

# **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)	Geschäftsmodell-innovationen (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/>.