



Staatlich anerkannte, private
**Fachhochschule des
Mittelstands (FHM)**

Bachelor of Arts (B.A.)

Medienkommunikation & Journalismus

Studienform:	Vollzeit	Berufsbegleitend
Studienort:	Bielefeld, Köln, Hannover	Bielefeld, Köln, Hannover
Studienstart:	Mai & Oktober	Oktober
Studiendauer:	3 Jahre inkl. 24 Wochen Praxisphase im In- oder Ausland	4 Jahre
Studiengebühr:	575,00 EUR/Monat	435,00 EUR/Monat
Bewerbungsgebühr:	50,00 EUR	50,00 EUR
Auswahlverfahren:	100,00 EUR	100,00 EUR
Abschlussprüfung:	500,00 EUR	500,00 EUR

Stand der Information: Dezember 2011

Welche Besonderheiten bietet der Studiengang?

Der Studiengang Bachelor of Arts (B.A.) Medienkommunikation & Journalismus verbindet in besonderer Weise theoretische Inhalte mit praktischen Erfahrungen. Das Studium vermittelt neben einem betriebswirtschaftlichen Grundwissen eine umfassende Medien- und Journalismuskompetenz für unterschiedliche Bereiche. Journalistinnen und Journalisten müssen eine besondere Sensibilität und Kommunikationskompetenz im Umgang mit Sprache, Bild und Ton entwickeln. Daher werden während des Studiums neben der Journalismuskompetenz die personalen und sozialen Kompetenzen der Studierenden gefördert.

Im Mittelpunkt des Studiums steht die journalistische Ausbildung für die unterschiedlichen Anforderungen von Redaktionen und Kommunikationsabteilungen in Unternehmen. Sie werden vorbereitet für journalistische Tätigkeiten und Textproduktionen bei Zeitungen und Zeitschriften, TV-Produktionen, beim Hörfunk, bei Internetredaktionen, aber auch für die Produktion von Kunden- und Mitarbeiterzeitungen sowie für sämtliche Kommunikationsmaßnahmen im Bereich Corporate Publishing. Die Konzeption und Umsetzung von journalistischen Produkten steht hierbei ebenso im Mittelpunkt wie die komplette redaktionelle Erstellung und Betreuung von Medien. Die staatlich anerkannte, private Fachhochschule des Mittelstands (FHM) legt besonderen Wert auf eine hohe Praxisorientierung: Neben den Professoren sind zahlreiche Dozentinnen und Dozenten aus der Praxis in die Lehre eingebunden. Die Studierenden haben die Möglichkeit, ihre Qualifikation in Praxis-Projekten anzuwenden.



Wer sollte Medienkommunikation & Journalismus studieren?

Mit dem Studiengang Medienkommunikation & Journalismus spricht die FHM Studieninteressierte an, die bereits während der Schulzeit für eine Schülerzeitung tätig waren oder durch freie Mitarbeit bei einer Print- oder Onlineredaktion erste journalistische Erfahrungen gesammelt haben. Vielleicht haben Sie auch schon eine kreative oder kaufmännische Berufsausbildung abgeschlossen, möchten nun Ihre journalistischen Kenntnisse weiterentwickeln und ein anspruchsvolles Studium anschließen. Oder Sie sind bereits in einer Kommunikationsabteilung tätig und streben durch ein Studium eine Erweiterung Ihres Verantwortungsbereichs an.

Möglicherweise planen Sie, sich in den Bereichen Journalismus, Kommunikation und Public Relations selbstständig zu machen. Neben einem ausgeprägten Interesse an wirtschaftlichen und medien-spezifischen Fragestellungen sind gute Englisch-Kenntnisse sowie eine überdurchschnittliche journalistische Vermittlungsfähigkeit gefordert – ebenso wie ein Gespür für Sprache und Kommunikation. Die Fachhochschule des Mittelstands (FHM) bietet Bewerberinnen und Bewerbern ein optimales Studiumumfeld, in dem Sie Ihre persönlichen Interessen und Qualifikationen individuell weiterentwickeln können.

Welche Perspektiven bietet das Studium?

Die Medienindustrie bewegt sich äußerst dynamisch und bietet vielfältige und interessante Berufsperspektiven. Die FHM hat sich das Ziel gesetzt, Fach- und Führungskräfte mit betriebswirtschaftlichem Know-how für die



Staatlich anerkannte, private
**Fachhochschule des
Mittelstands (FHM)**

Staatlich anerkannte, private Fachhochschule des Mittelstands (FHM)

// Bielefeld: Hotline 05 21. 9 66 55-21, bielefeld@fh-mittelstand.de
Ravensberger Straße 10 G, 33602 Bielefeld

// Köln: Hotline 02 21. 25 88 98-0, koeln@fh-mittelstand.de
Hohenzollernring 16-18, 50672 Köln

// Hannover: Hotline 05 11. 3 74 96-80, hannover@fh-mittelstand.de
Lister Straße 18, 30163 Hannover



Prof. Dr. Anne Dreier, Wissenschaftliche Studienleiterin

Medienbranche auszubilden. Der Bachelor-Studiengang Medienkommunikation & Journalismus integriert dabei auf einzigartige Weise Wirtschafts-, Medien- und Journalismuskompetenz und bereitet die Absolventinnen und Absolventen umfassend auf ihre spätere Tätigkeit an der Schnittstelle von Wirtschaft, Medien und Kommunikation vor.

Berufsperspektiven eröffnen sich nach dem Bachelor-Studium in Redaktionen von klassischen Zeitungs- und Zeitschriftenverlagen, bei Internetportalen, Hörfunk- und TV-Anstalten sowie in der Politik und Verwaltung. Darüber hinaus bietet sich ein interessanter Einstieg in die Kommunikationsabteilungen von Wirtschaftsunternehmen. Die zukünftigen Absolventinnen und Absolventen dieses Studiengangs sind in der Lage, die komplette Medienarbeit in kleinen und mittelständischen Unternehmen zu verantworten. Eine weitere Perspektive ist auch der Einstieg in eine PR-Agentur. Die enge Verzahnung von Theorie und Praxis ermöglicht es Studierenden, früh mit potenziellen Arbeitgebern in Kontakt zu kommen und bereitet auf die Übernahme von Fach- und Führungsaufgaben vor.

Welche Studieninhalte führen zum Abschluss?

Das Studienkonzept der FHM umfasst vier Kompetenzbereiche: die allgemeine Wirtschaftskompetenz, die spezielle Kompetenz im Bereich Medienkommunikation und Journalismus, die personale und soziale Kompetenz sowie die Aktivitäts- und Handlungskompetenz.

Im Bereich der allgemeinen Wirtschaftskompetenz werden betriebswirtschaftliche Kenntnisse vermittelt, die für die Übernahme einer Führungs-

Die Studieninhalte im Überblick:

Allgemeine Wirtschaftskompetenz

- // Volkswirtschaftslehre
- // Betriebswirtschaftslehre
- // Marketing & Vertrieb

Personale und soziale Kompetenz

- // Wirtschaftsenglisch
- // Selbstmanagement und -marketing
- // Teammanagement
- // Präsentation und Moderation
- // Studium Generale

Aktivitäts- und Handlungskompetenz

- // Studium in der Praxis (SiP)
im In- oder Ausland
- // Wissenschaftliches Arbeiten
- // Unternehmensgründung
- // Strategische Karriereplanung
- // Medienprojekte

Medien-Journalismuskompetenz

- // Medientheorie
- // Kommunikationswissenschaften
- // Medienwirtschaft
- // Öffentlichkeitsarbeit/PR
- // Journalismus/Publizistik
- // Fachjournalismus
- // Onlinejournalismus
- // Software-Grundlagen
- // Medien- und Presserecht
- // Medien-Projektmanagement
- // Mediencontrolling
- // Print-Journalismus
- // Hörfunk- und TV-Journalismus
- // Journalistische Darstellungsformen
- // Corporate Publishing

position unerlässlich sind. BWL, VWL, Marketing & Vertrieb gehören heute zum Basiswissen. Qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Kommunikationsbereich müssen Hintergründe verstehen und betriebswirtschaftliche Themen kommunizieren können.

Im Bereich der Medien-Journalismuskompetenz vermittelt FHM umfassende Kenntnisse der Medien- und Kommunikationsbranche – von der theoretischen Basis (Medientheorie und Kommunikationswissenschaften) über die Funktionsweisen des Medienmarktes (Medienwirtschaft) und die technologischen Voraussetzungen (Software-Grundlagen) bis hin zur Wirkungsweise von Medien. Im Mittelpunkt stehen die theoretische und praktische Vermittlung der Methoden und der Instrumenteneinsatz. Hierzu zählen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Journalismus und der Publizistik. Die Studierenden erlernen die praktische Arbeit im Bereich der internen und externen Kommunikation und werden mit speziellen Tätigkeitsfeldern wie Krisen-PR oder Investor Relations vertraut. In den Modulen Fachjournalismus und Online-Journalismus wird das journalistische Know-how vertieft. Hinzu kommen detaillierte Kenntnisse im Medien- und Presserecht.

Auch die personalen und sozialen Kompetenzen spielen im späteren Berufsleben eine entscheidende Rolle. Qualifikationen wie Eigenorganisation, Kommunikations- und Teamfähigkeit sowie Präsentationstechnik entscheiden heute in hohem Maße über die Auswahl zukünftiger Führungskräfte. Im Bereich der Aktivitäts- und Handlungskompetenz stehen der intensive Austausch mit Medienunternehmen und -institutionen sowie die Kooperation mit der Wirtschaft im Fokus.