



Wirtschaftskommunikation

Master

Kurzübersicht

Abschluss	Master of Arts
Regelstudienzeit	4 Semester
Start	Wintersemester
Unterrichtssprache	Deutsch, teilweise Englisch
Standort	Campus Wilhelminenhof Wilhelminenhofstraße 75A 12459 Berlin
Zugangsvoraussetzungen	<ul style="list-style-type: none">• Erster akademischer Grad (Bachelor) mit mindestens 180 Leistungspunkten• Insbesondere Bachelorabschluss Wirtschaftskommunikation• Bachelor- oder Masterabschluss oder ein Hochschuldiplom in einem vergleichbaren Studiengang
Leistungspunkte	120

Kommunikationsmanagement bedeutet: die Vermittlung und Verbreitung von Informationen planen, organisieren und steuern. Kommunikationsprofis gestalten mit einer Vielzahl von Instrumenten das Bild des Unternehmens oder seiner Produkte in der Öffentlichkeit und bei seinen Kunden – von der klassischen Pressekonferenz oder der Werbekampagne bis hin zur Nutzung von interaktiven Social-Media-Plattformen oder Mobile-Marketing-Instrumenten. Zentral für das Masterstudium der Wirtschaftskommunikation an der HTW Berlin ist die praxisnahe Verbindung von Wirtschafts-, Sozial- und Kommunikationswissenschaften. Ob Sie einmal für einen Großkonzern kommunizieren oder Projekte in einem Beratungsunternehmen managen wollen – Ihnen werden hier alle Kenntnisse und Kompetenzen vermittelt, die Sie für eine Karriere in der Wirtschaftskommunikation benötigen. Neben dem fachlichen Know-how ist die Fähigkeit unverzichtbar, interdisziplinäre Teams zu leiten. Praxisprojekte sowie die Vermittlung von Managementkompetenzen gehören daher ebenfalls zum anspruchsvollen Programm des Master-Studiums an der HTW Berlin



Mehr Infos über den Studiengang
<https://wiko-master.htw-berlin.de>

Studienplanübersicht über die Module im 1. bis 4. Semester



Abkürzungsverzeichnis:

Art des Moduls

P: Pflichtfach, WP: Wahlpflichtfach, AWE: Allgemeinwissenschaftliches Ergänzungsfach

Form der Lehrveranstaltung

SL: Seminaristischer Lehrvortrag, PCÜ: PC-Übung, PÜ: Praktische Übung, PS: (Projekt-)Seminar

SWS: Semesterwochenstunden, LP: Leistungspunkte (ECTS)

Module Master 1. Semester (Wintersemester)		Art	Form	SWS	LP
M1	Kommunikation und Gesellschaft 1: Medien- und Konsumkultur	P	SL	4	5
M2	Leadership 1: Persuasion und Expression	P	SL/PÜ	2/2	5
M3	Strategische Kommunikation 1: Kommunikationsmanagement	P	SL	4	5
M4	Wahlpflichtmodul 1	WP	PÜ	4	5
M5	Marketing Intelligence 1: Qualitative Methoden und Analyseverfahren	P	SL/PÜ	2/1	5
M6	Projektstudium 1	WP	PS	2	5
Summe				18/3	30

Module Master 2. Semester (Sommersemester)		Art	Form	SWS	LP
M7	Kommunikation und Gesellschaft 2: Ethische und regulative Aspekte der Wirtschaftskommunikation	P	SL	3	5
M8	Leadership 2: Selbst- und Beziehungsmanagement	P	PÜ	3	5
M9	Strategische Kommunikation 2: Markenstrategien	P	SL	4	5
M10	Wahlpflichtmodul 2	WP	PÜ	2	5
M11	Marketing Intelligence 2: Konsumenten- und Medienverhalten	P	SL/PÜ	2/2	5
M12	Kommunikation und Gesellschaft 3: Wirtschaftskommunikation in der Transformationsgesellschaft	P	SL	2	5
Summe				22/2	30

Module Master 3. Semester (Wintersemester)		Art	Form	SWS	LP
M13	Projektstudium 2	WP	PS	2	5
M14	Leadership 3: Kooperation und Organisation:	P	SL	4	5
M15	Strategische Kommunikation 3: Beratungskommunikation	P	SL	4	5
M16	Wahlpflichtmodul 3	WP	PÜ	4	5
M17	Marketing Intelligence 3: Quantitative Analyseverfahren	P	SL/PCÜ	2/2	5
M18	Literatur- und Forschungsseminar	WP	PS	2	6
Summe				18/2	31

Module Master 4. Semester (Sommersemester)		Art	Form	SWS	LP
M19	AWE-Modul 1	WP	PÜ	2	2
M20	AWE-Modul 2	WP	PÜ	2	2
M21	Masterarbeit und Abschlusskolloquium	P			25
Summe Semester					29
Summe gesamt					120

Im ersten, zweiten und dritten Semester erhalten die Studierenden Wahlpflichtmodule zur Auswahl. Die angebotenen Module sind semestergebunden. Aus den angebotenen Modulen ist im ersten, zweiten und dritten Fachsemester je ein Modul (im Umfang von 5 ECTS) zu absolvieren.

Wahlpflichtmodul 1	SWS/LP
M4.1 Konzeptentwicklung	4/5
M4.2 Management und Strategie	4/5

Wahlpflichtmodul 2	SWS/LP
M10.1 Marketing Technologie)	2/5
M10.2 Aktuelle Aspekte der Wirtschaftskommunikation	2/5

Wahlpflichtmodul 3	SWS/LP
M16.1 Brand und Business Innovation	4/5
M16.2 Experience Strategy und Management	4/5

Fremdsprachen/AWE - Wahlpflichtmodule

Variante 1	LP
M19 AWE-Modul 1	2
M20 AWE-Modul 2	2
Summe	4

Variante 2	LP
M19 Englisch C1.1 oder C1.2 (Allgemeinsprache oder Wirtschaft oder Technik)	2
M20 AWE-Modul	2
Summe	4

Variante 3	LP
M19+ Englisch C1.1 oder C1.2 (Allgemeinsprache oder Wirtschaft oder Technik)	2+2
M20 oder Französisch/Russisch/Spanisch (Wirtschaft/B2.2)	oder 4

Variante 4	LP
M19+ Deutsch als Fremdsprache Technik/Wirtschaft C1.1	4
M20	

Zugangsvoraussetzungen und Auswahlverfahren für den konsekutiven Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation

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.

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:

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_3 .

(2) Die Auswahl der Bewerber oder Bewerberinnen erfolgt aufgrund einer Rangfolge, die sich aus den Ergebnissen der Kriterien des Abs. 1 gemäß der Formel $X = 0,6 (X_1) + 0,4 (X_3)$ ergibt. Ergibt die so errechnete Messzahl für Bewerberinnen und Bewerber einen identischen Wert, ist das Verfahren bei Ranggleichheit nach § 17 der Berliner Hochschulzulassungsverordnung anzuwenden.

Bewertung der Studienfächer

Die Bewertung der Studienfächer (Studiengänge), die über fachspezifische Motivation und Eignung Auskunft geben, wird nach folgendem Schema vorgenommen:

Studienfächer	Note/Faktor X_3
Studienfach Wirtschaftskommunikation	1,0
Studienfach mit Bezug zu Kommunikation und/oder Wirtschaft	1,6

Die Bewertung der Kriterien erfolgt durch die Auswahlkommission.