

Studienschwerpunkt S4

„Marketing & Media Management“

Prof. Dr. Berthold H. Hass

Professur für Medienmanagement und Marketing
Universität Flensburg

Team

TEAM

Leitung



[Prof. Dr. Berthold H. Hass](#)

Sekretariat



[Mona Pareike](#)

Wissenschaftliche Mitarbeiter



[Nadine Sutmöller, M.Sc.](#)

Lehrbeauftragte



[RA Stefan Götz](#)



[Dr. Julia Weidenbach](#)

Kontakt

- Prof. Dr. Berthold H. Hass
- Anschrift:
Universität Flensburg
Internationales Institut für Management
Munketoft 3b, MV 123
- Kontakt:
E-Mail: berthold.hass@uni-flensburg.de
WWW: www.medienmanagement.uni-flensburg.de/
Xing: https://www.xing.com/profile/BertholdH_Hass
- Sprechzeiten: nach Vereinbarung
- Sekretariat:
Mona Pareike
Tel.: +49-461-805-2575
Fax: +49-461-805-2578
E-Mail: pareike@uni-flensburg.de
- Sprechzeiten: Montag bis Donnerstag, 10-12 Uhr

Zur Person



Wordcloud Masterarbeiten



Themen von Masterarbeiten (1 | 2)

- Content Marketing als Fundraising-Instrument für Non-Profit-Organisationen: Eine expertengestützte Analyse
- Mobile Kundenprogramme als Innovation: Eine quantitative Analyse der Nutzerakzeptanz von Bluetooth-Low-Energy-Systemen am Point of Sale
- Musikindustrie im Wandel: Die Veränderung zwischen Label und Künstler im digitalen Zeitalter
- Frugale Produkte durch interaktive Wertschöpfung: Eine explorative Analyse von Open Innovation in Schwellenländern
- Unternehmenskommunikation für KMU im Business-to-Business-Geschäft: Eine Analyse am Beispiel der Kristronics GmbH

Themen von Masterarbeiten (2|2)

- Klassische Publikumsverlage unter dem Einfluss von Self-Publishing: Eine expertengestützte Analyse der Wertschöpfungsveränderungen des deutschen Buchmarkts
- Corporate Media im Profimannschaftssport: Eine expertengestützte Analyse am Beispiel deutscher Fußballvereine
- Der rasante Aufstieg von Social Media in der Unternehmenskommunikation: Eine neoinstitutionelle Analyse
- Multi-Channel-Marketing im Automobilvertrieb: Eine Analyse der Kundenbedürfnisse am Beispiel des Mercedes-Benz Vertriebs Deutschland
- Marketing von Kindermedien im Verbund: Eine Analyse am Fallbeispiel von Bibi Blocksberg

Konvergenz ermöglicht neue Medienanbieter

- Plattformbetreiber üben medienbezogene Aktivitäten aus



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

Welches Unternehmen nutzt nicht auch Medien?



Source: 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->

Mögliche Tätigkeitsfelder



Quelle: Diebold (1999), Zerdick (2001).

Beispiel Medienproduktion



Gerrit Hencke

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

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

Beispiel Medienvermarktung

Janne Thams



- Bachelor UFL, 2004
- Master UFL, 2008
- Masterarbeit: „Lokalkompetenz als Stärke von Regionalzeitungen im Online-Markt“
- Trainee, Portal- und heute Leitung Online-Rubrikenmärkte und Portale bei der Medienholding Nord Digital GmbH, Flensburg

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

Beispiel Neue Medien / Business Development

Eva-Maria Müller



- Bachelor DHBW Mannheim, 2010
- Master UFL, 2015
- Masterarbeit: „Native Advertising als Werbeform: Eine expertengestützte Studie zu Potenzialen und Risiken für das Erlösmodell von Verlagsunternehmen“
- Trainee Digitale Medien, Medienholding Nord Digital GmbH, Flensburg

Quelle: https://www.xing.com/profile/EvaMaria_Mueller30.

Beispiel Werbevermarktung

Anna Traupe



- Bachelor FH Wedel, 2010
- Master UFL, 2011
- Masterarbeit: „Mobile-Strategien von TV-Unternehmen: Eine explorative Analyse des Potenzials von Apps als neuem Distributionskanal für TV-Inhalte“
- Key Account Managerin beim Online-Werbevermarkter Ströer Digital Media, Hamburg, einem Unternehmen der freenet Group

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

Beispiel Marketing



Johanna Mißfeldt

- Bachelor SDU/UFL, 2008
- Master UFL, 2009
- Masterarbeit: „Strategien in der Markenführung: Chancen und Risiken der Markendehnung dargestellt am Beispiel von Luxusgütern “
- Praktikantin, Marketingmanagerin und heute Manager Corporate Pricing Montblanc-Simplo, Hamburg

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

Beispiel Beratung

Manuela Turke



- Bachelor SDU/UFL, 2010
- Master UFL, 2012
- Masterarbeit: „Krisenkommunikation 2.0: Interviewgestützte Entwicklung eines Leitfadens zur Krisenkommunikation im Social Web“
- Praktikantin Werkstudentin und heute PR Consultant in der Unternehmenskommunikation bei der Kommunikationsberatung Ketchum Pleon, Dresden

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

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 bei Beginn im Wintersemester

4. Semester (SS)	Masterarbeit (30 CP)					
3. Semester (WS)	Management- & Persönlichkeitskompetenz (5 CP)	Spezialisierung 1-4 (25 CP)				
2. Semester (SS)	Interkulturelle Kompetenz (5 CP)	Sprachkompetenz (5 CP)	Forschungskompetenz (5 CP)	Spezialisierung 1-4 (15 CP)		
1. Semester (WS)	Interkulturelle Kompetenz (5 CP)	Sprachkompetenz (5 CP)	Forschungskompetenz (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. Heiner Dunckel)
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*- Consumer Marketing*
- Marketing** | <ul style="list-style-type: none">• Medienmanagement<ul style="list-style-type: none">- Medien- und Kommunikationsmanagement- Medienrecht- [Medienökonomie]
- Medienmanagement** [Crossmedia]- Medienwissenschaft**- Kulturwissenschaft** |
|---|--|

* Veranstaltungen der SDU in Sonderburg

** Module ohne standardmäßig zugehörige Veranstaltungen

- Integration
 - Marketing and Media Ethics (5 CP)
 - Forschungsseminar Marketing und Medien (5 CP)
 - Praxisprojekt Marketing und Medien (5 CP)
 - Praktikum (5 CP)

Veranstaltungsangebot im Wintersemester 2015

- Unternehmenskommunikation (5 CP)
 - Vorlesung (3 SWS)
 - Leistung: 90minütige Klausur
 - Dozent: Prof. Berthold H. Hass
 - Beginn: 21.09., 8.15 Uhr
- Medienrecht (5 CP)
 - Vorlesung mit integrierten Präsentation (3 SWS)
 - Leistung: Hausarbeit und Präsentation
 - Dozent: Stefan Götz, Orion, Flensburg
 - Beginn: 21.09., 18 Uhr
- Crossmedia [Medienmanagement] (5 CP)
 - Vorlesung mit integrierten Präsentation (2 SWS)
 - Leistung: Hausarbeit und Präsentation
 - Dozentin: Dr. Julia Weidenbach, ehemals Gruner + Jahr, Hamburg
 - Beginn: 16.09., 9.30 Uhr

Veranstaltungsangebot im Wintersemester 2015

- Praxisprojekt Marketing & Medienmanagement (5 CP)
 - Projekt (2 SWS)
 - Leistung: Projektpräsentation
 - Dozent: Prof. Berthold H. Hass
 - Beginn: 16.09., 12.15 Uhr
- Forschungsseminar Marketing & Medien (5 CP)
 - Seminar (2 SWS)
 - Leistung: Hausarbeit und Präsentation
 - Dozentin: Prof. Berthold H. Hass
 - Beginn: 18.09., 8.15 Uhr
 - *Empfohlen erst ab dem 3. Semester!*

Weitere Veranstaltungen im Wintersemester 2015

- Strategic Marketing (SDU)
- Consumer Marketing (SDU)
- Ggf. Veranstaltungen des Studiengangs Kultur Sprache Medien



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

Ausblick: Medien- und Kommunikationsmanagement

- Einführung
- Grundlagen des Medien- und Kommunikationsmanagements
 - Grundlagen der Werbung
 - Grundlagen der Mediaplanung
 - Grundlagen der Online-Werbung
 - Theorien der Mediennutzung
 - Theorien der Information und Medien
- Management neuer Medien
 - Neue Medien, Diffusion und Netzeffekte
 - Medienwandel
 - Content Management
 - Preisstrategien
 - Paid Content und Rechtemanagement

Google Paid Search (AdWords)

The screenshot shows a Google search results page for the query "studium". The results are divided into two main sections: "Organic Search" (Content) and "Paid Search" (Werbung).

Organic Search (= Content):

- Studium, Bachelor, Master, Uni, FH, BA, Studienberatung und mehr ...**
Informationsservice mit einer Suchmaschine zu allen Studiengängen und Hochschulen, Beratung rund ums **Studium**, Stellenangebote für Studierende sowie ...
www.studieren.de/ - 52k - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#)
- Studiengänge** **Master_ Studium**
Fachbereiche **Universitäten**
Suche **Fachhochschulen**
Studium mit Zukunft **Bachelor Studium**
[Weitere Ergebnisse von studieren.de »](#)
- Studien- und Berufswahl - Startseite**
Leider resignieren nicht wenige Studierende und brechen wegen der unklaren beruflichen Perspektiven ihr **Studium** sogar ab - und das bislang häufiger, ...
www.studienwahl.de/ - 20k - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#)
- Studium – Wikipedia**
Ferner wird auch die Aus- oder Weiterbildung an Berufsakademien als **Studium** bezeichnet.
Das **Studium** erfordert die Immatrikulation (Einschreibung), ...
de.wikipedia.org/wiki/Studium - 45k - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#)
- TUM - Übersicht für Studieninteressierte**
Das **Studium** kann durch zahlreiche Aufenthaltsmöglichkeiten an internationalen Partneruniversitäten ergänzt werden. Die Absolventen verlassen die TUM als ...
portal.mytum.de/navigation_global/20042913092907_706/navToTarget?tree-exp... - 41k - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#)

Paid Search (= Werbung):

- Anzeigen**
 - Fernstudium BWL & Recht**
Hochschulabschluss neben dem Beruf: MBA, Bachelor, Diplom (FIBAA akkr.)
www.Euro-FH.de
 - Fernstudium beim ILS**
200 staatl. zugelassene Fernkurse - berufsbegleitend, Start jederzeit!
www.ilis.de
 - Studium: 200 Fernkurse**
Studium berufsbegleitend zuhause. Gute Job-Chancen - Jetzt testen!
www.sgd.de
 - Fernstudium an der FernFH**
Elektrotechnik, Mechatronik Informatik, Industrial Management
www.wb-fernstudium.de
 - Welches Studium ?**
Online Berufswahl - Test .. Anwalt oder Müllmann ?
www.berufswahl-studium-24.com

Bildnachweis: <http://www.google.de/search?hl=de&q=studium>.

Google Online Marketing Challenge SS 2015

- Ziel: Mit einem Budget von 250 \$ für einen Kooperationspartner eine möglichst gute Onlinewerbekampagne zu implementieren.
- Teilaufgaben:
 - Entwicklung einer Strategie in Form eines 4seitigen Pre-Campaign-Reports (Deadline: 27.04.2015)
 - Upload des Pre-Campaign Reports & Credit Request: 28.04.2015
 - Start der Kampagne: 04.05.2015
 - Formulierung verschiedener Anzeigen
 - Aufsetzen eines Google AdWords-Accounts
 - Kontinuierliche Optimierung während des dreiwöchigen Wettbewerbs bis zum 24.05.2015
 - Review des eigenen Erfolgs in Form eines 8seitigen Post-Campaign-Reports (Google-Deadline: 27.05.2015 3.00 Uhr Pacific Standard Time)

Praktikum

- § 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 einer 1-2seitigen Praktikumsbeschreibung beim zuständigen Dozenten
 - Anmeldung des Praktikums beim Prüfungsamt (Formular online)
- Nach dem Praktikum
 - Einreichung eines mindestens 10seitigen Praktikumsberichts sowie eines Praktikumszeugnisses innerhalb von 8 Wochen nach Beendigung des Praktikums beim zuständigen Dozenten
- Alternativ Anrechnung einer *äquivalenten* Werkstudententätigkeit
- Achtung: Praktikum lt. PO gilt *nicht* als Pflichtpraktikum i.S.d. MiLoG

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 Marketing
 - MIM S4 13 Medienmanagement

Beispiel ESC Rennes

- 6 Semesterplätze für Master pro Jahr
- Beispielhafte Kurse der vergangenen Jahre
 - Marketing Communication → Unternehmenskommunikation
 - International Marketing Management → International Marketing
 - International Consumer Behaviour → Consumer Marketing
 - Marketing of Innovation → Marketing
 - Principles of E-Commerce → Marketing
 - Digital Marketing & Branding using Web 2.0 → Medienmanagement



Platzvergabe durch das International Center
Informationsveranstaltung voraussichtlich am
11.11.2015, 15 Uhr

Anregung: Summer School

- Kompakte Kurse in einem inspirierendem internationalen Umfeld
- Beispiele aus dem Sommer 2013:
 - „Digital Business Innovation & Social Media“ an der Aarhus University
 - „Service Marketing and Design“ an der Hanken School of Economics, Helsinki
- 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 News, Jobangebote etc. via Facebook

<https://www.facebook.com/groups/986732171346737/>



The screenshot shows a Facebook group page for 'Marketing & Media Management'. The group is described as 'Geschlossene Gruppe' (closed group). The main navigation bar includes 'Beigetreten' (joined), 'Teilen' (share), 'Benachrichtigungen' (notifications), and a three-dot menu. Below the navigation, there are tabs for 'Diskussion', 'Mitglieder', 'Veranstaltungen', 'Fotos', and 'Dateien', along with a search bar for the group. A text input field for posting is available, with the placeholder 'Schreib etwas ...'. The 'NEUSTE AKTIVITÄTEN' (latest activities) section shows a post by 'Berthold H. Hass' from September 11, 2014, at 11:21, from Flensburg. The post content is: 'Der 3. Partner für das Praxisprojekt Marketing & Medienmanagement steht fest: Neben dem Schleswig-Holsteinischen Zeitungsverlag und der Uni Flensburg werden wir erstmalig mit dem Schuhkonzern ECCO in Bredebro kooperieren -- mehr dazu beim Kickoff kommenden Mittwoch, 12 Uhr.' The 'MITGLIEDER' (members) section shows 40 members, with a button to 'Personen zur Gruppe hinzufügen' (add people to the group). Below the member list are small profile pictures of several group members. The 'BESCHREIBUNG' (description) section includes a 'Bearbeiten' (edit) link and the text: 'Gruppe für Studierende des Schwerpunkts S...'. A 'Mehr anzeigen' (more) link is also present. The 'NEUE GRUPPEN ERSTELLEN' (create new groups) section is at the bottom.