

Studieren an der SRH Hochschule Berlin

Kommunikationsmanagement In Unternehmen und Öffentlichkeit

Studienabschluss: Bachelor of Arts (B.A.)

Studiendauer: 3 Jahre

Inhalt

Begrüßung

Zulassungsvoraussetzungen

Bewerbung, Kennenlern- und Vorstellungsgespräch

Studiengebühren und Wirtschaftlichkeit

Studiengang Kommunikationsmanagement

Studienkonzept

Die Hochschule und ihr Träger

Begrüßung

Sehr geehrte Damen und Herren,

herzlichen Dank für Ihr Interesse an unseren Studienprogrammen. Statt eines Grußwortes möchte ich drei unserer wichtigsten Ziele für Sie in Thesen fassen:

- Interkulturelle Kompetenz kann nur mit internationalen Verflechtungen vermittelt werden.
- Wissenschaftliche Leistung kann nur mit starken Bildungspartnern erreicht werden.
- Berufsqualifizierende Ausbildung kann nur mit guten Praxiskontakten erfolgreich sein.

Wir bieten diese Erfolgsbedingungen und kombinieren unsere – und Ihre – Ziele zu einzigartigen Studienangeboten im Bereich des internationalen Managements.

Sollten Sie weitere Fragen haben, stehen Ihnen unser Studienbüro oder unsere Professoren gern mit Rat und Tat zur Seite.

Ihr

Prof. Dr. Dr. h. c. mult. Peter Eichhorn
Präsident

Zulassungsvoraussetzungen

Für **deutsche oder ausländische** Staatsbürger, die in Deutschland die Schule besucht haben, ist die Voraussetzung für die Zulassung im Regelfall die allgemeine Hochschulreife oder die Fachhochschulreife. Die Voraussetzungen müssen durch die Vorlage beglaubigter Zeugniskopien nachgewiesen werden.

Bewerber, die die **Sekundarstufe I** abgeschlossen haben und eine abgeschlossene Berufsausbildung sowie mehrjährige Berufserfahrung nachweisen, können unter bestimmten Voraussetzungen an einer fachrichtungsbezogenen Eignungsprüfung teilnehmen und danach das Studium aufnehmen. Nähere Informationen dazu schicken wir Ihnen gern zu.

Bürger aus Mitgliedsländern der Europäischen Union sind, wenn sie die für das Studium erforderlichen Sprachkenntnisse nachgewiesen haben, deutschen Bewerbern gleichgestellt.

Für **Bürger von Staaten außerhalb der Europäischen Union** gelten z. T. länderspezifische Regelungen. Wir senden Ihnen dazu gern bei Bedarf weitere Informationen zu.

Alle ausländischen Studienbewerber aus dem nicht-deutschsprachigen Ausland ohne deutsche Hochschulzugangsberechtigung müssen gute deutsche bzw. englische Sprachkenntnisse nachweisen, die erwarten lassen, dass sie erfolgreich am Studium teilnehmen können. Der Nachweis wird grundsätzlich durch die „Deutsche Sprachprüfung für den Hochschulzugang ausländischer Studienbewerber (DSH)“ oder die erfolgreiche Teilnahme am „Test für Deutsch als Fremdsprache (TestDaF)“ erbracht. Ein in allen Teilprüfungen mindestens mit dem Ergebnis „TDN 4“ abgelegter TestDaF bzw. DSH Stufe 2 gilt als Nachweis der sprachlichen Studierfähigkeit für die uneingeschränkte Zulassung zu allen Studiengängen.

Bewerbung, Kennenlern- und Vorstellungsgespräch

Bewerbungen für einen Studienplatz an der SRH Hochschule Berlin erfolgen entweder online über das Internet oder postalisch mit Hilfe des SRH Bewerbungsformulars. Bitte benutzen Sie dazu das PDF-Formular auf unserer Website www.srh-hochschule-berlin.de bzw. das **Online-Bewerbungsformular**. Bewerbungen können Sie grundsätzlich jederzeit einreichen.

Die Hochschule entscheidet aufgrund dieser Daten über die Einladung zur Teilnahme am Kennenlern- und Vorstellungsgespräch. Hierzu werden wir mit Ihnen einen individuellen Termin vereinbaren, um Ihnen uns und die Hochschule genauer vorzustellen. Während Ihres Besuchs an unserer Hochschule werden Ihre mündliche und schriftliche Argumentationsweise, Ihre Logik-Fähigkeiten und das Englisch-Verständnis ermittelt. Auf Grundlage unseres persönlichen Kennenlernens, der Ergebnisse, der Schulabschlüsse und ggf. weiterer Zeugnisse erhalten Sie von uns ein Studienplatzangebot.

Eine Immatrikulationsgebühr wird bei uns nicht erhoben.

Studiengebühren und Wirtschaftlichkeit

Die Studiengebühren betragen **monatlich 700 €**. Diese Gebühren sind für das gesamte dreijährige Studium fest; Erhöhungen während des Studiums sind ausgeschlossen.

Als Studierende/r der SRH Hochschule Berlin haben Sie grundsätzlich Anspruch auf Förderung durch das staatliche BAföG-System.

Studiengang Kommunikationsmanagement

in Unternehmen und Öffentlichkeit

Die Veränderungen auf dem Markt der Kommunikation und der Interdependenz fordern weit mehr von den Kommunikationsverantwortlichen in Unternehmen und Institutionen als es den traditionellen Berufsbildern von Pressesprechern, Öffentlichkeitsarbeitern oder PR-Leitern entspricht.

Der digitale Wandel in Wirtschaft und Gesellschaft und die damit einhergehende Vernetzung der Menschen über das Internet verändern unsere Welt ebenso nachhaltig wie die „Gutenberg-Revolution“ nach der Erfindung des Buchdrucks. Wir erleben, in den Worten des Schriftstellers Daniel Kehlmann, eine „Neuvermessung der Welt“, die von modernen Unternehmen gestaltet und in ihrer Konsequenz beispielsweise für die politische Kommunikation nachhaltig durch den amerikanischen Präsidenten Barack Obama verdeutlicht wird.

Der Studiengang **„Kommunikationsmanagement in Unternehmen und Öffentlichkeit“** richtet sich an aufgeweckte junge Menschen, die sich beruflich auf diese Neuvermessung der Wirtschaftskommunikation vorbereiten wollen. Die Schlagworte dieser Neuvermessung sind **Transformation** und Konvergenz von Technologien und Medien; Umbruch und Neugestaltung von Unternehmen und Märkten; Vertrauen, Kollaboration und Schnelligkeit im Handeln sowie **Transparenz**, Authentizität, Offenheit und Aufrichtigkeit in der Kommunikation und in der **Teamarbeit**.

Ziel

„Heute lernen, wie morgen kommuniziert wird.“ Die Kompetenz von Unternehmen und öffentlichen Einrichtungen, ihre externen und internen Informations- und Kommunikationsprozesse zu beherrschen, stellt einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil dar. Das Ziel des Studienganges ist es daher, den Studierenden Fähigkeiten für die Gestaltung, Planung, Konzeption und Implementierung von Instrumenten der Unternehmenskommunikation zu vermitteln.

Darüber hinaus werden die Absolventen in die Lage versetzt, die wirtschaftliche wie gesellschaftliche Tragweite der Veränderungen im Kommunikationssystem zu erkennen. Aktuelle Entwicklungen werden schnell in die kommunikative Führungsstrategie des Unternehmens umgesetzt.

Um diesen Anforderungen nachhaltig genügen zu können, sollen die Studenten nicht nur zur Kommunikation befähigt werden, sondern auch in die Lage versetzt werden, die kommunikativen Veränderungen in den nächsten Jahren nachzuvollziehen. Dazu gehört insbesondere das Verständnis von Informatik und Kommunikationstechnologien, um die Bedeutung technologischer Neuerungen und die dadurch veränderte Ökonomie digital arbeitender Unternehmen einordnen zu können. Nur so kann der Anspruch „Heute lernen, wie morgen kommuniziert wird.“ nachhaltig erfüllt werden.

Für den Aufbau des Studiums resultiert daraus, dass, neben dem klassischen Verständnis von Wirtschaft, Medien und Kommunikation, das gleiche Gewicht auf die Veränderungen durch die Digitalisierung in eben diesen Bereichen gelegt wird. Außerdem soll die Kombination von Lehrprogrammen und praktischen Seminaren die Studenten auf ihre Aufgaben vorbereiten. Zusammengefasst sind die Studienziele die folgenden:

- Aufbau wirtschaftlichen Grundwissens im Unternehmens- und Globalkontext
- Vermittlung von Kenntnissen über den Medienmarkt
- Trendverständnis klassischer und digitaler Kommunikation
- Anwendung von Kommunikationstechniken und Technologien (Text, Sprache, Film, Web 2.0, etc.)
- Reflektierte und kritische Nutzung des Information Highway
- Gesellschaftliche Bedingungen und Konsequenzen des öffentlichen Diskurses
- Vermittlung von Hintergrundwissen und interdisziplinären Wissensbausteinen
- Erarbeitung interkultureller Handlungskompetenzen und geschäftlicher Umgangsformen
- Praxisnahe Ausbildung einer gefestigten und teamfähigen Persönlichkeit

Die Profilierung des Curriculums liegt deshalb in einer hohen quantitativen und qualitativen Gewichtung der Themen, die mit dem digitalen Wandel unserer Gesellschaft verbunden sind, und den veränderten Fragestellungen für das Kommunikationsmanagement, die sich daraus ergeben.

Curriculum – Kommunikationsmanagement (B.A.)

1. Studienjahr					
1. Semester			2. Semester		
Modul	Cr.	S.	Modul	Cr.	S.
01 Organisation & Kommunikation im Unternehmen – Betriebswirtschaftliche Ansätze	4	3	02 Wirtschaftlicher Wandel – Volkswirtschaftliche Ansätze	4	3
03 Die demographische Herausforderung – Aspekte des Bevölkerungswandels	4	3	18 Zahlen, Daten, Fakten – Wie erstelle ich eine Datenbank?	4	3
11 Klassischer „Offline“-Kommunikationsmarkt	4	3	30 Projektmanagement	4	3
21 Mengen und Zahlen im Kontext Quantitative Methoden I	4	3	22 Mengen und Zahlen in der Präsentation Quantitative Methoden II	4	3
17 Internet und WWW – Technologie im Wandel der Zeit	4	3	12 Digitaler „Online“-Kommunikationsmarkt	4	3
29 Wissenschaftliches Arbeiten	4	3	32 Texten, Rhetorik und Kreativität	4	3
31 Interkulturelle Kompetenz und Teamarbeit	4	3	34 Projektarbeit im Ressort	4	SZ
26 Sprachen I	2	2	26 Sprachen II	2	2
Gesamt	30	23	Gesamt	30	23
Gesamt: 60 Credits					

2. Studienjahr					
1. Semester			2. Semester		
Modul	Cr.	S.	Modul	Cr.	S.
13 Face to Face Kommunikation Die direkte Ansprache	8	6	14 Massenmedien und öffentliche Meinung	8	6
05 Unternehmensmanagement Geschäftsprozesse I	4	3	06 Einsatz und Steuerung von Ressourcen Geschäftsprozesse II	4	3
07 Online Marketing & Customer Relationship Management Nutzung des Information Highway	4	3	04 Geld, Vertrauen und Risiko – Märkte als soziale Strukturen	4	3
19 Electronic Business Konzepte – E-commerce, E-learning & Co.	4	3	20 E-Networking – Wikis, Blogs & Co.	4	3
23 Interviewtechnik und Feldversuche Qualitative Methoden I	4	3	24 Pulse und Impulse – Qualitative Methoden II	4	3
33 Moderation und Konfliktmanagement	4	3	08 Electronic Business Fallstudien	4	3
27 Sprachen III	2	2	27 Sprachen IV	2	2
Gesamt	30	23	Gesamt	30	23
<i>36 Projektarbeit im Unternehmen SZ</i>					
Gesamt: 60 Credits					

3. Studienjahr					
1. Semester			2. Semester		
Modul	Cr.	S.	Modul	Cr.	S.
35 Projektarbeit im Unternehmen – Praktikum (1.9.-28.2)	20	-	25 Medienrecht Internetrecht, Urheberrecht, etc.	4	3
09 Geschäftsideen und Unternehmensplanung – Businessplan	4	B	09 Geschäftsideen und Unternehmensplanung – Businessplan	4	3
16 Wissensmanagement – Wissen schaffen im Unternehmen	4	B	15 Digitale Kommunikation – Das Obama-Teilhaber-Prinzip	4	3
28 Sprachen V	2	B	10 Unternehmensführung	4	3
			28 Sprachen VI	2	B
			36 Bachelor-Kolloquium	2	B
			37 Bachelorarbeit	10	B
Gesamt	30		Gesamt	30	12
Gesamt: 60 Credits					

Legende:

Basis-Module **Vertiefungs-Module** **Integrations-Module**
 Cr. = ECTS Credits, S. = Semesterwochenstunden, B = Blockunterricht, SZ = Sonderzeit

Konzeption

Das Studienmodell verbindet Basismodule, Vertiefungsmodule und Integrationsmodule.

Basis-Module stellen Wissensbausteine für Kommunikationsmanager von morgen zur Verfügung. Sie kombinieren dabei Inhalte aus verschiedenen Fachgebieten und bauen so wichtige Kompetenzbereiche der Studierenden auf. Neben den fachlichen Inhalten gehören Methodenmodule, Fremdsprachenmodule und Module zur Persönlichkeitsbildung (Aufbau individueller Stärken und Soft Skills) dazu.

Vertiefungs-Module vermitteln Kompetenzen aus klassischen und digitalen Bereichen von Kommunikation, Management und Technologie. Die Aufteilung der Themen in klassische und digitale Module erfolgte aufgrund der genauen Marktbeobachtung durch unser Studiengangsteam. „Digital“ bedeutet in diesem Zusammenhang eine immer orts- und zeitunabhängigere Progression dieser Ansätze und Tools. Gleichzeitig kann „digitale“ Kommunikation immer genauer auf spezielle Gruppen oder gar Individuen zugreifen. Die technischen Voraussetzungen dieser Entwicklung und die gesellschaftlichen Auswirkungen gehören ebenso zu den Inhalten der Vertiefungsmodule.

Integrations-Module verknüpfen erworbene Management-Skills in Projekten und kreativen Planungsmodulen. Schon im ersten Studienjahr erproben die Studierenden ihre Teamfähigkeit im ersten Integrationsmodul – den Ressortgruppen. Sie gestalten die Hochschule mit Projekten aus den Bereichen Medien, PR & Marketing, Kultur & Sport und Qualitätsmanagement. Die Ressortgruppen werden in deutscher und englischer Sprache angeboten. Im zweiten Jahr ist das Betriebspraktikum das wichtigste Integrationsmodul. Studierende wählen einen Mentor aus dem Lehrteam und verbringen vier Monate in einem Unternehmen Ihrer Wahl. Natürlich kann das Praktikum auch im Ausland absolviert werden. Das dritte Jahr wird durch das Bachelorprojekt dominiert. KM-Studierende tauschen ihre Erfahrungen während dieser Phase in einem Kolloquium aus. Auch in diesem Modul wählen sie einen persönlichen Mentor aus dem Team der SRH Hochschule und den kooperierenden Unternehmen.

Studienbeginn und Dauer

Der Studiengang „Kommunikationsmanagement in Unternehmen und Öffentlichkeit“ beginnt jeweils im Wintersemester und geht über drei Jahre. Insgesamt umfasst er 180 ECTS-Credit-Punkte. Er schließt mit dem Abschlussgrad Bachelor of Arts (B.A.) ab.

Markt und Berufsfelder

Die Markt- und Berufsfelder der Kommunikationsmanagement-Absolventen erschließen sich im größten Anteil in den Unternehmensfunktionsbereichen Marketing und/oder Unternehmenskommunikation. Der Einsatz ist sowohl im Anwendungsraum der externen Kommunikation wie auch der internen Kommunikation zu sehen.

Das Feld der externen Kommunikation gewinnt an Bedeutung, da die Differenzierungsmöglichkeiten der Unternehmen am Markt auf produkt- oder leistungspolitischem Feld kaum mehr möglich ist (mangelnde Innovationskraft, sehr schnelle Kopierfähigkeit auf gleichem Niveau durch Schwellenländer). Die Konsequenz ist die Erarbeitung von Wettbewerbsvorteilen durch Kommunikation.

Grundsätzlich liegen die Einsatzfelder damit in der Planung, Durchführung und Kontrolle von marktgerichteten Kommunikationsmaßnahmen unter Einsatz moderner IUK-Technologien. Für die interne Kommunikation ist zudem der Einsatzbereich des Wissensmanagements (IT- und Datenbankkompetenz) wichtig. Dieser Bereich findet sich vor allem in größeren Unternehmen und Konzernen und gewinnt in klein- und mittelständischen Unternehmen zunehmend an Bedeutung.

Die Berufsfelder unserer Kommunikationsmanagement-Absolventen sind vielseitig. Es sind die Kommunikationsverantwortlichen in Wirtschaftsunternehmen und öffentlichen Organisationen: Moderne Pressesprecher, PR-Leiter, Markt- und Meinungsforscher und – auf der höchsten Stufe der Karriereleiter – der Chief Communication Officer (CCO).

Studienkonzept an der SRH Hochschule Berlin

Ein Leitziel für das Studienkonzept der SRH Hochschule Berlin ist eine **neue Balance von Studienfreiheit und Organisation**. Ein straffer organisatorischer Rahmen sichert die Qualität des Studiums und bietet zugleich Raum und fordernde Situationen für Initiative, Selbstständigkeit und eigenbestimmte Profilbildung der Studierenden. An der SRH Hochschule Berlin werden **virtuelle Anwendungen** (Internet, webbasierte Lernplattform) stark in die Gestaltung der Lernorganisation eingebunden, das **intensive Präsenzstudium** bleibt dabei jedoch das Standbein des Studienkonzeptes.

Der Praxisbezug spielt bei uns eine herausragende Rolle. Theorie und Praxis stehen hier im Sinne von Leibniz' wissenschaftlicher Arbeitsweise (Theoria cum Praxi) gleichberechtigt und produktiv nebeneinander. In diesem berufsqualifizierenden Erststudium erwerben Sie nach den Prinzipien des lebenslangen Lernens sowohl grundlegendes Wissen als auch Weiterlernkonzepte.

Ein Studienjahr umfasst 40 Studienwochen. Die 40 Studienwochen pro Jahr sind wie folgt gegliedert:

- **2 Semester à 18 Wochen**
- **4 Wochen Projekt- und Ressortarbeit**

Das dreijährige Studium beinhaltet insgesamt 20 Wochen studienintegrierte Praxisprojekte (ein 16-wöchiges Unternehmenspraktikum im In- oder Ausland und vier Wochen Projektarbeit in SRH-Ressorts), sowie eine Abschlussarbeit, die einem Arbeitsumfang von acht Wochen entspricht.

Der Wechsel zwischen **Kontaktunterricht** mit Dozenten, **angeleiteten Arbeitsgruppen** und **Selbststudium** zielt auf die Stärkung der Initiative und Selbstständigkeit der Studierenden. Die nach Thema, Dauer und Zusammensetzung variierenden Arbeitsgruppen entwickeln die Fähigkeit zur Teamarbeit und zum Konfliktmanagement.

Voraussetzung für die Organisation des eigenen Studiums in unserer Hochschul-Plattform „srh-board“ ist ein **Laptop**. Dieses muss von den Studierenden mitgebracht werden. In einer **Einführungswoche** werden Ihnen die Organisation sowie alle Systeme ausführlich erläutert.

Die Hochschule und ihr Träger

Die **SRH Hochschule Berlin** ist eine staatlich anerkannte private Hochschule. Der Studienbetrieb wurde am 30. September 2002 aufgenommen. Träger der Hochschule ist die SRH Hochschule Berlin GmbH.

Zurzeit ist die SRH Hochschule mit 210 Studierenden, zwanzig Professoren und Gastprofessoren, sechs Dozenten und sonstigen wissenschaftlichen Angestellten, fünfzehn Lehrbeauftragten und neun Mitarbeitern in der Hochschulverwaltung eine kleine Hochschule, die eine sehr gute persönliche Betreuung aller Studierenden gewährleistet. Bis zum Jahre 2011 soll die Kapazität in deutsch- und englischsprachigen Bachelor- und Masterprogrammen ausgebaut werden.

Die SRH Hochschule Berlin hat ihren Standort am Ernst-Reuter-Platz. Die zentrale Lage in der Stadt erhöht die Attraktivität der Hochschule für die Studierenden. So gibt es gute Anbindungsmöglichkeiten an den in unmittelbarer Nähe gelegenen Campus der TU Berlin. Gute Verkehrsanbindung gestattet es zudem, andere Hochschulen, Forschungsinstitute oder Unternehmen in kürzester Zeit zu erreichen.

Kontakt

Vereinbaren Sie mit uns einen individuellen Informationstermin!

Campus

SRH Hochschule Berlin
Ernst-Reuter-Platz 10
Telefon: +49 (030) 92 25 35 45
Fax: +49 (030) 92 25 35 55
E-Mail: info@srh-hochschule-berlin.de

Studienbüro

Telefon: +49 (030) 92 25 35 50
E-Mail: studienbuero@srh-hochschule-berlin.de

Weitere Informationen
und Bewerbung

www.srh-hochschule-berlin.de

So erreichen Sie uns

Berlin-Charlottenburg

Ernst-Reuter-Platz 10
10587 Berlin

Mit öffentlichen Verkehrsmitteln von Berlin
Zoologischer Garten:

- Eine Station mit der U2 in Richtung Ruhleben

Zugang zur Hochschule

- Über den Haupteingang in der Marchstraße, 1. Etage