bachelorstudiengang auf, jedoch ist der Einstieg in das Masterstudium auch für Absolventinnen und Absolventen anderer Fachrichtungen möglich. Im Mittelpunkt steht die Transferleistung der Theorie in die Praxis. Es werden die berufswirtschaftlichen und kommunikativen Fertigkeiten insbesondere im unternehmensinternen und internationalen Aufgabengebiet vertieft und ausgebaut. Das Masterstudium soll zudem eine intensive wissenschaftliche Ausprägung mittels Forschungsprojekten erhalten.

Aussichten auf dem Arbeitsmarkt

Das Berufsfeld der Kommunikationswirte reicht vom klassischen Marketing bis zur internen und externen Kommunikationskonzeption oder der selbstständigen Beratungsarbeit in bzw. für Unternehmen. Diese Berufsfelder finden sich in Wirtschaftsunternehmen, Agenturen (Werbe-, Design-, PR-, Event-, Neue-Medien-Agenturen), Verlagen, Sendeanstalten sowie in sozialen und kulturellen Einrichtungen.

Doch die globale Herausforderung der Informationsgesellschaft schafft neben den klassischen Gebieten völlig neue Arbeits- und Anwendungsbereiche im In- und Ausland. Denn mit der Kommunikationstechnik befinden sich auch die wirtschaftlichen Entwicklungen in einem rasanten Wandel. Unternehmen agieren längst international, Kommunikation findet grenzüberschreitend statt und losgelöst von nationalen Eigenheiten. Werbung, PR und Multimedia werden genauso wie das Management und das Design neue Wege gehen. Arbeitsformen werden sich genauso ändern wie Kommunikationsweisen. Dieser Wandel ist ein langfristiger, nicht getragen durch ein kurzfristiges „Konjunkturfeuerwerk“.

Arbeitsfelder und Tätigkeiten:

- Kommunikationsmanagement in der internen und externen Unternehmenskommunikation
- Kulturmanagement
- Designmanagement
- integrierte Kommunikation
- Medienarbeit und -management
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Kommunikationsberatung
- Marketing, Event-Marketing
- Markt- und Mediaforschung
- Sponsoring, Werbung, Promotion
- Mediaplanung
- Multimedia
- Messen und Ausstellungen
- Online-Medien

Bachelorstudiengang Wirtschaftskommunikation

Studienplanübersicht über die Module im 1. bis 3. Semester

BA

Module Bachelor		1. Semester				2. Semester			3. Semester		
		Art	Form	SWS	LP	Form	SWS	LP	Form	SWS	LP
B1	Instrumente der Wirtschaftskommunikation	P	SU	4	5						
B2	Text und Rhetorik	P	SU/Ü	2/2	5						
B3	Einführung in die Wirtschaftswissenschaften	P	SU	6	6						
B4	Einführung in die Wirtschaftskommunikation	P	SU/Ü	2/2	5						
B5	Kommunikationssoziologie	P	SU	4	5						
B6	Fremdsprache 1	WP	Ü	2	2						
B7	AWE 1	WP	SU	2	2						
B8	Marketing Grundlagen	P				SU/Ü	2/2	5			
B9	Print: Erstellung und Produktion	P				SU/Ü	2/2	5			
B10	Integrative Kommunikationstheorie	P				SU	4	6			
B11	Medienökonomie und Medienmanagement	P				SU/Ü	2/2	5			
B12	Projektstudium 1	WP				Ü	2	5			
B13	Fremdsprache 2	WP				Ü	2	2			
B14	AWE II	WP				SU	2	2			
B15	Marketing Vertiefung	P							SU	4	5
B16	Multimedia: Technik und Gestaltung	P							SU/Ü	2/2	5
B17	Projektstudium 2	WP							Ü	4	6
B18	Fremdsprache 3	WP							Ü	4	4
B19	Entwicklungsgeschichte der Wirtschaftskommunikation	P							SU	4	5
B20	Planung, Budgetierung, Controlling	P							SU	4	5
Summe je Semester				26	30		22	30		24	30

Form der Lehrveranstaltung:

SU=
Seminaristischer Unterricht

Ü=
Übung

Art des Moduls:

P=
Pflichtfach

WP=
Wahlpflichtfach

AWE=
Allgemeinwissenschaftliches Ergänzungsfach

Bachelorstudiengang Wirtschaftskommunikation

Studienplanübersicht über die Module im 4. bis 6. Semester

Module Bachelor		Art	4. Semester			5. Semester			6. Semester		
			Form	SWS	LP	Form	SWS	LP	Form	SWS	LP
B21	Empirische Markt- und Kommunikationsforschung	P	SU/Ü	2/2	6						
B22	Kommunikationspsychologie	P	SU	4	5						
B23	Unternehmensführung und Kommunikation	P	SU/Ü	2/2	5						
B24	Projektstudium 3	WP	Ü	2	5						
B25	Fachpraktikum	P			9				11		
B26	Praktikumsreflexion mit Präsentationstraining	P				Ü	4	5			
B27	Bachelorarbeit	P							12		
B28	Bachorseminar/Kolloquium	P				SU	1	2			1
B29	Designmanagement	P							SU	4	5
B30	PR und Kommunikationsmanagement	P							SU	4	5
B31	Wirtschafts-, Medien- und Vertragsrecht	P							SU	4	5
B32	Kreativität und Innovation	P							Ü	2	4
B33	Strategien der Wirtschaftskommunikation	P							SU	4	5
B34	Projektstudium 4	WP							Ü	2	5
Summe je Semester				14	30		5	30		20	30

Form der Lehrveranstaltung:

SU=
Seminaristischer Unterricht

Ü=
Übung

Art des Moduls:

P=
Pflichtfach

WP=
Wahlpflichtfach

AWE=
Allgemeinwissenschaftliches Ergänzungsfach

Allgemeinwissenschaftliche Ergänzungsfächer (AWE)/Fremdsprachen

Variante 1

Bachelor-Module		LP
B6+B13	Business English 1 (Mittelstufe 2/Wirtschaft)	2+2
B18	Business English 2 (Mittelstufe 3/Wirtschaft)	4
B7	Allgemeinwissenschaftliches Ergänzungsfach I	2
B14	Allgemeinwissenschaftliches Ergänzungsfach II	2

Variante 2

Bachelor-Module		LP
B6+B13	Business English 1 (Mittelstufe 2/Wirtschaft)	4
B18	Business English 2 (Mittelstufe 3/Wirtschaft)	4
B7+B14	Zweite Fremdsprache	4

Variante 3 (Vertiefte Fremdsprachenausbildung)

Bachelor-Module		LP
B6+B13	Business English 1 (Mittelstufe 2/Wirtschaft)	2+2
B18	Business English 2 (Mittelstufe 3/Wirtschaft)	4
	Advanced English (Oberstufe 1, 2 oder 3)	4
	oder	
	Russisch, Französisch oder Spanisch	
	Mittelstufe 1/Wirtschaft	4
B6+B13	Mittelstufe 2/Wirtschaft	2+2
B18	Mittelstufe 3/Wirtschaft	4

Studieren ohne (Fach)Abitur = Fachgebundene Studienberechtigung

§ 11 Absatz 2 des Berliner Hochschulgesetzes (BerLHG): „Wer erstens in einem zum angestrebten Studiengang fachlich ähnlichen Beruf eine durch Bundes- oder Landesrecht geregelte mindestens zweijährige Berufsausbildung abgeschlossen hat und zweitens im erlernten Beruf mindestens drei Jahre tätig war, ist berechtigt, ein seiner bisherigen Ausbildung entsprechendes grundständiges Studium an einer Hochschule aufzunehmen (fachgebundene Hochschulzugangsberechtigung)...“.

Insbesondere folgende Berufsausbildungen sind zum angestrebten Studiengang fachlich ähnlich:

- Kaufmann/-frau für Marketingkommunikation(alt: Werbekaufmann/-frau)
- Fotograf/-in
- Mediengestalter/-in für Digital- und Printmedien - Mediendesign
- Mediengestalter/-in für Digital- und Printmedien - Medienoperating
- Mediengestalter/-in für Digital- und Printmedien - Medientechnik
- Mediengestalter/-in für Digital- und Printmedien - Medienberatung
- Gestalter/-in für visuelles Marketing (alt: Schauwerbegestalter/-in)
- Medienkaufmann/-frau Digital und Print
- Kaufmann/-frau für Dialogmarketing
- Verlagskaufmann/-frau
- Fachangestellte/r für Medien- und Informationsdienste
- Kaufmann/-frau für audiovisuelle Medien

Über die inhaltliche Vergleichbarkeit von Berufsausbildungen mit einer anderen Bezeichnung als der genannten, entscheidet der Prüfungsausschuss für den Bachelorstudiengang Wirtschaftskommunikation.

Der Studiengang Wirtschaftskommunikation

Standort

Campus Wilhelminenhof

Wilhelminenhofstraße 75 A

12459 Berlin

Sekretariat

Tel. +49 30 5019-2683/2981

Homepage des Fachbereichs

<http://www.f4.htw-berlin.de>

Homepage des Studiengangs

<http://www.f4.htw-berlin.de/studiengaenge/wiko.html>

Impressum:

Allgemeine Studienberatung

Treskowallee 8

10318 Berlin

www.htw-berlin.de/Studienberatung

Infoansage:

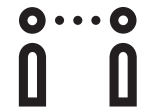
Tel. +49 30 5019-2199

Fax +49 30 5019-2241

Verkehrsverbindungen:

U5 Tierpark, S3 Karlshorst,

Tram 27, 37, M17



Wirtschaftskommunikation

Master-Studiengang

Studienvoraussetzungen

- erster akademischer Grad (Bachelor) mit mindestens 180 Leistungspunkten
- insbesondere Bachelorabschluss Wirtschaftskommunikation oder Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation
- Bachelor- oder Masterabschluss oder ein Hochschuldiplom in einem vergleichbaren Studiengang

Regelstudienzeit

vier Semester

Abschluss

Master of Arts

erreichbare Leistungspunkte

120 Leistungspunkte (credits)

Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation

Studienplanübersicht über die Module im 1. bis 4. Semester

1. Semester

2. Semester

Module Master		Art	Form	SWS	LP	Form	SWS	LP
M1	Grundlagen für das Masterstudium Wirtschaftskommunikation	P	SU	4	5			
M2	Didaktik, Rhetorik, Präsentation und Visualisierung	P	SU/Ü	2/2	5			
M3	Wirtschaftspsychologie	P	SU	4	5			
M4	Investor Relations	P	SU	4	5			
M5	Markenkonzeption	P	SU/Ü	2/2	5			
M6	Projektstudium 1	WP	Ü	2	5			
M7	Methoden empirischer Forschung	P				SU/Ü	3/2	5
M8	Designkonzeption	P				SU/Ü	2/2	5
M9	Interkulturelle Wirtschaftskommunikation	P				SU	4	5
M10	Medien- und Multimediamanagement	P				SU/Ü	2/2	5
M11	Schnittstellen-, Komplexitäts- und Risikomanagement	P				Su	4	5
M12	Projektstudium 2	WP				Ü	2	5
Summe SWS und LP				16/6	30		15/8	30

Form der Lehrveranstaltung:

SU= Seminaristischer Unterricht

Ü= Übung

Art des Moduls:

P= Pflichtfach

WP= Wahlpflichtfach

SWS= Semesterwochenstunden

LP= Leistungspunkte (ECTS)

AWE= Allgemeinwissenschaftliches Ergänzungsfach

3. Semester

4. Semester

Module Master		Art	Form	SWS	LP	Form	SWS	LP
M13	Unternehmenssoziologie	P	SU	4	5			
M14	Führung und Kommunikation	P	SU	4	5			
M15	Kolloquium zur Wirtschaftskommunikation	P	SU	4	5			
M16	Internationales Marketing	P	SU	4	5			
M17	Projektstudium 3	WP	Ü	4	6			
M18	AWE	WP	SU	2	2			
M19	AWE	WP	SU	2	2			
M20	Masterarbeit							25
M21	Masterseminar/Kolloquium					Ü	1	5
Summe SWS und LP				20/4	30		0/1	30
Summe Masterstudium							51/19	120

Auswahlverfahren für den konsekutiven Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation (Auszug)

§ 3 Zugangsvoraussetzungen

(1) Der Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation ist konsekutiv zum Bachelorstudiengang Wirtschaftskommunikation.

(2) Zugang zum Masterstudiengang erhält,

a) wer den erfolgreichen Abschluss eines ersten akademischen Grades mit mindestens 180 Leistungspunkten nachweist und

b) den ersten akademischen Grad in einem Bachelorstudiengang Wirtschaftskommunikation erworben hat oder wer einen Bachelor- oder Masterabschluss oder ein Hochschuldiplom in einem vergleichbaren Studiengang nachweist.

Über die Gleichwertigkeit von Abschlüssen anderer Studiengänge entscheidet die Auswahlkommission des Masterstudienganges Wirtschaftskommunikation.

§ 4 Frist und Form der Bewerbung

(1) Bewerbungen müssen für die Zulassung zum Wintersemester bis zum 15. Juli des Jahres vollständig bei der zuständigen Stelle der HTW Berlin eingegangen sein. Bewerber und Bewerberinnen, die die Bewerbungsfrist versäumen oder die Bewerbung nicht innerhalb der Frist formgerecht mit den erforderlichen Unterlagen einreichen, können nur nachrangig nach Abschluss des regulären Zulassungsverfahrens nach Maßgabe freier Plätze zugelassen werden.

(2) Die Bewerbung für den konsekutiven Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation bedarf der Schriftform. Die vollständigen Bewerbungsunterlagen umfassen:

- a) für den Studienzugang:
- ausgefülltes Online-Bewerbungsformular der HTW Berlin
 - Kopie des Reisepasses oder des Personalausweises (Identitätsnachweis)
 - Nachweis der Zugangsvoraussetzungen nach Maßgabe § 3 dieser Ordnung i.V.m. §§ 5 und 6 der Hochschulordnung der HTW Berlin in der jeweils geltenden Fassung; Zeugnisse sind in

Form beglaubigter Kopien beizufügen

- Nachweis der Anzahl der erworbenen Leistungspunkte des ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschlusses.

b) für die Studienzulassung gemäß §§ 6 und 7 dieser Ordnung:

- Nachweis des Abschlussprädikats des ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschlusses (Durchschnittsnote mit einer Nachkommastelle)
- Nachweis studiengangspezifischer Studienfächer, die über fachspezifische Motivation und Eignung Auskunft geben.

§ 6 Auswahlverfahren

Sofern für den Studiengang eine Zulassungszahl festgesetzt ist, richtet sich die Zulassung nach den folgenden Regelungen.

(1) Die Vergabe von Studienplätzen im konsekutiven Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation erfolgt nach folgenden Auswahlkriterien, die zu einer Messzahl zusammengefasst werden:

- a) Grad der im ersten akademischen Hochschulabschluss ausgewiesenen Qualifikation (Durchschnittsnote) als Faktor X_1 ,
- b) Nachweis studiengangspezifischer Studienfächer, die über fachspezifische Motivation und Eignung Auskunft geben als Faktor X_2 .

(2) Die Auswahl der Bewerber oder Bewerberinnen erfolgt aufgrund einer Rangfolge, die sich aus den Ergebnissen der Kriterien des Abs. 1 gemäß der Formel $X = 0,6 (X_1) + 0,4 (X_2)$ ergibt. Ergibt die so errechnete Messzahl für Bewerberinnen und Bewerber einen identischen Wert, ist das Verfahren bei Ranggleichheit nach §17 der Berliner Hochschulzulassungsverordnung anzuwenden.

(3) Der Anteil für das Auswahlverfahren gemäß Abs. 2 beträgt 80 v.H. Die übrigen 20 v.H. Studienplätze werden nach Wartezeit vergeben.

(4) Im Rahmen der 20 v.H. nach Wartezeit zu vergebenden Studienplätze können bis zu 5 v.H. der Studienplätze für Härtefälle vergeben werden.

§ 7 Durchführung des Auswahlverfahrens und Auswahlkriterien

(1) Die Bewertung der Qualifikation (Durchschnittsnote) erfolgt nach folgendem Schema:

Kriterium	Punkte/Messzahl
Durchschnittsnote von 1,0	25
Durchschnittsnote von 1,1	24
Durchschnittsnote von 1,2	23
Durchschnittsnote von 1,3	22
Durchschnittsnote von 1,4	21
Durchschnittsnote von 1,5	20
Durchschnittsnote von 1,6	19
Durchschnittsnote von 1,7	18
Durchschnittsnote von 1,8	17
Durchschnittsnote von 1,9	16
Durchschnittsnote von 2,0	15
Durchschnittsnote von 2,1-2,5	10
Durchschnittsnote von 2,6-3,0	5
Durchschnittsnote ab 3,1	0

(2) Die Gewichtung der Studienfächer, die über fachspezifische Motivation und Eignung Auskunft geben, wird durch die Auswahlkommission wie folgt geprüft:

Kriterium	Punkte/Messzahl
Wirtschaftskommunikation	25
Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation	20
Kommunikations- und Medienwissenschaften	5
Wirtschaftswissenschaften	5
Kommunikationsdesign	5

Der Studiengang Wirtschaftskommunikation

Standort

Campus Wilhelminenhof

Wilhelminenhofstraße 75 A

12459 Berlin

Sekretariat

Tel. +49 30 5019-2683/2981

Homepage des Fachbereichs

<http://www.f4.htw-berlin.de>

Homepage des Studiengangs

<http://www.f4.htw-berlin.de/studiengaenge/wiko.html>

Impressum:

Allgemeine Studienberatung

Treskowallee 8
10318 Berlin

www.htw-berlin.de/Studienberatung

Infoansage:

Tel. +49 30 5019-2199

Fax +49 30 5019-2241

Verkehrsverbindungen:

U5 Tierpark, S3 Karlshorst,
Tram 27, 37, M17