

STUDIENAUFBAU

SEM	1	2	3	4	5	6	7	
0 ECTS	Wirtschaftswiss. Grundlagen	Ext. & Int. Rechnungswesen	Online Marketing 1	Strategic Management	Praktisches Studiensemester			Projektphase
	Organisation & Marketing	Online-Anwendungen	Marktforschung	Consulting	Projektphase			Bachelorthesis
	Technologische Grundlagen	E-Business	Design & Usability	Online Marketing 2	Praktisches Studiensemester			Bachelor-Kolloquium
	Multimedia Storytelling	Media Systems/ Technologies	Medienproduktion	Webprojekt	Praktisches Studiensemester			Wahlpflicht-veranstaltung
	Orientierung	Schlüsselkompetenzen	Schlüsselkompetenzen	Social Media	Praktisches Studiensemester			Wahlpflicht-veranstaltung
	Wissenschaftl. Grundlagen	Wissenschaftl. Grundlagen	Wahlpflicht-veranstaltung	Schlüsselkompetenzen	Praktisches Studiensemester			Wahlpflicht-veranstaltung
30 ECTS					Praktisches Studiensemester			

BEWERBUNG

Voraussetzungen

Voraussetzung für die Zulassung zum Studium ist die allgemeine Hochschulreife, fachgebundene Hochschulreife (alle Formen) oder die Fachhochschulreife.

Eine Affinität für Online-Medien-Technologien, Interesse an Digital Marketing & Analytics sowie Digital Content Creation sind darüber hinaus empfehlenswert. Außerdem setzt der Studiengang gute Englischkenntnisse voraus.

Zulassung

Die Zulassung zum Studium ist beschränkt (Numerus clausus). Mit der Bewerbung sollte ein Motivationsschreiben eingereicht werden, das die Wahl des Studiums begründet.

Onlinebewerbung

www.hdm-stuttgart.de/onlinebewerbung

Bewerbungsfristen

15. JANUAR
für das Sommersemester

15. JULI
für das Wintersemester

Fotos

Hochschule der Medien Stuttgart

Icons

Erstellt von Freepik und Skylick von www.flaticon.com

BESUCHEN SIE UNSERE WEBSITE



www.omm.hdm-stuttgart.de

ODER FOLGEN SIE UNS AUF



facebook.com/omm.hdm



instagram.com/omm.hdm



youtube.com/ommhdm



Nobelstraße 10 70569 Stuttgart
Telefon +49 711 8923 10 Fax +49 711 8923 11
www.hdm-stuttgart.de

STUDIERN. WISSEN. MACHEN.



ONLINE-MEDIEN-MANAGEMENT

Bachelor of Arts (B. A.)

STUDIENGANG ONLINE-MEDIEN-MANAGEMENT

Multimediale Kommunikation und digitale Services sind eine zentrale Herausforderung für Unternehmen. Online-Medien-Management bedeutet, in allen Stufen der Wertschöpfung digitale Strategien zu kennen sowie digitale Technologien anzuwenden und umsetzen zu können. Online-Medien-Manager sind Online-Experten, die Unternehmen im stetigen Wandel der digitalisierten Welt begleiten.

Der Studiengang Online-Medien-Management bildet international orientierte Online-Medien-Spezialisten für das Management von Online-Medien aus. Sie verfügen über interdisziplinäre Kenntnisse aus den Bereichen Digital Marketing & Web Analytics, Online-Technologien und Digital Content Creation. Darüber hinaus sammeln sie im Rahmen von Praxisprojekten erste Erfahrungen im Projektmanagement und wenden dabei ihr theoretisches Wissen auf reale Problemstellungen aus der Wirtschaft an. Technologisches Wissen ist ein Enabler zur Gestaltung des digitalen Wandels. Deshalb lernen Online-Medien-Management-Studierende an praktischen Anwendungsfällen die Grundzüge des Programmierens sowie relevante Technologien kennen, verstehen und nutzen.



Des Weiteren werden Trends wie Digitale Transformation oder Data-Driven Marketing berücksichtigt. Anhand von Beispielen eignen sich die Studierenden Methoden und Tools an, mit denen sie für aktuelle Herausforderungen gewappnet sind.

STUDIUM STUDIENINHALTE

Das Studium gliedert sich in ein zweisemestriges Grundstudium, ein viersemestriges Hauptstudium sowie ein praktisches Studiensemester.

Im Grundstudium wird Wissen aus den Bereichen Wirtschaftswissenschaften, Medien und Online-Technologien vermittelt. Aufbauend auf einer fundierten Ausbildung von Schlüsselkompetenzen sind die Studierenden in der Lage, Zusammenhänge zwischen den Disziplinen zu erkennen und zu verstehen.

Im Pflichtbereich des Hauptstudiums stehen Unternehmensführung, Strategieentwicklung im digitalen Segment, Medienproduktion, Digital Marketing, Web Analytics sowie Medien- und Webprojekte im Vordergrund. Das fünfte Semester ist ein Praxissemester, das in einem Unternehmen nach Wahl der Studierenden erbracht wird. In den Semestern sechs und sieben werden interdisziplinäre Projekte in studiengangübergreifenden Gruppen durchgeführt. Dies dient dem Kennenlernen von echten Projektbedingungen, dem Austausch zwischen Studierenden und der Förderung von Soft Skills.

Durch die Auswahl der Projekte sowie Lehrveranstaltungen im Wahlbereich können verschiedene Schwerpunkte des Studiums individuell vertieft werden. In enger Zusammenarbeit mit Praxispartnern wird der Studiengang kontinuierlich an den Anforderungen des Arbeitsmarktes ausgerichtet.



Die für die berufliche Zukunft der Studierenden relevanten und aktuellen Themen werden in das Curriculum integriert. Der Einsatz innovativer Lehr- und Lernmethoden sowie die geringe Anzahl Studierender pro Semester sorgen hierbei für eine optimale Lernsituation und schaffen die Voraussetzungen für einen größtmöglichen Lernerfolg.

Die Regelstudienzeit beträgt sieben Semester und wird mit der Bachelorthesis abgeschlossen. Absolventen erhalten den staatlich anerkannten Grad Bachelor of Arts (B. A.).



INTERNATIONAL AUSLANDSAUFENTHALT

Auf einem globalisierten Arbeitsmarkt sind interkulturelle Kompetenz und Auslandserfahrungen entscheidende Faktoren für beruflichen Erfolg. Daher werden einige Lehrveranstaltungen in englischer Sprache unterrichtet. Außerdem wird empfohlen, das vierte oder sechste Semester an einer ausländischen Partnerhochschule zu verbringen. Auch die Praxisphase im fünften Semester kann außerhalb Deutschlands absolviert werden. Der Studiengang und die Hochschule unterstützen internationale Vorhaben durch gezielte Informationsveranstaltungen und individuelle Beratungsangebote für Studierende. Zur Vorbereitung werden zudem Sprachkurse für verschiedene Sprachniveaus offeriert.

ZUKUNFT BERUFSPERSPEKTIVEN

Aufgrund der hohen Innovationsgeschwindigkeit und technologischen Entwicklung sind Tätigkeitsgebiete im Bereich Online-Medien dynamisch und einem ständigen Wandel unterworfen. Da die Berufsfelder in diesen Bereichen noch jung sind, besteht in Unternehmen großer Bedarf an qualifiziertem Personal. Mithilfe ihrer interdisziplinären Kenntnisse können die Absolventen in den Online-Segmenten unterschiedlicher Märkte und Unternehmen tätig sein – von Medienunternehmen, Agenturen und Industrieunternehmen bis zu Dienstleistern. Die möglichen Aufgabenfelder als digitale Spezialisten oder Führungskräfte sind vielfältig, beispielsweise in den Bereichen Produkt- und Projektmanagement, Digitalisierung, E-Business, strategisches Management, Digitales Marketing, Content Creation, Web Analytics und Performance Marketing oder IT-Konzeption und -Umsetzung.

Das Studium rüstet zukünftige Absolventen für den Einsatz in spannenden Aufgabengebieten. Aufgrund der interdisziplinären Lehre erfüllen sie eine gefragte Schnittstellenfunktion zwischen den Fach- und Querschnittsbereichen in den Unternehmen. Die erworbene Qualifikation befähigt sie auf ideale Weise, die sich dynamisch verändernden Anforderungen heutiger und zukünftiger Arbeitskulturen und Märkte zu adaptieren.

