

Studienschwerpunkt S4

„Marketing & Media Management“

Prof. Dr. Berthold H. Hass

Professur für Medienmanagement und Marketing

Europa-Universität Flensburg

Team

Abteilungsleitung

Prof. Dr. Berthold H. Hass

Telefon +49 461 805 2573

Fax +49 461 805 2578

E-Mail berthold.hass@uni-flensburg.de

Gebäude Gebäude Madrid

Raum MAD 222

Straße Munketoft 3b

PLZ / Stadt 24937 Flensburg



[Zeige Personen-Details](#)

Sekretariat

Anne-Kristina Johannsen

Telefon +49 461 805 2575

Fax +49 461 805 2578

E-Mail anne-kristina.johannsen@uni-flensburg.de

Gebäude Gebäude Madrid

Raum MAD 221

Straße Munketoft 3b

PLZ / Stadt 24937 Flensburg

Wissenschaftliche Mitarbeiter

Magda Lena Schütz

Telefon +49 461 805 2576

Fax +49 461 805 2578

E-Mail magda-lena.schuetz@uni-flensburg.de

Gebäude Gebäude Madrid

Raum MAD 217

Straße Munketoft 3b

PLZ / Stadt 24937 Flensburg

[Zeige Personen-Details](#)



Lehrbeauftragte

Stefan Götz

Telefon +49 461 5040277

Fax +49 461 5040252

E-Mail stefan.gotz@uni-flensburg.de

Gebäude Orion Versand GmbH & Co. KG

Straße Schäferweg 14

PLZ / Stadt 24941 Flensburg



[Zeige Personen-Details](#)

Dr. Julia Weidenbach

E-Mail julia.weidenbach@uni-flensburg.de

[Zeige Personen-Details](#)



Kontakt

- Prof. Dr. Berthold H. Hass
- Anschrift:
Universität Flensburg
Internationales Institut für Management
Munketoft 3b, MAD 222
- Kontakt:
E-Mail: berthold.hass@uni-flensburg.de
WWW: www.uni-flensburg.de/mum
Webex: <https://uni-flensburg.webex.com/meet/berthold.hass>
- Sprechzeiten: Dienstag, 14-15 Uhr via Webex
- Sekretariat:
Anne-Kristina Johannsen
Tel.: +49-461-805-2575
Fax: +49-461-805-2578
E-Mail: anne-kristina.johannsen@uni-flensburg.de
- Sprechzeiten: Montag bis Donnerstag, 9-11 Uhr

Wordcloud Masterarbeiten



Themen von Masterarbeiten (1|2)

- Markenbindung durch Influencer Marketing: Eine fokusgruppengestützte Analyse unter besonderer Berücksichtigung von Digital Natives
- Phänomen Social TV: Eine Inhaltsanalyse von Twitter-Kommentaren am Beispiel von 'Tatort'
- Content Marketing als Fundraising-Instrument für Non-Profit-Organisationen: Eine expertengestützte Analyse
- Konsumentenverwirrtheit im Kontext von Online-Medienangeboten: Eine quantitative Analyse am Beispiel von Videostreaming-Diensten
- Blockchain in der Musikindustrie: Eine Analyse auf Basis ausgewählter Implementierungen
- Vermarktung von Filmserien: Eine Fallstudie des „Marvel Cinematic Universe“

Themen von Masterarbeiten (2|2)

- Chancen und Risiken der Integration des Newsrooms: Eine qualitative Analyse am Beispiel der Unterhaltungsredaktion der Mediengruppe RTL
- Entwicklung von Marketing-Hypes: Eine fallstudienbasierte Untersuchung unter besonderer Berücksichtigung des Kontextfaktors Social Media
- Markenführung im B2B-Sektor im digitalen Zeitalter: Eine qualitative Analyse anhand ausgewählter Industrieunternehmen
- Strategien zur Übernahme von Verantwortung in der digitalen Welt: Eine qualitative Analyse ausgewählter Best Practices von Corporate Digital Responsibility
- Audio-Podcasts zu Zeiten der Corona-Pandemie: Eine qualitative Analyse des Hörverhaltens anhand nutzerbezogener Einflussfaktoren

Konvergenz ermöglicht neue Medienanbieter

- Plattformbetreiber üben medienbezogene Aktivitäten aus



Bildnachweis: <http://www.fastcompany.com/magazine/160/tech-wars-2012-amazon-apple-google-facebook?mid=5064>.

Welches Unternehmen ist nicht auch Medienunternehmen?



Quelle: www.forum-corporate-publishing.de, www.mercedes-benz.de, www.mercedes-benz-classic-collection.com;
<http://www.extremetech.com/wp-content/uploads/2012/10/felix-baumgartner-standing-in-his-capsule-about-to-dive-640x480.jpg>.

Beispiel Medienproduktion



Gerrit Hencke

- Bachelor Interkulturelle Kommunikation, SDU, 2009
- Master EUF, 2012
- Masterarbeit: „User Generated Content als Geschäftsmodell für Anzeigenblätter: Eine explorative Analyse“
- Konzeption und Projektleitung „MoinQuadrat“, heute Leitung Newsdesk beim sh:z Schleswig-Holsteinischer Zeitungsverlag, Flensburg

Quelle: https://www.xing.com/profile/Gerrit_Hencke.

Beispiel Werbevermarktung



Tineken Dentler

- Bachelor EUF, 2012
- Master EUF, 2016
- Masterarbeit: „Markenbindung durch Influencer Marketing: Eine fokusgruppengestützte Analyse unter besonderer Berücksichtigung von Digital Natives“
- Zunächst Sales Manager bei Vibrant Media, Hamburg, heute Account Manager DACH bei Twitch, Hamburg

Quelle: https://www.xing.com/profile/Tineken_Dentler/.

Beispiel Online-Marketing



Björn Balke

- Bachelor EUF, 2008
- Master EUF, 2012
- Masterarbeit: „Facebook in der Kundenkommunikation: Eine quantitative Analyse der Nutzerakzeptanz von Unternehmensfanpages“
- Praktikant, Werkstudent und Account Manager bei eprofessional, heute Online Marketing Manager bei der Otto Group, Hamburg

Quelle: https://www.xing.com/profile/Bjoern_Balke/.

Beispiel Marketing Management



Johanna Mißfeldt

- Bachelor SDU/EUF, 2008
- Master EUF, 2009
- Masterarbeit: „Strategien in der Markenführung: Chancen und Risiken der Markendehnung dargestellt am Beispiel von Luxusgütern“
- Praktikantin, Marketingmanagerin und heute Project Manager International Sales bei Montblanc, Hamburg

Quelle: https://www.xing.com/profile/Johanna_Missfeldt

Beispiel Beratung



Manuela Turke

- Bachelor SDU/EUF, 2010
- Master EUF, 2012
- Masterarbeit: „Krisenkommunikation 2.0: Interviewgestützte Entwicklung eines Leitfadens zur Krisenkommunikation im Social Web“
- Praktikantin und Werkstudentin bei der Kommunikationsberatung Ketchum Pleon, heute Senior Digital Consultant bei move:elevator, Dresden

Quelle: https://www.xing.com/profile/Manuela_Turke.

Beispiel Wissenschaft



Dr. Johannes C. Müller

- Bachelor Medienmanagement, Hochschule Mittweida 2007
- Master EUF, 2012
- Masterarbeit: „Social Networking im Spannungsfeld von privater und beruflicher Nutzung: Eine explorative Studie aus Arbeitgeber- und Arbeitnehmerperspektive am Beispiel der Accenture GmbH“
- 2018 Promotion zum Dr. rer. Pol. an der Universität der Bundeswehr München mit einer Arbeit über „Wissenstransfer in Einsatzorganisationen: Empirische Entwicklung eines Bezugsrahmens für den intraorganisationalen Transfer von Einsatzwissen“, heute ebendort Forschungs- und Projektkoordinator

Quelle: https://www.xing.com/profile/Johannes_Mueller16/.

Struktur der International Management Studies

- Studienumfang: 120 Credit Points (CP)
 - 40 CP Schlüsselqualifikationen
 - 50 CP Spezialisierung
 - Mindestens 30 CP in der „eigenen“ Spezialisierung
 - Maximal 20 CP aus den übrigen Bereichen frei wählbar
 - 30 CP Masterarbeit
- Abschlussgrad: Master of Arts
- (Doppelabschluss mit dän. *Cand. Merc.int* möglich)

Studienverlaufsplan

4. Semester (FS)	Masterarbeit (30 CP)					
3. Semester (HS)	Management- & Persönlichkeitskompetenz (5 CP)	Spezialisierung 1-4 (25 CP)				
2. Semester (FS)	Wahlpflicht SQ (5 CP)	Sprach-kompetenz (5 CP)	Forschungs-kompetenz (5 CP)	Spezialisierung 1-4 (15 CP)		
1. Semester (HS)	Interkulturelle Kompetenz (5 CP)	Sprach-kompetenz (5 CP)	Forschungs-kompetenz (5 CP)	Management- & Persönlichkeitskompetenz (5 CP)	Spezialisierung 1-4 (10 CP)	

Vertiefungsbereiche im Master

1. Entrepreneurship & Small Business Management
(Prof. Thomas Behrends)
2. Strategy & Organisation
(Prof. Susanne Royer)
3. Organisational Behaviour & Human Resource Management
(Prof. Tabea Scheel)
4. Marketing & Media Management
(Prof. Berthold H. Hass)

Mindestens 30 CP in der gewählten Vertiefung,
maximal 20 CP aus den übrigen Bereichen

Curriculum Marketing & Media Management

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">■ Marketing<ul style="list-style-type: none">- Unternehmenskommunikation- Strategic Marketing*- International Marketing*- Business Marketing*- Global E-Business*
- Topics in Marketing** | <ul style="list-style-type: none">■ Medienmanagement<ul style="list-style-type: none">- Medien- und Kommunikationsmanagement- Medienökonomie- Medienrecht
- Topics in Media Management** / Crossmedia Medienwissenschaft**- Kulturwissenschaft** |
|--|--|

* Veranstaltungen der SDU in Sonderburg

** Module ohne standardmäßig zugehörige Veranstaltungen

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">■ Integration<ul style="list-style-type: none">- Forschungsseminar Marketing und Medien (5 CP)- Praxisprojekt Marketing und Medien (5 CP)- Praktikum (5 CP) |
|---|

Veranstaltungsangebot Herbstsemester 2020 (1|2)

- Medienökonomie: Innovative Geschäftsmodelle in Medienmärkten (5 CP)
 - Vorlesung/Seminar (2 SWS)
 - Leistung: Fallstudie und Präsentation
 - Dozent: Prof. Berthold H. Hass
 - Kurs wird voraussichtlich erst wieder im Herbst 2022 angeboten
- Medienrecht (5 CP)
 - Vorlesung mit integrierten Präsentation (3 SWS)
 - Leistung: Hausarbeit und Präsentation
 - Dozent: Stefan Götz, Orion, Flensburg

Veranstaltungsangebot Herbstsemester 2020 (2|2)

- Praxisprojekt Marketing & Medienmanagement (5 CP)
 - Projekt (2 SWS)
 - Leistung: Projektpräsentation
 - Dozent: Prof. Berthold H. Hass
- Forschungsseminar Marketing & Medien (5 CP)
 - Seminar (2 SWS)
 - Leistung: Hausarbeit und Präsentation
 - Dozent: Prof. Berthold H. Hass
 - *Empfohlen erst ab dem 3. Semester!*

Weitere Veranstaltungen Herbstsemester 2020

- Global E-Business (10 CP)*

* Belegung im 1. Semester nur für Doppelstudierende IMS / Cand. Merc. Int.

- Veranstaltungen des Masterstudiengangs Kultur Sprache Medien (KSM)
 - IMS-Modul Kulturwissenschaft:
 - ▶ Grundlagen der Kulturwissenschaft
 - IMS-Modul Medienwissenschaft:
 - ▶ Grundlagen der interkulturellen Medienwissenschaft

Es gelten jeweils die Anmelde- / Durchführungs- und Prüfungsbedingungen
der anbietenden Dozenten!

Ausblick: Frühjahrssemester 2021 (geplant)

- Medien- und Kommunikationsmanagement (10 CP)
 - Vorlesung und Übung mit integriertem Projekt (5 SWS)
 - Leistung:
 - ▶ 90minütige Klausur
 - ▶ Performance bei der Global Online Marketing Challenge
 - Dozent: Prof. Berthold H. Hass
- Topics in Media Management: Crossmedia (5 CP)
 - Vorlesung mit integrierter Präsentation (3 SWS)
 - Leistung: Hausarbeit und Präsentation
 - Dozentin: Dr. Julia Weidenbach, ehem. Gruner + Jahr, Hamburg
- Business Marketing (5 CP)*
- International Marketing (5 CP)*

* Angeboten von der SDU am Standort Sonderburg, DK. Teilnahme für EU-Bürger kostenlos.
Teilnahme nur nach vorheriger Anmeldung im dänischen Sekretariat der SDU Mitte Januar 2021.

Praktikum (1|2)

- § 3 Abs. 9 PO IMS:
„Innerhalb der Spezialisierung kann im Umfang von 5 CP ein mindestens vierwöchiges studienrelevantes Praktikum in Vollzeit anerkannt werden. Der Leistungsnachweis erfolgt durch einen Bericht, der mit bestanden/nicht bestanden bewertet wird. Das Ergebnis fließt nicht in die Endnote ein.“
- Vor dem Praktikum:
 - Einreichung eines 1-2seitigen Exposés beim zuständigen Dozenten
 - Anmeldung des Praktikums beim Prüfungsamt (Formular online)
 - Eine nachträgliche Anrechnung von bereits absolvierten Praktika ist nicht möglich

Praktikum (2|2)

- Nach dem Praktikum
 - Einreichung eines mindestens 10seitigen Praktikumsberichts innerhalb von 8 Wochen nach Beendigung des Praktikums beim zuständigen Dozenten
 - Einreichung eines Praktikumszeugnisses
- Alternativ Anrechnung einer *äquivalenten* Werkstudententätigkeit, d.h.
 - Zeitlich: Mindestens 150 Stunden
 - Inhaltlich: Anspruchsvolle Aufgaben
- Achtung: Praktikum lt. PO gilt *nicht* als Pflichtpraktikum i.S.d. MiLoG

Weitere Information unter

<https://www.uni-flensburg.de/medienmanagement/studium-lehre/praktika/>.

Auslandsaufenthalt

- § 15 Abs. 2 PO IMS:

„Studien- und Prüfungsleistungen, die an inländischen oder anerkannten ausländischen Hochschulen erbracht worden sind, werden anerkannt, wenn die Hochschule keine wesentlichen Unterschiede zu den Leistungen, die sie ersetzen sollen, nachweist. Dabei sind die von der Kultusministerkonferenz und Hochschulrektorenkonferenz gebilligten Äquivalenzabkommen sowie Absprachen im Rahmen von Hochschulkooperationsvereinbarungen anzuwenden.“
- Anrechnung besonders flexibel über die „Modulhülsen“
 - MIM S4 12 Topics in Marketing
 - MIM S4 13 Topics in Media Management

Beispielhafte Angebote

- Beispiel ESC Rennes
 - Marketing Communication → Unternehmenskommunikation
 - International Marketing Management → International Marketing
 - Marketing of Innovation → Marketing
 - Principles of E-Commerce → Marketing
 - Digital Marketing & Branding using Web 2.0 → Medienmanagement
- Beispiel University of Lodz
 - Social Media and Mobile Marketing → Medienmanagement
 - Fashion Public Relations → Marketing
 - E-Business and Digital Marketing + Omnichannel Marketing → Global E-Business
 - Marketing Management in Practice → Business Marketing

Platzvergabe durch das International Center
Informationsveranstaltung im Laufe des Semesters

Quelle: <https://www.uni-flensburg.de/iim/internationales/anerkannte-kurse/ma-international-management-studies/>.

Anregung: Summer School

- Kompakte Kurse in einem inspirierenden internationalen Umfeld
- Beispiele aus dem Sommer 2019:
 - „Digital Business Innovation & Social Media“ an der Aarhus University
 - „Branding Global Cities: Insights from Barcelona“ an der Universitat Pompeu Fabra, Barcelona
- Rahmenbedingungen
 - 5-10 ECTS (Anrechnung in Aussicht, bitte aber vorab klären)
 - Ende Juni bis Ende August
 - Gebühren: je nach Angebot
 - Förderung über DAAD etc. grundsätzlich möglich, sollte aber frühzeitig erfolgen

Aktuelle Jobangebote etc. via Facebook

Marketing & Media Management @ EUF

🔒 Private Gruppe · 212 Mitglieder



+ Einladen

Info

Diskussion

Rooms

Mitglieder

Veranstaltungen

Medien

Dateien



...



Was machst du gerade, Berthold H.

Videochat

Foto/Video

Personen markieren

Neue Aktivität ▾



Berthold H. Hass hat einen Link geteilt.

Administrator

· 1 Std. · 🎉

...

DF Automotive hat eine Werkstudententätigkeit im Bereich Produktmanagement zu vergeben:

<https://tinyurl.com/medienprofessur/>

Info

Gruppe für gegenwärtige und ehemalige Studierende des Schwerpunkts Marketing & Media Management an der Europa-Universität Flensburg

Privat

Nur Mitglieder können die anderen Mitglieder der Gruppe und ihre Beiträge sehen.

Sichtbar

Jeder kann diese Gruppe finden.

**Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit**

Fragen?