

Studienschwerpunkt S4 „Marketing & Media Management“

Prof. Dr. Berthold H. Hass

Professur für Medienmanagement und Marketing
Europa-Universität Flensburg

Curriculum Marketing & Media Management

■ Marketing

- Unternehmenskommunikation
- Global E-Business*
- Strategic Marketing*
- International Marketing*
- Business Marketing*
- Topics in Marketing**

■ Medienmanagement

- Medien- und Kommunikationsmanagement
- Geschäftsmodellinnovationen in Medienmärkten
- Medienrecht
- Topics in Media Management**
- Topics in Media and Communication Studies**
- Topics in Cultural Studies**

* Veranstaltungen der SDU in Sonderburg

** Module ohne standardmäßig zugehörige Veranstaltungen

■ Integration

- Praxisprojekt Marketing und Medienmanagement
- Forschungsseminar Marketing und Medien
- Masterarbeit
- Praktikum

Beispielhafte Masterarbeiten

- Markenbotschaften zwischen lokaler Anpassung und internationaler Konsistenz: Eine fallstudienbasierte Analyse im Kontext von Markenaktivismus
- Customer Touchpoint Management in der Fährbranche: Eine explorative Analyse am Beispiel der FRS Baltic GmbH
- Live-Shopping als innovativer Verkaufskanal im E-Commerce: Eine vergleichende Mehrfallstudie ausgewählter Angebote
- Charity Advertising in Deutschland: Eine quantitative Analyse der Wirkung emotionaler Reize auf die Spendenbereitschaft
- Paid Content in sozialen Medien: Eine quantitative Analyse der Zahlungsbereitschaft potenzieller Nutzenden
- Vermarktung von Independent Music im Streaming-Zeitalter: Eine Mehrfallstudie ausgewählter Labels und Künstler:innen

Veranstaltungsangebot Herbstsemester 2025

- Unternehmenskommunikation (5 CP)
 - Vorlesung/Übung (3 SWS)
 - Leistung: Klausur (90 Min.)
 - Dozent: Prof. Berthold H. Hass
- Medienrecht (5 CP)
 - Vorlesung/Übung (3 SWS)
 - Leistung: Hausarbeit (15 S.)
 - Dozent: Stefan Götz
- Praxisprojekt Marketing & Medienmanagement (5 CP)
 - Projekt (2 SWS)
 - Leistung: Projektpräsentation
 - Dozent: Prof. Berthold H. Hass

Ausblick: Frühjahrssemester 2026 (geplant)

- SQ-Bereich: Empirisches Forschungsprojekt
 - Projekt (2 SWS)
 - Leistung: Empirische Erhebung und Projektpräsentation
 - Dozent: Prof. Berthold H. Hass
- International Marketing (5 CP)*
- International Strategic Marketing in Business to Business Context (10 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 2026.

Exemplarischer Studienverlaufsplan in S4

1.	Unternehmenskommunikation (S4)	Medienrecht (S4)	Theoretical and Empirical Research Methodology	Wirtschaftsethik und unternehmerische Verantwortung (1 oder 2)	Economics of Globalization	Englisch I (oder Spanisch I)	30 LP
2.	International Strategic Marketing in Business to Business Context (SDU; S4)		International Marketing (SDU; S4)	Service Learning Projekt	Europe in the Global Economy	Englisch II (oder Spanisch II)	30 LP
3.	Praxisprojekt Marketing & Medienmanagement (S4)	Geschäftsmodellinnovationen (S4)	Global E-Business (SDU; S4)		Praktikum (S4)	Research in Topics in Ecological Economics	30 LP
4.	Masterthesis inkl. -kolloquium						30 LP

Spezialisierungsbereiche S1 - S4: 30 LP im Schwerpunkt S4; 20 LP frei wählbar aus S1 - S4

Schlüsselqualifikationen (SQ): insgesamt 40 LP

Research Competence (10 LP). Pflichtmodul: „Theoretical and Empirical Research Methodology“ (5 LP)

Interdisciplinary Competence and Personal Development (10 LP). Wahlpflicht: „Wirtschaftsethik & unternehmerische Verantwortung“ – Wahlmodul 1 oder 2 (5 LP)

International Competence (10 LP). Pflichtmodul: „Economics of Globalization“ (5 LP)

Language Competence (10 LP). Englisch I und II oder Spanisch I und II

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: Hinreichend 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/>.