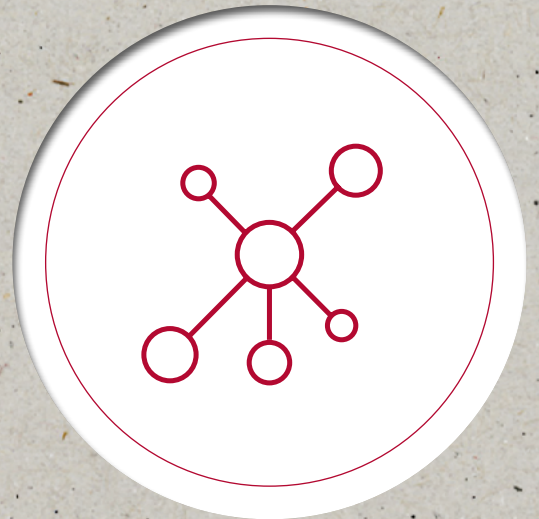


MBA in Digital- und Medien- management



Inhalt

**DER MBA IN DIGITAL- UND
MEDIENMANAGEMENT**
Bereit für morgen

02

DIE VORTEILE
5 Gründe für unseren MBA

03

DIE HAMBURG MEDIA SCHOOL
Willkommen am Mediacampus

04

KARRIEREWEGE UNSERER ALUMNI
Führungskräfte in der Digital- und Medienbranche

06

07

KOLJA BARDE
Profil 1

08

ISABELLE MEUTH
Profil 2

09

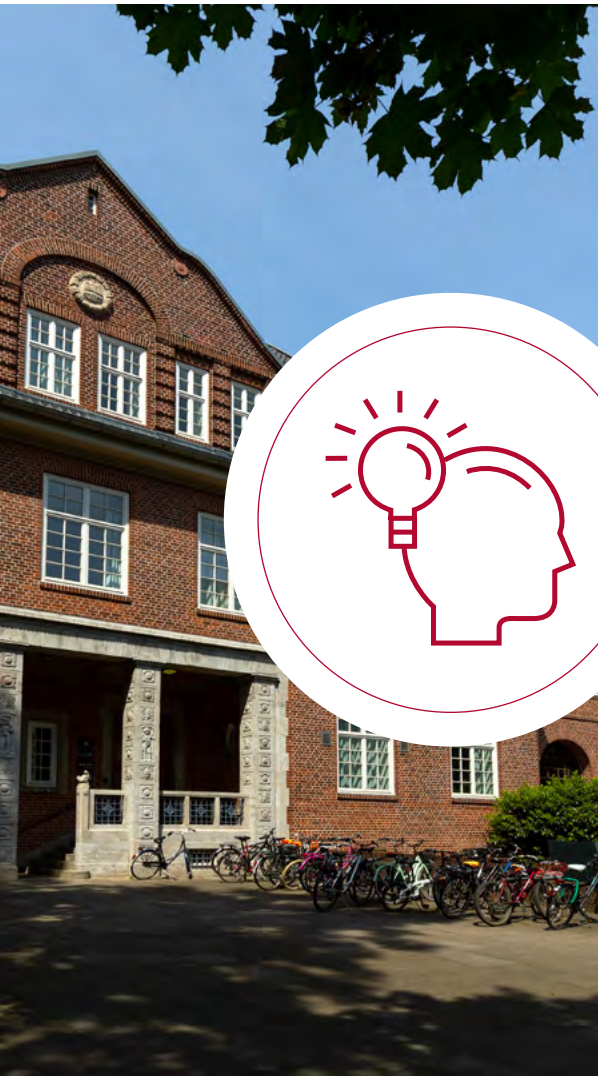
PHILIPP WERNER
Profil 3

10 | **PRAXISBEZUG IM STUDIUM**
Learning by doing

12 | **INTERNATIONALES**
Internationale Erfahrungen gewinnen

14 | **DAS CURRICULUM**
Inhalte und Aufbau des Studiums

16 | **ZITAT**
Univ.-Prof. Dr. Armin Rott



SPEZIALISIERUNGSMÖGLICHKEITEN | **17**
Genau deins

KOSTEN UND FINANZIERUNG | **18**
Eine Investition in deine Zukunft

BEWERBUNG | **20**
Nutze deine Chance

DIE FAKTEN | **21**
Alles auf einen Blick

Bereit für morgen

Der MBA in Digital- und Medien- management

Der MBA in Digital- und Medienmanagement ist der richtige Masterstudiengang für dich, wenn du Medien liebst, eine Leidenschaft für digitale Themen hast und die betriebswirtschaftliche Seite der Digital- und Medienbranche kennen- und verstehen lernen möchtest.

Der zweijährige Vollzeitstudiengang wird in Kooperation mit der Exzellenzuniversität Hamburg durchgeführt. So bekommst du das Beste aus zwei Welten: wissenschaftliche Fundierung und praktische Relevanz. Der Studiengang kombiniert aktuelle Studieninhalte, eine strenge Qualitätssicherung und einen staatlich anerkannten Universitätsabschluss; gleichzeitig vermitteln dir praxisnahe Dozentinnen und Dozenten eine MBA-typische Managementausbildung, betriebswirtschaftliches und medienökonomisches Know-how sowie wichtige Kenntnisse strategischer und kreativer Medienprozesse. Dieses Wissen kannst du während der Praxisprojekte, Praktika und Auslandsaufenthalte anwenden und vertiefen. Da du mehrere Projekte mit unterschiedlichen Unternehmen bearbeitest, knüpfst du schon im Studium ein wertvolles Netzwerk für deinen beruflichen Ein- und Aufstieg.

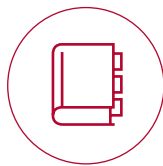
Der curricular verankerte Wahlbereich bietet dir darüber hinaus die Möglichkeit, das Studium nach eigenen Interessen und Entwicklungszielen anzupassen. Ob du dabei von deinem eigenen Start-up träumst, deine Zukunft im Online Marketing siehst oder lernen willst,

mit Big Data umzugehen: Mit den Spezialisierungstracks und Wahlfächern (Electives) richtest du dein Studium auf deine individuellen Bedürfnisse aus.

Auf diese Weise wirst du in dem intensiven MBA-Programm für den direkten Berufseinstieg als Fach- und Führungskraft in die Digital- und Medienbranche vorbereitet. Nach den vielen Präsentationen, Projekten und Teamaufgaben im Studium sind unsere Absolventinnen und Absolventen nicht nur fachlich ausgezeichnet vorbereitet, sondern verfügen auch über Sicherheit im Auftritt und die Fähigkeit, sich in immer neue Themen schnell einzuarbeiten. So gestalten sie in allen Schaltstellen und Teilbereichen der Digital- und Medienindustrie die Zukunft dieser attraktiven Branche.

Dass die Hamburg Media School darüber hinaus eng mit Ausbildungs- und Forschungspartnern sowie mit rund 50 Digital- und Medienunternehmen vernetzt ist, die sich als Stifter und Förderer engagieren, eröffnet weitere Gelegenheiten, dir bereits im Studium ein eigenes Netzwerk aufzubauen.

Abgerundet wird das Studium durch die intensive, persönliche Betreuung, die familiäre Atmosphäre, kleine Gruppengrößen sowie vielfältige außercurriculare Angebote. Hierzu zählen unter anderem Coaching- und Mentoring-Programme, Hackathons, Wettbewerbe, Netzwerkevents u.v.m.



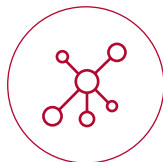
1. CURRICULUM

- Management, Medienökonomie und -produktion in einer wissenschaftlich fundierten, praxisorientierten Ausbildung
- Persönliche Spezialisierung durch Tracks, Electives und Projektauswahl
- Nicht konsekutiv



2. PRAXIS

- Reale Beratungs- und Praxisprojekte
- Dozierende aus der Digital- und Medienwirtschaft
- Regelmäßige Gast- und Expertengespräche
- Exkursionen zu Digital- und Medienunternehmen



3. NETZWERK

- Public-private-Partnership mit enger Verknüpfung zur Digital- und Medienbranche
- Alumni-Verein mit weitverzweigtem Netzwerk
- Vielfältige Kontaktmöglichkeiten durch curriculare und außercurriculare Veranstaltungen



4. PERSÖNLICHKEIT

- Regelmäßige Entwicklungs- und Orientierungsgespräche
- Karriere- und Persönlichkeits-Coachings mit ausgebildeten Expertinnen und Experten
- Alumni- und Mentoring-Programm
- Feedbackgespräche
- Trainings in Teamwork und Führungsfähigkeiten



5. INTERNATIONALITÄT

- Internationale Medienreisen
- Mit dem Curriculum kompatibler, fakultativer Auslandsaufenthalt im 5. Term
- Curriculare Möglichkeit zu einem Auslandspraktikum
- Erasmus-Kooperationspartner
- Individuelle Betreuung durch das International Office

Willkommen am Mediocampus

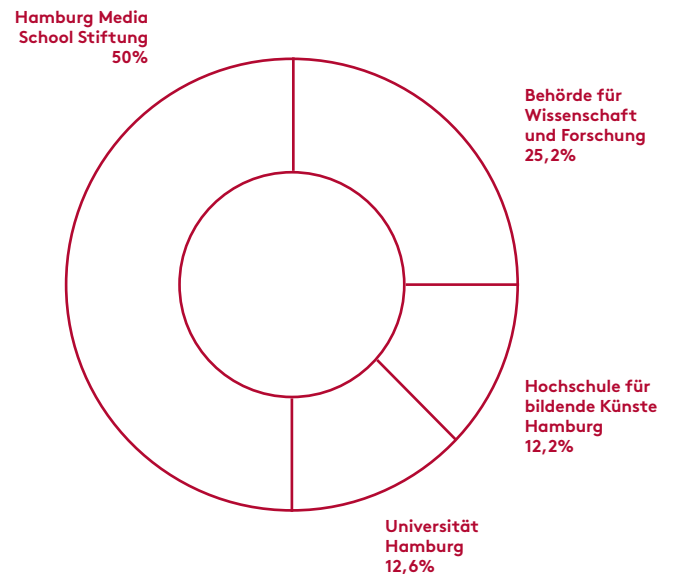
Die Hamburg Media School

Seit ihrer Gründung im Jahr 2003 steht die Hamburg Media School (HMS) für eine wissenschaftliche, praxisorientierte und interdisziplinäre Ausbildung in den Bereichen Digital- und Medienmanagement, Journalismus und Film. Mit vier Masterstudiengängen und einem Bachelorstudiengang im Digital- und Medienbereich ist sie die Anlaufstelle für fundierte, medienzentrierte Aus- und Weiterbildung am Medien- und Wissenschaftsstandort Hamburg. Ergänzt wird dieses spezialisierte Studienangebot durch einen Weiterbildungs- sowie einen Forschungsbereich.

Das historische Gebäude der HMS, eine ehemalige Geburtsklinik, ist mit seinen prägnanten roten Klinkern, hohen Decken und langläufigen Fluren eingebettet in den Kunst- und Mediocampus in der Finkenau. Dieser beherbergt neben der HMS auch die Fakultät Design, Medien und Information (DMI) der Hochschule für Angewandte Wissenschaften (HAW), ebenso die Miami Ad School, die Hochschule für bildende Künste (HfbK) und TIDE TV.

Als Public-private-Partnership stellt die HMS eine Mischform einer staatlich und privat finanzierten Bildungseinrichtung dar. Ihre Gesellschafter bestehen aus der Freien und Hansestadt Hamburg, der Universität Hamburg, der Hochschule für bildende Künste sowie der Hamburg Media School Stiftung, die sich aus rund 60 Digital- und Medienunternehmen zusammensetzt. Diese engagieren sich als Stifter und Förderer für die HMS.

Für dich entstehen durch diese besondere Struktur wesentliche Vorteile. Einerseits ist die HMS, anders als private Bildungseinrichtungen, an höchste Qualitäts- und Wissenschaftsstandards gebunden. Zudem wird dir dein Abschluss durch die Exzellenzuniversität Hamburg verliehen. Andererseits profitierst du von dem starken Netzwerk in die Privatwirtschaft und den gegenüber öffentlichen Hochschulen größeren und individuelleren Entscheidungs- und Gestaltungsfreiheiten.



Doch nicht nur durch ihre Organisationsform ist die HMS einmalig in Deutschland. Einzigartig macht sie vor allem ihr Selbstverständnis. Neben der qualitativ hochwertigen fachlichen Ausbildung fördert die HMS auch die persönliche Entwicklung der Studierenden. Dabei helfen die ausgesprochen familiäre Atmosphäre und die persönliche, individuelle und sehr flexibel ausgerichtete Betreuung. Viele Studierende bleiben auch lange nach ihrem Studium der Schule eng verbunden und engagieren sich aktiv in dem großen Alumni-Netzwerk, das u.a. das Alumni-Mentoringprogramm für Studienanfänger*innen, regelmäßige Stammtische, eine Jobbörse sowie HMS-Events wie z.B. Design Sprints und Hackathons organisiert.



KUNST- UND
MEDIENCAMPUS
HAMBURG

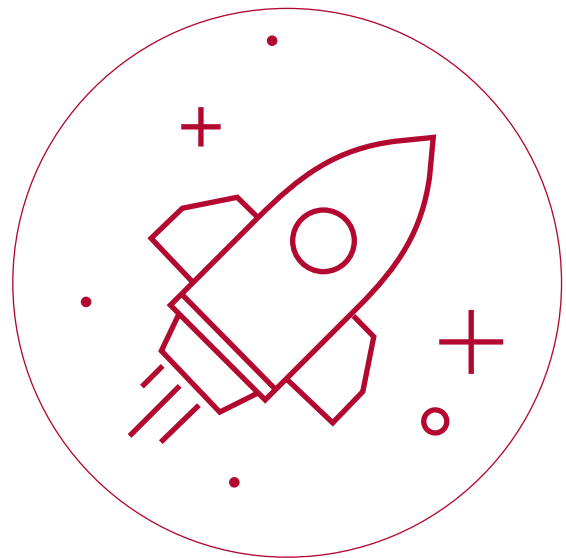
Führungskräfte in der Digital- und Medienbranche

Karrierewege unserer Alumni

Die Karrierewege unserer Absolventinnen und Absolventen sind so vielfältig wie ihre Persönlichkeiten, Talente und Erststudiengänge.

Sie arbeiten z.B. als Client Partner bei Facebook, als Publishing Manager bei Gruner + Jahr, als Performance Strategist bei Google, Produktionsmanagerin bei der RTL Mediengruppe oder als Strategic Partnership Manager bei Airbnb in San Francisco.

Die beruflichen Perspektiven nach Abschluss des MBA sind breit gefächert und ermöglichen es dir, deine individuellen Karriereziele in der Digital- und Medienbranche zu verfolgen und zu erreichen. Dabei fördern wir dich nicht nur fachlich, sondern unterstützen auch deine persönliche Weiterentwicklung und leisten Orientierungshilfe, damit du als eine bzw. einer unserer Absolventinnen und Absolventen in der Branche an- und weiterkommst.



Kolja Barde

„Die sehr praxisbezogene Hamburg Media School war die ideale Ergänzung zu meinem theoretischen VWL-Studium und ein wichtiger Schritt zum erfolgreichen Berufseinstieg.“



Nach seinem Bachelorabschluss in VWL studierte Kolja von 2013 bis 2015 an der Hamburg Media School. Dort sammelte er Praxiserfahrung bei Burda, Axel Springer, UNICEF und Gruner + Jahr. Nach seinem Berufseinstieg bei der Ganske Verlagsgruppe zog es ihn zu ProSiebenSat.1 nach München. Neben der Leidenschaft für das Bergwandern fasziniert ihn dort der rasante und techgetriebene Medienwandel. Der volkswirtschaftliche Blick aufs große Ganze ist ihm dabei nie verloren gegangen. Nach Stationen in den Bereichen Group Strategy, Business Development und Product Strategy baut er mittlerweile als Director Product Incubation neue Geschäftsmodelle auf. Die Erfahrungen und Kontakte aus seiner Zeit an der HMS begleiten ihn dabei bis heute.

Isabelle Meuth

„Hamburg Media School – das war für mich nicht nur Lehrplan, Vorlesung, Vorträge. Die vielen Kontakte in verschiedene Branchen waren für meine jetzige Karriere mindestens genauso entscheidend.“

PROFIL



Nach ihrem Bachelorabschluss in Wirtschaftsinformatik studierte Isabelle von 2013 bis 2015 an der Hamburg Media School. In der Zeit sammelte sie Praxiserfahrung in Projekten bei Pinterest, heise und im betahaus. Nach ihrem Berufseinstieg im M&A-Bereich zog es sie zurück zu OMR, wo sie schon als Werkstudentin gearbeitet hatte. Heute ist sie dort Head of Digital Products & Marketing. In ihrem Job kann sie ihre beruflichen Leidenschaften Tech und Medien perfekt verbinden. Gleichzeitig hat Isabelle seit ihrem (Wieder-)Einstieg bei OMR mehrere Teams aufgebaut und trägt so direkt dazu bei, OMR zu einem Digitalunternehmen mit über 120 Mitarbeitenden zu machen.

Philipp Werner



Philipp Werner ist Chief Marketing Officer bei Project A, einem führenden Frühphaseninvestor mit Sitz in Berlin, der europäische Start-ups mit Kapital und Zugang zu operativer Expertise unterstützt. Nach seinem Bachelorabschluss in Medienwirtschaft an der Hochschule der Medien Stuttgart mit Auslandsaufenthalt in Bordeaux, studierte er an der Hamburg Media School – seinen zweiten Auslandsaufenthalt verbrachte er an der Paris School of Business. Während seiner Zeit an der HMS wurde Philipp durch ein Stipendium der digital forward GmbH aus Hamburg gefördert und sammelte dort auch Praxiserfahrung im Online Marketing. Nach dem MBA-Abschluss 2014 stieg er unmittelbar bei Project A ein und übernahm dort schnell Führungsverantwortung. Im dynamischen Start-up-Ökosystem laufen ihm regelmäßig HMS-Alumni über den Weg.

PROFIL

„Die aktuellen Lehrinhalte, Praxisprojekte mit renommierten Medienunternehmen und Fireside Chats mit führenden Köpfen aus der Wirtschaft haben mich hervorragend für den Jobeinstieg vorbereitet. Und das Alumni-Netzwerk ist eine Klasse für sich!“

Learning by doing

Praxisbezug im Studium

Die enge Verknüpfung von Theorie und Praxis, von Wissenschaft und Wirtschaft macht die Hamburg Media School und den MBA in Digital- und Medienmanagement einzigartig. Dabei ist Praxis für uns nicht nur ein Schlagwort. Die kontinuierliche Anwendung des Gelernten stellt vielmehr das wesentliche Grundprinzip des Studiums dar. Die wissenschaftlich fundierten, aber durch einen hohen Praxisbezug konkret anwendbaren Lehrinhalte bereiten dich für eine Karriere in der Digital- und Medienbranche vor.

NETZWERK

Rund 60 renommierte nationale und internationale Digital- und Medienunternehmen engagieren sich für die Ausbildung an der HMS. So entsteht ein einmaliges Netzwerk, das durch Kooperationen, Projekte, Werkstudierendenjobs, Gastgespräche, Praktikumsplätze, aber auch Stipendien und finanzielle Unterstützung lebendig gemacht wird. Unseren Studierenden bietet sich hierbei die Möglichkeit, bereits früh im Studium wertvolle Kontakte zu Entscheiderinnen und Entscheidern der Branche zu knüpfen und die Voraussetzungen für einen erfolgreichen Berufseinstieg zu schaffen.

PRAXISPROJEKTE

Königsdisziplin und Höhepunkt des Studiums sind die drei Praxisprojekte im zweiten Jahr. In den jeweils dreimonatigen Consultingprojekten für namhafte Digital- und Medienunternehmen entwickeln die Studierenden in Teams anwendungsorientierte Lösungen für stra-

tegische und operative Themen aus allen Bereichen der Branche. Die Projekte dienen der systematischen Praxisintegration der Theorie und helfen beim Ausbau des eigenen Branchennetzwerks.

Da du dir das jeweilige Projekt aus einer breiten Auswahl an Themen und Unternehmen aussuchst, kannst du hier deine persönlichen Schwerpunkte entsprechend persönlicher Neigungen und Interessen setzen. So lernst du über die drei Projekte eine große Vielfalt von Unternehmen und Aufgaben kennen und erkundest gleichzeitig, welche Art von Arbeitgeber zu dir passt. Ähnliches gilt auch für die Masterarbeit. Viele Studierende nutzen sie dazu, die in einer Projektarbeit erworbenen Kenntnisse nochmals zu vertiefen.

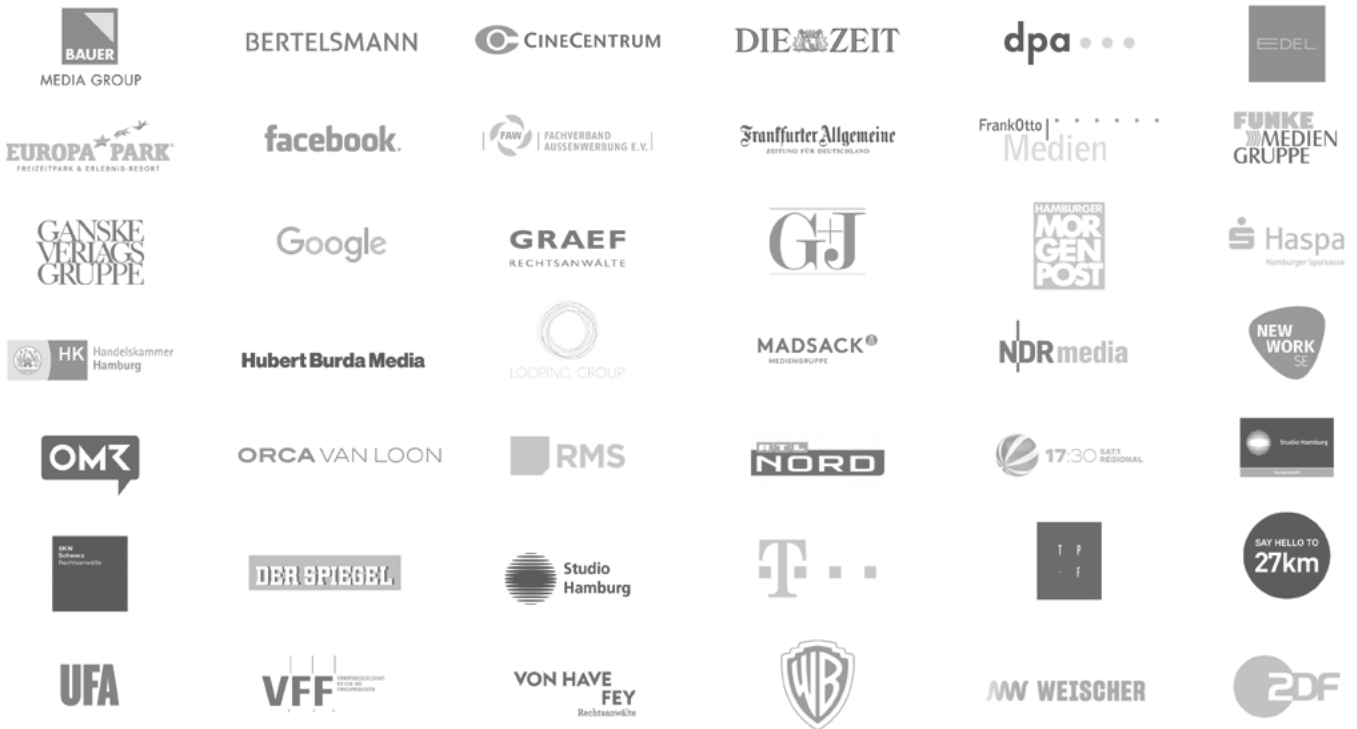
GASTGESPRÄCHE & EXKURSIONEN

Geschäftsführer*innen, Gründer*innen, Politiker*innen und Expert*innen aus allen Sektoren der Branche sowie aus Politik und Gesellschaft nehmen sich Zeit, mit dir zu sprechen und in kleinem Kreis von ihren persönlichen Karrierewegen zu berichten. Zu Gast waren neben vielen anderen z.B. Julia Jäkel, Reinhold Beckmann und Kai Diekmann. Zusätzlich finden regelmäßig Exkursionen zu lokalen Digital- und Medienunternehmen und Start-ups statt, die dir Einblicke in den Arbeitsalltag der Branche vor Ort ermöglichen.

PRAKTIKA & WERKSTUDIENDENJOBS

Der Sommer zwischen dem ersten und zweiten Studienjahr bietet die Möglichkeit, ein Praktikum im In- oder Ausland zu absolvieren. Alternativ nutzen viele Studierende diese Zeit, um ihre Werkstudierendentätigkeit zu intensivieren.

Praxispartner (Auswahl)



AUSWAHL PRAXISPROJEKTE

ARD-aktuell/Tagesschau	Snapchat goes öffentlich-rechtlich
BurdaStyle	TikTok, Youtube, Podcast, Videos – What’s next für die Marken der BurdaStyle
Die ZEIT	ZEIT TALENT: Markt- und Wettbewerbsanalyse, Positionierungs- und Kommunikationsstrategie, Roadmap
FAZ	Konzept und Business Model Development für den Aufbau eines Clubs („Plattform der klugen Köpfe“)
Gruner & Jahr Innovation GmbH	„Storycast“ – Evaluierung von Marktchancen und Entwicklungsbedarf eines Multi-Platform-Publishing-Tools
Hubert Burda Media	Digitalstrategie zur Vermarktung der Employer Brand auf hochfrequentierten Onlinediensten
Otto Group Knowledge Management	KPIs & Dashboard-Entwicklung
Pinterest	Entwicklung einer Marketingstrategie
Pro7Sat1 Digital	Digital Entertainment for the Silver Society
SPRING Axel Springer Digital News Media	Augmented Reality
Studio Hamburg	Virtual Reality
Warner Bros. Entertainment GmbH	Jugendliche als kritische Kinomarkt-Zielgruppe – Maßnahmen zur Steigerung der Kinobesuche Jugendlicher
Xing	Ausbau der Aktivitäten auf den Geschäftsbereich des Paid-Content-Vertriebs für Xing-News
ZEIT ONLINE	Internationale Analyse und Konzeptionierung des neuen Bildungsangebotes MOOCS (Massive Online Open Course)

Internationale Erfahrungen gewinnen

Internationales



AUSLANDSAUFENTHALTE

Im ersten Term des zweiten Studienjahrs hast du die Möglichkeit, einen optionalen Auslandsterm zu absolvieren. Dabei kannst du dich entscheiden, ob du als Freemover oder im Rahmen des Erasmus-Programms an einer unserer Partneruniversitäten studieren möchtest. Außerdem kannst du die Praktikumsphase zwischen dem ersten und zweiten Studienjahr für ein Auslandspraktikum nutzen und so nicht nur internationale, sondern auch berufliche Erfahrung sammeln. Egal ob Tel Aviv, Kopenhagen, Paris, Budapest, Kalifornien oder Australien – wir unterstützen dich auf deinem individuellen Weg ins Ausland!

INTERNATIONALE STUDIENREISE

Im letzten Jahr des MBA erwartet dich unsere zweiwöchige internationale Studienreise zu wechselnden Reisezielen weltweit. Dort triffst du Digital- und Medienexpert*innen, besuchst Digital- und Medienunternehmen, Nachrichtenagenturen, Botschaften sowie Institute und nimmst an Workshops und Seminaren teil. So lernst du den jeweiligen Medienmarkt kennen und erlebst und reflektierst internationale Trends, Innovationen und Entwicklungen direkt vor Ort. Gleichzeitig erweiterst du deinen persönlichen Horizont, indem du ein Verständnis für die wirtschaftlichen, kulturellen, sozialen und politischen Gegebenheiten des Landes entwickelst.



SHIBUYA SCRAMBLE SQUARE
GRAND OPEN

HMS
I ❤️ HMS
HMS

HMS

Man in a dark suit and glasses walking in the crowd.

Inhalte und Aufbau des Studiums

Das Curriculum

Das Curriculum des MBA in Digital- und Medienmanagement ist darauf ausgerichtet, dir in zwei Jahren die doppelte Kompetenz aus Managementwissen und Medienexpertise zu vermitteln.

Das erste Studienjahr bringt dir systematisch das Grundlagenwissen in BWL, VWL und Medienökonomie bei und beschäftigt sich dabei auch bereits mit wesentlichen Inhalten der Digital- und Medienbranche. Die hier gewonnenen Kenntnisse bilden das Fundament für das zweite Jahr, das vor allem durch die intensiven Praxisprojekte sowie die Spezialisierungs- und Profilbildungsveranstaltungen der Tracks geprägt ist und von dir individuell gestaltet werden kann.

So werden in einer gezielten Kombination aus Theorie und Praxis alle Aspekte berücksichtigt, die du als angehende Führungskraft in der Digital- und Medienbranche für den erfolgreichen Berufseinstieg benötigst.

Das Studium vermittelt zunächst klassische betriebswirtschaftliche Inhalte. Hierzu zählen Controlling, Bilanzen, Steuern, Organisation und Personalführung. Hinzu kommen Gründungsmanagement und Marketing. Die wirtschaftlichen Grundlagen werden vor allem im ersten Studienjahr gelehrt, aber durch das ganze Studium durch die stetige praktische Anwendung wie z.B. in den Praxisprojekten vertieft und eingeübt. Um dich umfassend auf die Übernahme von Führungsaufgaben in Medienunternehmen vorzubereiten, stehen darüber hinaus Kommunikations- und Führungskompetenzen wie z.B. Zeit- und Projektmanagement, Teamarbeit, Networking und Akquise auf dem Programm.

Die allgemeinen ökonomischen Inhalte werden durch Veranstaltungen mit starkem Medienfokus ergänzt: Grundlagen und Spezifika digitaler Medienmärkte, -unternehmen und -produkte werden vermittelt, Dozierende und Branchenexpertinnen und -experten geben im Rahmen von Vorlesungen, Exkursionen und Gastgesprächen Einblicke in die Produktionspraxis und Entwicklung neuer Technologien und Formate. Das Verständnis von Strukturen, Arbeitsabläufen, Geschäftsmodellen und Funktionsmechanismen der verschiedenen Medienteilbranchen bildet so die Grundlage für kompetentes und erfolgreiches Handeln in der späteren Unternehmenspraxis.

Unser MBA-Programm ist interdisziplinär ausgerichtet und vermittelt deshalb auch ein breites juristisches Grundverständnis von Gesellschafts-, Privat- und Wettbewerbsrecht sowie Medien- und Onlinerecht. Zudem runden Lehrinhalte wie z.B. Mediaplanung und Medienpsychologie das Curriculum ab.

1. TERM	2. TERM	3. TERM	4. TERM	5. TERM	6. TERM	7. TERM	8. TERM
General Management <ul style="list-style-type: none"> Management & Marketing Organisation & Personal 	Rechnungswesen & Bilanzierung <ul style="list-style-type: none"> Rechnungswesen Bilanzierung 	Investition & Finanzierung <ul style="list-style-type: none"> Investition Finanzierung 	Praktikum/ Werkstudierenden- tätigkeit	Digitale Medienproduktion II <ul style="list-style-type: none"> Web- & App-Entwicklung Medien- & Internettechnik 	Weiterführende BWL <ul style="list-style-type: none"> Controlling Steuern Unternehmensbewertung 	Internationale Studienreise 14-tägige Studienreise zu wechselnden Zielen	Masterarbeit
Quantitative Methoden <ul style="list-style-type: none"> Grundlagen der Gesprächsführung Verhandlungsführung 	Leadership Skills <ul style="list-style-type: none"> Grundlagen der Gesprächsführung Verhandlungsführung 	Business Development <ul style="list-style-type: none"> Geschäftsmodellentwicklung Gründungsmanagement 		Praxisprojekt I	Praxisprojekt II	Praxisprojekt III	
Digital- & Medienökonomie <ul style="list-style-type: none"> Managerial Economics Produkte, Unternehmen & Märkte digitaler Medien 	Medien- & Kommunikationswissenschaften <ul style="list-style-type: none"> Theorien & Konzepte Datenerhebung, -auswertung & -visualisierung 	Projektmanagement <ul style="list-style-type: none"> Konzepte & Prinzipien Projektarbeit 	Wahlbereich Aktuelle Themen der Digital- und Medienbranche I Aktuelle Themen der Digital- und Medienbranche I	Profildiplom Data & Business Analytics I Start-up & Business Development I Social Media & Online Marketing I	Data & Business Analytics II Start-up & Business Development II Social Media & Online Marketing II	15 ECTS	15 ECTS
Medienrecht <ul style="list-style-type: none"> Grundlagen Recht Internet- & Medienrecht 	Online Marketing <ul style="list-style-type: none"> Grundlagen des Online Marketings Aktuelle Themen des Online Marketings 	Digitale Medienproduktion I <ul style="list-style-type: none"> Inhalteentwicklung Medienproduktion 		15 ECTS	15 ECTS	15 ECTS	15 ECTS
20 ECTS	20 ECTS	20 ECTS	15 ECTS	15 ECTS	15 ECTS	15 ECTS	15 ECTS

Orientierungs- & Entwicklungsgespräche	Einzel- & Teamcoachings	Alumni-Mentoringprogramm	Internationale Praktika & Auslandssemester	Hackathons & Wettbewerbe	Exkursionen & Gastgespräche	Netzwerkvents	Bewerbungs-coachings
---	------------------------------------	---------------------------------	---	-------------------------------------	--	----------------------	-----------------------------

BWL & Management Skills	Digital Media Business & Production	Projekte & Spezialisierungen	Persönlichkeit & Netzwerk
------------------------------------	-------------------------------------	------------------------------	---------------------------

Digital- und Medienmanagement (MBA)

„Unser Curriculum schafft es, den Erfordernissen des Marktes gerecht zu werden, die hohen Ansprüche an ein universitäres Studium zu erfüllen und gleichzeitig den sehr individuellen Bedürfnissen und Wünschen der Studierenden zu entsprechen.“



Univ.-Prof. Dr. Armin Rott
Wissenschaftlicher Leiter Digital-
und Medienmanagement

Genau deins

Spezialisierungs- möglichkeiten

Nachdem du im ersten Studienjahr die wesentlichen Medien-, Management- und BWL-Grundlagen gewonnen hast, bietet sich dir im zweiten Studienjahr die Möglichkeit, individuelle thematische Schwerpunkte zu setzen.

Unsere sogenannten Electives sind einzelne Wahlveranstaltungen, die aus einer Reihe aktueller und spezieller Veranstaltungen ausgewählt werden können. Hierzu zählen z.B. Corporate Social Responsibility, Medienpsychologie und Mediaplanung.

Hinzu kommen die Spezialisierungsfächer aus den Bereichen Data & Business Analytics, Start-up & Business Development sowie Social Media & Online Marketing.

Alle Inhalte werden regelmäßig angepasst und überarbeitet. So sorgen wir dafür, dass diese Vertiefungen thematisch aktuell bleiben, tatsächliche Marktrelevanz haben und dir so den größtmöglichen Mehrwert bieten.

DATA & BUSINESS ANALYTICS

Die Digital- und Medienbranche fragt zunehmend nach Absolventinnen und Absolventen, die gute Kenntnisse der Datenanalyse nachweisen können.

Entscheidest du dich für diesen Track, werden dir gezielt Kompetenzen und Tools zum richtigen Umgang mit Big Data vermittelt. Die möglichen thematischen Schwerpunkte umfassen u.a. die Erhebung, Auswertung und Visualisierung von Daten, Web- und Social-Media-Analyse, Text Mining und Machine Learning. Dabei konzentrieren sich die Inhalte stets auf Business-Relevanz und praktische Anwendbarkeit.

START-UP & BUSINESS DEVELOPMENT

Du strebst eine Karriere im Business Development an oder möchtest dein eigenes Unternehmen gründen? Im Rahmen dieses Tracks lernst du, Geschäftsideen zu entwickeln und auszuarbeiten. Hierbei unterstützen dich zum einen die Seminarinhalte und Spezialisierungsveranstaltungen wie z.B. Geschäftsmodelldesign, Businessplanung und Start-up-Finanzierung. Zum anderen helfen dir spezielle Coaching-Angebote, das etablierte Gründernetzwerk der HMS sowie das langjährige Know-how in der Gründungsförderung von Studierenden und Alumni, deine Ideen in funktionierende Geschäftsmodelle umzuwandeln.

SOCIAL MEDIA & ONLINE MARKETING

Karriere im Marketing macht heute nur, wer die digitalen und sozialen Kanäle und Plattformen beherrscht. Von SEO und SEA bis zu Influencer und Content Marketing vermittelt dir dieser Track die wesentlichen Kenntnisse, Instrumente und Maßnahmen in den Bereichen des Social Media und Online Marketings.

Dabei profitierst du vom Expertenwissen der HMS, die schon früh den Trend zur Digitalisierung des Marketings erkannt und in ihren Studien-, Weiter- und Konferenzenangeboten implementiert und weiterentwickelt hat.

Eine Investition in deine Zukunft

Kosten und Finanzierung

Im Studiengang Digital- und Medienmanagement (MBA) werden Studiengebühren erhoben. Damit diese aber niemanden vom Studium abhalten, vergeben wir zahlreiche Stipendien und bieten den sog. Generationenvertrag an, mit dem man die Studiengebühren erst nach Abschluss des Studiums zahlt (ab 250 EUR monatlich). Gut zu wissen ist auch, dass die Studiengebühren steuerlich absetzbar sind. Einen Teil der Gebühren gibt es so mit der ersten Steuererklärung wieder zurück.

In Summe beträgt der Preis des Studiums 25.000 EUR. Darin enthalten sind alle Kosten für Seminare, Prüfungen und Unterrichtsmaterial. Nicht inbegriffen sind die Kosten für die internationale Medienreise im zweiten Studienjahr sowie die viermal im gesamten Studium anfallenden Semestergebühren für die Universität Hamburg.

FINANZIERUNGSMÖGLICHKEITEN

Im individuellen Gespräch wird für alle Teilnehmenden der am besten passende Finanzierungsplan erstellt. Dieser besteht i.d.R. aus einer An-, mehreren Teil- sowie Restzahlungen, deren Höhe du selbst festlegen kannst. Auch ein- oder mehrmalige Sonderzahlungen sind möglich. Darüber hinaus kannst du unterschiedliche Rabattmodelle in Anspruch nehmen.

Hierzu zählen:

- **Bewerbung zum 15. Februar: Pauschalrabatt von 2.000 EUR (auch bei Gewährung eines HMS-Stipendiums)**
- **Sofortige Zahlung des Gesamtbetrages: Rabatt von 12,5%**
- **Jährliche Zahlung: Rabatt von 10%**

STIPENDIEN

Wir vergeben jedes Jahr eine begrenzte Zahl an Stipendien, die für Chancengleichheit der Bewerberinnen und Bewerber sorgt. Daher lautet unser Vergabeprinzip: Wer den Bewerbungsprozess erfolgreich durchlaufen und eine Studienplatzsusage erhalten hat, sich das Studium finanziell aber nicht leisten kann, erhält die notwendige Unterstützung.

Neben dem Stipendienprogramm der HMS finden sich in Deutschland zudem noch eine Vielzahl anderer Förderprogramme, für die du dich bewerben kannst. Außerdem kannst du während des Studiums durch BAföG gefördert werden, wenn du einen entsprechenden Anspruch hast.

WERKSTUDIENDENTÄTIGKEIT

Pro Woche gibt es einen festen unterrichtsfreien Tag, i.d.R. ist dies der Freitag. Diesen Tag kannst du nutzen, um einer Werkstudierendentätigkeit nachzugehen. Dabei bietet sich dir immer wieder die Gelegenheit, Jobs auf dem Campus z.B. als studentische Hilfskraft anzunehmen, die zeitlich flexibel mit dem Studienablauf vereinbar sind.

STEUERLICHE VORTEILE

Durch den Verlustvortrag kannst du deine Studiengebühren als Werbungskosten geltend machen. So erhältst du einen Teil der Gebühren bei deiner ersten Steuererklärung zurück.



TIPPS ZUR FINANZIERUNG

1. Zahlungsbeginn nach Studium möglich
2. Ratenzahlung ab 250 EUR monatlich
3. Studiengebühren steuerlich absetzbar

Nutze deine Chance – Bewirb dich!

Bewerbung

VORAUSSETZUNGEN

Für die Zulassung zum Studiengang benötigst du einen Studienabschluss an einer staatlichen oder staatlich anerkannten Hochschule. Da der MBA in Digital- und Medienmanagement nicht konsekutiv ist, ist die Fachrichtung deines grundständigen Studiums nicht relevant. Zusätzlich musst du eine berufspraktische Tätigkeit von i.d.R. nicht unter einem Jahr nachweisen.

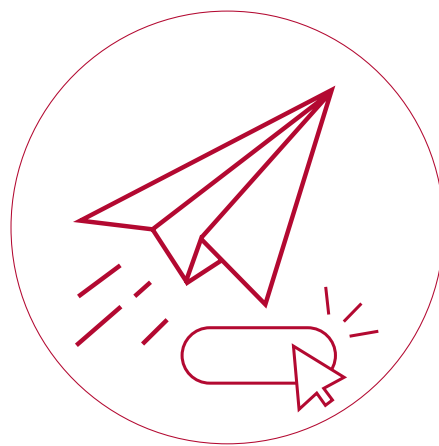
Neben diesen formalen Zulassungsvoraussetzungen sind insbesondere deine Leidenschaft für Medien und deine Motivation entscheidend.

PROZESS

Die Bewerbung für den Studiengang Digital- und Medienmanagement (MBA) ist ein mehrstufiges Verfahren. Zunächst lädst du alle benötigten Unterlagen über das Bewerbungsportal der Hamburg Media School hoch. Anschließend folgt auf Einladung die Teilnahme an unserem Assessment Center.

UNTERLAGEN

Zum einen benötigen wir die klassischen Bewerbungsunterlagen. Hierzu zählen ein tabellarischer Lebenslauf, dein Abiturzeugnis bzw. der Nachweis eines gleichwertigen Abschlusses, das Zeugnis deines Studienabschlusses sowie eventuelle Nachweise und Zeugnisse über Praktika, Ausbildungen und/oder weitere berufliche Tätigkeiten. Zusätzlich gibst du zwei Referenzpersonen an – eine Praktikerin oder einen Praktiker, mit der oder dem du zusammengearbeitet, sowie eine Professorin oder einen Professor, bei der oder dem du studiert hast. Wenn du deine Hochschulzugangsberechtigung nicht an einer deutschsprachigen Einrichtung erworben hast, benötigen wir außerdem einen Nachweis über deine ausreichenden Deutschkenntnisse. Diese kannst du durch das Deutsche Sprachdiplom der Kultusministerkonferenz – Zweite Stufe – oder ein von der Kultusministerkonferenz als gleichwertig anerkanntes Sprachzeugnis belegen. Über diese Unterlagen hinaus freuen wir uns auf dein Essay. Dieses ersetzt das klassische Motivationsschreiben und fordert dich auf, dich in max. 12.000 Zeichen mit einer von uns gestellten Frage auseinanderzusetzen. Dabei bist du im Stil und Inhalt völlig frei.



ASSESSMENT CENTER

Geeignete Bewerberinnen und Bewerber werden ca. zwei bis drei Wochen nach der jeweiligen Bewerbungsfrist zu einem Assessment Center an die Hamburg Media School eingeladen. Dieses besteht aus persönlichen Gesprächen, Einzelpräsentationen und Gruppendiskussionen. So möchten wir herausfinden, inwieweit deine Fähigkeiten und Persönlichkeit zur HMS und den Anforderungen unseres Studiengangs passen. Dabei spielen deine kommunikative Kompetenz und dein Führungsvermögen eine ebenso große Rolle wie dein Engagement. Gleichzeitig gibt dieser Tag auch dir Gelegenheit, uns und den Campus besser kennenzulernen. Auf das Assessment Center kannst und sollst du dich nicht spezifisch vorbereiten. Wichtig ist, dass du dich nicht nur von deiner besten, sondern vor allem von deiner authentischen Seite zeigst.

FRISTEN

Das Studium beginnt im Oktober jeden Jahres. Über das Jahr verteilt finden drei Auswahlverfahren statt. Bewirbst du dich bis zum 15. Februar im Early-Admission-Verfahren, sicherst du dir nicht nur frühzeitig einen der begrenzten Studienplätze, sondern auch einen Rabatt von 2.000 EUR auf die Studiengebühren. Die Frist für das Spring-Admission-Verfahren ist der 15. Mai. Der finale Bewerbungsschluss ist der 15. Juli im Final-Admission-Verfahren.

Alles auf einen Blick

Die Fakten

START	Jährlich zum Oktober
DAUER	24 Monate, studiert in 8 Terms à 3 Monate
UMFANG	120 ECTS
VORAUSSETZUNGEN	Hochschulabschluss (Bachelor, Magister, Diplom), ein Jahr Berufserfahrung (z.B. Praktika, Werkstudierendentätigkeiten etc.)
ABSCHLUSSARBEIT	Masterarbeit im 8. Term
ABSCHLUSS	Master of Business Administration in Digital- und Medienmanagement
STATUS	Kooperationsstudiengang mit der Universität Hamburg, staatlich anerkannt, berechtigt zur Promotion
AKKREDITIERUNG	ACQUIN
KOSTEN	25.000 EUR, individuelle Finanzierungsmodelle und Teilstipendien aus Stipendienfonds der HMS, Zahlungsbeginn nach Studium möglich, Ratenzahlung ab 250 EUR monatlich, Studiengebühren steuerlich absetzbar
BEWERBUNG	Onlinebewerbung, Assessment Center
BEWERBUNGSFRIST	Early Admission; 15. Februar; Spring Admission: 15. Mai; Regulärer Bewerbungsschluss: 15. Juli
PRÄSENZ	Mehrfach die Woche, Anwesenheitspflicht
SPEZIALISIERUNG	Wählbar im 2. Studienjahr: Data & Business Analytics, Start-up & Business Development, Social Media & Online Marketing

Mehr Infos zum Studium

auf dem studentischen HMS-Blog
www.hamburgmediaschool.com/blog

und im HMS-Podcast
www.hamburgmediaschool.com/podcast

HAMBURG MEDIA SCHOOL GMBH

Finkenau 35
22081 Hamburg
www.hamburgmediaschool.com

**STUDIENORGANISATION
DIGITAL- UND MEDIENMANAGEMENT**

Birte Lüpkes
040 413 468 45
b.luepkes@hamburgmediaschool.com

**WISSENSCHAFTLICHER LEITER
DIGITAL- UND MEDIENMANAGEMENT**

Prof. Dr. Armin Rott

GESELLSCHAFTER

50 % HMS Hamburg Media School Stiftung
25,2 % Fröie und Hansestadt Hamburg
12,6 % Universität Hamburg
12,2 % Hochschule für bildende Künste

GESCHÄFTSFÜHRUNG

Dr. Katharina Schaefer

REDAKTION

Michelle Lucas
Prof. Dr. Armin Rott

FOTOGRAFIE

Prof. Dr. Armin Rott
Tim Hoppe
Sebastian Isacu

KONZEPTION & ARTDIREKTION

Jan Rosenstock
Christoph Sündermann

DRUCK

Druckerei Siepmann GmbH

STAND

Januar 2021