



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



Studienform:	Berufsbegleitend Blended Learning Konzept
Studienort:	Bielefeld
Studienstart:	Mai und Oktober
Studiendauer:	20 Monate (5 Trimester)
Studiengebühr:	450,00 EUR/Monat
Auswahlverfahren:	50,00 EUR
Bewerbungsgebühr:	100,00 EUR
Masterarbeit u. Präsentation:	500,00 EUR

Master of Arts (M.A.)

New Media Management

- // International anerkannter Abschluss
- // Berufsbegleitendes Studium in 20 Monaten
- // Zukunftsweisende, innovative Inhalte
- // Qualifikation für Führungskräfte in der Unternehmenskommunikation
- // Wissenschaftlich fundiert, anwendungsorientiert und unternehmensnah



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 Blogos-

sphäre entwickeln sich rasant und haben potenziell Auswirkungen auf alle Unternehmen. Die Nachfrage nach Experten, die New Media-Plattformen des Web 2.0 analytisch-fundierte 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 Organisationen, 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 strategische 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 Zusammenar-

beit 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

MASTERARBEIT



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



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 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.

Welche Zulassungsvoraussetzungen sind erforderlich?

Formale Voraussetzungen zur Aufnahme eines weiterbildenden Master-Studiums an der staatlich anerkannten, privaten Fachhochschule des Mittelstands (FHM) sind ein Hochschulabschluss und eine mindestens einjährige Berufserfahrung.

Für Ihre Bewerbung werden folgende Unterlagen benötigt:

- // Bewerbungsschreiben mit Angaben über Studienmotive, Ziele und persönlichen Hintergrund
- // Lebenslauf
- // Nachweis eines Hochschulabschlusses
- // Nachweis einer einjährigen Berufspraxis

Wie bewerbe ich mich um einen Studienplatz?

Nach Einreichung der schriftlichen Bewerbungsunterlagen, die bei der Studienberatung oder im Internet erhältlich sind, entscheidet eine Bewertungskommission über die Einladung zu einem mehrstündigen Auswahlverfahren. Im Rahmen dieses Verfahrens bearbeiten Sie eine fachspezifische Aufgabe und schätzen Ihre Vorkenntnisse in verschiedenen Themenberei-

chen ein. Außerdem lösen Sie mit anderen Bewerberinnen und Bewerbern verschiedene Gruppenaufgaben, nehmen an einem Englischtest teil und durchlaufen eine Kompetenzdiagnostik nach dem KODE®-Verfahren. Den Abschluss bildet ein persönliches Gespräch mit einem der Hochschulprofessoren. Auf der Grundlage einer abschließenden Gesamtbeurteilung erhalten Sie innerhalb von 10 Tagen eine verbindliche Studienplatzzusage oder -absage von der FHM. Je Studiengruppe werden circa 40 Studierende aufgenommen. Bewerbungen sind ganzjährig möglich.

Wer ist die Fachhochschule des Mittelstands (FHM)?

Die staatlich anerkannte, private Fachhochschule des Mittelstands (FHM) qualifiziert mit ihren akkreditierten Bachelor-, Master-, MBA- und Promotions-Studienangeboten Fach- und Führungskräfte mit betriebswirtschaftlichem Know-how für die mittelständische Wirtschaft. Mit 50 Studierenden wurde im Jahr 2000 der Studienbetrieb an der FHM aufgenommen und 2009 erstmalig die Marke von 1.000 eingeschriebenen Studierenden überschritten. Die FHM hat, vom Campus Bielefeld ausgehend, Standorte in Köln, Pulheim, Hannover sowie Berlin gegründet und sich mit je einem Campus in China (Suzhou) und Vietnam (Hanoi) auch im internationalen Hochschulmarkt etabliert. Auch die hochschuleigenen In-Institute für den Mittelstand in Lippe, Hannover, München und China tragen mit zahlreichen nationalen und internationalen Projekten maßgeblich zur angewandten Forschung an der FHM bei. Im Jahr 2007 wurde die FHM institutionell vom Wissenschaftsrat der Bundesrepublik Deutschland akkreditiert. Aufgrund einer sehr guten Bewertung wurde die Akkreditierung für die höchstmögliche Dauer von zehn Jahren ausgesprochen und eine exzellente Qualität der FHM in Lehre, Forschung und Weiterbildung bestätigt.

Staatlich anerkannte, private Fachhochschule des Mittelstands (FHM)

// Bielefeld: Hotline 05 21. 9 66 55-21

info@fhm-mittelstand.de, www.fhm-mittelstand.de
Ravensberger Straße 10 G, 33602 Bielefeld

Stand der Information: Januar 2011