

15. Juli

Masterstudiengang Kommunikationsmanagement M.A.

Mit einem individuellen, flexiblen und zukunftsweisenden
Master zum Kommunikationsexperten

15. Juli

Kommunikationsmanagement M.A.

Wir verfolgen ein breites Verständnis von Kommunikationsmanagement im Sinne von Kommunikationskoordination, das heißt es kann und darf nicht allein um strategische Kommunikation, um Public Relations, Unternehmens- oder Organisationskommunikation gehen. Damit ist unser Studiengang in Deutschland einzigartig. Das sozusagen wäre unsere USP, unsere „unique selling proposition“.

Studienverlaufsplan

1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester
Methodenkompetenz	Statistik	Handlungskompetenz	Masterseminar
Kommunikationstheorie	Vertiefung I	Vertiefung III	Masterarbeit mit Kolloquium
Kommunikationspraxis	Vertiefung II	Vertiefung IV	
Mediensystem	Forschungs- oder Praxisprojekt		
Marketing / Management			

Forschungs- oder Praxisprojekt

- Zwei einsemestrige Projekte mit jeweils 12, oder ein zweisemestriges Projekt mit insgesamt 24 Credits möglich.
- **Bewerbungsverfahren:** Studierende suchen sich mittels Projektskizze eine*n Betreuer*in (ein standardisiertes Formular wird vorgegeben)
- **Mögliche Betreuer*innen:** Prof. Dr. (N.N.) PR, Prof. Dr. Boris Blechschmidt, Prof. Andreas Kölmel, Prof. Dr. Axel Lippold, Prof. Dr. Marc-Christian Ollrog, Prof. Dr. habil. Harald Rau, Prof. Dr. Denise Sommer, Prof. Dr. Michael Vorfeld
- Gruppenarbeiten - auch professurenübergreifend - sind gerne gesehen.
- Kombinationsmöglichkeiten: F (2), P (2), F+F, P+P, F+P, P+F

Forschungs- oder Praxisprojekt

Beispiele für das Forschungs- oder Praxisprojekt:

- Eigenes Forschungsprojekt im Bereich Kommunikationsmanagement mit quantitativem oder qualitativem Schwerpunkt über ein oder zwei Semester hinweg (z.B. Befragung, Delphi-Studie, Theoretische Auseinandersetzung, Begleitung eines Forschungsantragsprojektes)
- Eigenes Praxisprojekt (Konzeption einer Podcastreihe, umfangreicheres Filmprojekt, Projekt mit einem Praxispartner (Unternehmen, Agentur, Nichtregierungsorganisation, Verein, etc.)
- Zusammenarbeit mit anderen Fakultäten und anderen Bereichen der Fakultät (z.B. Kooperation mit Studierenden im neuen Master Verkehrsmanagement).
- Unterstützung von international erfolgreichen Forschungsprojekten des Bereiches Medien – aktuell z. B. „Location Based Services in der regionalen Medienkommunikation“ – was ebenso PR- wie auch Publizistik-Thema wäre (Beispiel und ansprechbar: Per Ole Uphaus), Weitere Projekte: Paid Content in Onlineangeboten von Tageszeitungen, Verflechtungsstrukturen von TV-Sendern.
- Managementaufgaben bei Projekten des Bachelorstudienganges (z.B. Campus 38 oder Filmprojekte).

Vertiefungsfelder

- **Vertiefungsfelder:** Kommunikationstheorie, Kommunikationspraxis, Mediensystem sowie Marketing/Management
- **Angebotsverfahren:** Dozierende machen Veranstaltungsangebote
- Wahl der Vertiefung nach dem ersten Semester
- Veranstaltungen aus zwei, drei oder vier Vertiefungsfeldern sind wählbar und ergeben somit ein individuelles Studienprofil

Studienprofil „Praxis“

1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester
Methodenkompetenz	Statistik	Handlungskompetenz	Masterseminar
Kommunikationstheorie	Kommunikationspraxis	Kommunikationspraxis	Masterarbeit mit Kolloquium
Kommunikationspraxis	Marketing / Management	Marketing / Management	
Mediensystem	Praxisprojekt		
Marketing / Management			

Studienprofil „Forschung“

1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester
Methodenkompetenz	Statistik	Handlungskompetenz	Masterseminar
Kommunikationstheorie	Kommunikationstheorie	Kommunikationstheorie	Masterarbeit mit Kolloquium
Kommunikationspraxis	Mediensystem	Mediensystem	
Mediensystem	Forschungsprojekt		
Marketing / Management			

Studienprofil „Breite Aufstellung“

1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester
Methodenkompetenz	Statistik	Handlungskompetenz	Masterseminar
Kommunikationstheorie	Kommunikationstheorie	Kommunikationstheorie	Masterarbeit mit Kolloquium
Kommunikationspraxis	Mediensystem	Mediensystem	
Mediensystem	Forschungsprojekt		
Marketing / Management			

Studienprofil „Mobilität“

1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester
Methodenkompetenz	Statistik	Mobilitätssemester (+ Forschungsprojekt II)	Masterseminar
Handlungskompetenz	Forschungsprojekt I		Masterarbeit mit Kolloquium
Kommunikationstheorie	Kommunikationstheorie		
Kommunikationspraxis	Kommunikationspraxis		
Mediensystem	Mediensystem		
Marketing / Management	Marketing / Management		

Neue Zulassungsordnung

Abschluss- bzw. Durchschnittsnote

1,0 – 1,30: 60 Punkte
1,31 – 1,70: 50 Punkte
1,71 – 2,00: 40 Punkte
2,01 – 2,30: 30 Punkte
2,31 – 2,50: 20 Punkte
< 2,50: 0 Punkte

Exposé zur Abschlussarbeit

20 Punkte

Wartezeit nach letztem Abschluss

pro halbem Jahr 5
Punkte (max. 10
Punkte)

Wichtige Links

- **KomMa Website:**
<https://komma.ostfalia.de/kommunikationsmanagement-studieren/>
- **Modulkatalog:**
https://www.ostfalia.de/cms/de/k/.content/documents/modulkataloge/Modulkatalog_KM.pdf
- **Zulassungsordnung:**
https://www.ostfalia.de/cms/de/rechtliches/verkuendungsblaetter/2020/08-2020_ZO_Kommunikationsmanagement.pdf
- **Bewerbungsseite des Immatrikulationsbüros:**
<https://www.ostfalia.de/cms/de/immatrikulation/onlinebewerbung/>
- **Portal zur Online-Bewerbung:**
<https://cmo.ostfalia.de/qisserver/pages/cs/sys/portal/subMenu.faces?navigationPosition=locallinks1>

