
Studienschwerpunkt S4

„Marketing & Media Management“

Prof. Dr. Berthold H. Hass

Professur für Medienmanagement und Marketing
Universität Flensburg

Team

Abteilungsleitung

Prof. Dr. Berthold H. Hass

Telefon [+49 461 805 2573](tel:+494618052573)
Fax [+49 461 805 2578](tel:+494618052578)
E-Mail berthold.hass@uni-flensburg.de
Gebäude Gebäude Madrid
Raum MAD 123
Straße Munketoft 3b
PLZ / Stadt 24937 Flensburg



[Zeige Personen-Details](#)

Wissenschaftliche Mitarbeit

Nadine Sutmöller (M.Sc.)

Telefon [+49 461 805 2576](tel:+494618052576)
Fax [+49 461 805 2578](tel:+494618052578)
E-Mail nadine.sutmoeller@uni-flensburg.de
Gebäude Gebäude Madrid
Raum MAD 124
Straße Munketoft 3
PLZ / Stadt 24937 Flensburg



[Zeige Personen-Details](#)

Sekretariat

Mona Pareike

Telefon [+49 461 805 2575](tel:+494618052575) vormittags
Fax [+49 461 805 2578](tel:+494618052578)
E-Mail pareike@uni-flensburg.de
Gebäude Gebäude Madrid
Raum MAD 125
Straße Munketoft 3b
PLZ / Stadt 24937 Flensburg



[Zeige Personen-Details](#)

Lehrbeauftragte

Stefan Götz

Telefon [+49 461 5040277](tel:+494615040277)
Fax [+49 461 5040252](tel:+494615040252)
Gebäude Orion Versand GmbH & Co. KG
Straße Schäferweg 14
PLZ / Stadt 24941 Flensburg



[Zeige Personen-Details](#)

Dr. Julia Weidenbach

E-Mail j.wb@gmx.de
E-Mail julia.wbach@googlemail.com
[Zeige Personen-Details](#)



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)

- 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
 - 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
 - Die Kommunikationspolitik in der Markteinführung von Industriegütern: Eine Analyse am Beispiel der Logo tape Gruppe
-

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

4. Semester (SS)	Masterarbeit (30 CP)					
3. Semester (WS)	Management- & Persönlichkeitskompetenz (5 CP)	Spezialisierung 1-4 (25 CP)				
2. Semester (SS)	Wahlpflicht SQ (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. N.N.)
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

- Marketing

- Unternehmenskommunikation
- Strategic Marketing*
- International Marketing*
- Business Marketing*
- Consumer Marketing*

- Marketing**

- Medienmanagement

- Medien- und Kommunikationsmanagement
- Medienrecht
- [Medienökonomie]

- Medienmanagement**
- Medienwissenschaft**
- Kulturwissenschaft**

* Veranstaltungen der SDU in Sonderburg

** Module ohne standardmäßig zugehörige Veranstaltungen

- Integration

- Forschungsseminar Marketing und Medien (5 CP)
- Praxisprojekt Marketing und Medien (5 CP)
- Praktikum (5 CP)

Veranstaltungsangebot im Herbstsemester 2017

- Unternehmenskommunikation (5 CP)
 - Vorlesung (3 SWS)
 - Leistung: 90minütige Klausur
 - Dozent: Prof. Berthold H. Hass
 - Beginn: 22.09., 8.15 Uhr
- Medienrecht (5 CP)
 - Vorlesung mit integrierten Präsentation (3 SWS)
 - Leistung: Hausarbeit und Präsentation
 - Dozent: Stefan Götz, Orion, Flensburg
 - Beginn: 18.09., 18 Uhr
- Medienmanagement: Crossmedia (5 CP)
 - Vorlesung mit integrierten Präsentation (3 SWS)
 - Leistung: Hausarbeit und Präsentation
 - Dozent: Dr. Julia Weidenbach, ehem. Brigitte Online, Hamburg
 - Beginn: 25.09., 10 Uhr (geblockt)

Veranstaltungsangebot im Herbstsemester 2017

- Praxisprojekt Marketing & Medienmanagement (5 CP)
 - Projekt (2 SWS)
 - Leistung: Projektpräsentation
 - Dozent: Prof. Berthold H. Hass
 - Beginn: 20.09., 8.15 Uhr
- Forschungsseminar Marketing & Medien (5 CP)
 - Seminar (2 SWS)
 - Leistung: Hausarbeit und Präsentation
 - Dozentin: Prof. Berthold H. Hass
 - Beginn: 20.09., 12.15 Uhr
 - *Empfohlen erst ab dem 3. Semester!*

Weitere Veranstaltungen

- Strategic Marketing (SDU)
- Global E-Business (SDU)
- Veranstaltungen des Mastertudiengangs Kultur Sprache Medien
 - Einführung in die Kulturwissenschaft 351203x → IMS-Modul Kulturwissenschaft
 - Grundlagen der interkulturellen Medienwissenschaft: Europäische Medienwissenschaft 351204x → IMS-Modul Medienwissenschaft
 - Das Internet der Dinge 353207x → IMS-Modul Kulturwissenschaft
 - Buchmessen und Kulturpolitik: Ehrengästländer auf der Frankfurter Buchmesse und die Inszenierung (trans-)nationaler qua Literatur 353206x → IMS-Modul Medienwissenschaft



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

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)
 - Eine nachträgliche Anrechnung von bereits absolvierten Praktika ist nicht möglich
 - 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
 - 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 im Laufe des Semesters

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 header image is a photograph of a red brick building with ivy and large windows. Below the header, there are navigation tabs for "Diskussion", "Mitglieder", "Veranstaltungen", "Fotos", and "Dateien", along with a search bar. A text input field with the placeholder "Schreib etwas ..." is visible. The "Mitglieder" section shows 40 members with small profile pictures. A post by "Berthold H. Hass" from September 11, 2014, at 11:21 AM from Flensburg, mentioning a partnership with ECCO, is displayed. The "Beschreibung" (description) section indicates the group is for students of the marketing and media management focus area. The page is framed by a blue border.