



# BWL (m/w/d)

## Medien- und Kommunikationswirtschaft

#MachDeinDing

Die Welt der Robotik findest du spannend? Du möchtest am Puls der Zeit arbeiten und zu den Trendsettern der Branche gehören? Mit einem Team aus 170 Mitarbeitenden entwickelt fpt robotics revolutionäre Automatisierungssysteme und definiert immer wieder neu **what robotics can be**.

### DAS LERNST DU IM STUDIUM

- / Grundlagen der Medien- und Kommunikationswirtschaft, der Betriebswirtschaftslehre, sowie des Medienmanagements
- / Vertiefung in Dialog- und Onlinemarketing
- / Komplexe Marktstrukturen und das Verhalten von Agenturen und Unternehmen der werbetreibenden Wirtschaft zu analysieren und zu verstehen
- / Ökonomische Rahmenbedingungen von Medien, den Erfolgsfaktoren digitaler Geschäftsmodelle sowie Methoden zur Strategieentwicklung für Medienprodukte (und Geschäftsfelder)

### DAS ERWARTEN WIR

- / Interesse an grundlegenden (medien-) wirtschaftlichen Fragestellungen, sowie an Medien und Kommunikation
- / Kreatives Denken und die Fähigkeit, innovative Lösungen für medienbezogene Probleme zu erarbeiten
- / Souveräner Umgang mit Kunden, Mitarbeitenden und sonstigen Stakeholdern des Unternehmens
- / Team- und Kommunikationsfähigkeit sowie Belastbarkeit

Flache Hierarchien eines mittelständischen Unternehmens und viel Freiraum für Ideen bieten vielseitige Perspektiven.



Flexible  
Arbeitszeitmodelle



Sternrestaurant  
als Kantine



EGYM  
Wellpass



Übernahme  
Studiengebühren

- ✓ ZUSCHUSS FÜR ZUSATZ-QUALIFIKATIONEN
- ✓ ZIEL: ÜBERNAHME!
- ✓ ROOKIEEVENTS
- ✓ VIP-TICKETS für SPORTEVENTS uvm.



What robotics can be: deine Zukunft!

Wir freuen uns auf deine Bewerbung an:  
Daniela Prinz  
Tel.: 07520 95130  
Mail: [bewerbung@fpt.de](mailto:bewerbung@fpt.de)



**STUDIENGANG BWL**

**MEDIEN- UND KOMMUNIKATIONSWIRTSCHAFT**

**AN DER DHBW RAVENSBURG**





Stark in Theorie und Praxis

## BWL–Medien- und Kommunikationswirtschaft dual studieren

---

Die Digitalisierung sowie die veränderten Nutzerpräferenzen führen zu einer großen Marktdynamik auf den Medienmärkten. Medien- und Kommunikationsunternehmen entwickeln in immer kürzeren Innovationszyklen neue Produkte für diversifizierte Verbreitungswege. Die zielgerichtete Ansprache des Kunden mit spezifischen Inhalten und Werbebotschaften über verschiedene Distributionswege ist eine der unternehmerischen Schlüsselkompetenzen für erfolgreiche Geschäftsmodelle in der zunehmend digitalisierten Unternehmenspraxis. Die an der DHBW einzigartige Studienrichtung Medien- und Kommunikationswirtschaft greift diese Anforderungen innerhalb des dreijährigen Studiums konsequent auf.

### Zielsetzung

Absolventinnen und Absolventen der Studienrichtung Medien- und Kommunikationswirtschaft werden als qualifizierte Fach- und Führungskräfte ausgebildet. Sie können die Potenziale neuer Technologien erkennen und in marktgerechte Produkte umsetzen. Neben einem fundierten ökonomischen Fachwissen werden auch weitreichende technische, rechtliche, kommunikationswissenschaftliche und gestalterische Kenntnisse vermittelt. Studierende werden in Fallstudien, Projektworkshops sowie Forschungsprojekte eingebunden. Dafür stehen innovative Labore (MediaLab, Hörfunk- und TV-Studio) zur Verfügung.

### Studieninhalte und -verlauf

Gleich im ersten Studienjahr erfolgt eine konsequent medien- und kommunikationswirtschaftliche Ausrichtung des Curriculums. Die Studierenden lernen die komplexen Marktstrukturen und das Verhalten der Medienunternehmen, Agenturen und Unternehmen der werbetreibenden Wirtschaft kennen. Darüber hinaus werden die Lehrinhalte aus der Betriebs- und Volkswirtschaftslehre, die rechtlichen Grundlagen sowie die Besonderheiten der Medien- und Kommunikationsbranche vermittelt.

Ab dem zweiten Studienjahr werden die Schwerpunkte Medienmanagement und Kommunikationsmanagement angeboten.

Studierende werden auf die Tätigkeit im Medienmanagement mit den spezifischen ökonomischen Rahmenbedingungen von Medien, den Erfolgsfaktoren digitaler Geschäftsmodelle sowie den Methoden zur Strategieentwicklung für Medienprodukte und Geschäftsfelder vertraut gemacht.

Studierende mit dem Schwerpunkt Kommunikationsmanagement werden mit Strategien und Techniken der Markenführung sowie ausgewählten Instrumenten der Marketingkommunikation, der integrierten Unternehmenskommunikation und Public Relations vertraut gemacht. Darauf aufbauend können sich Studierende im dritten Studienjahr für eines der folgenden Wahlfächer entscheiden:

– **Dialog- und Online-Marketing\***

Grundlagen im Bereich CRM, Database-Marketing, Lehrinhalte zur Planung, Durchführung und Kontrolle von Dialog- und Digitalmaßnahmen

– **Controlling und Unternehmensentwicklung**

Lehrinhalte aus den Bereichen Rechnungswesen, Controlling und Strategie

– **Medienmanagement\*\***

Lehrinhalte aus dem Bereich des strategischen Medienmanagements, Seminare und Fallstudien zu aktuellen Entwicklungen der Medien- und Kommunikationswirtschaft

– **Kommunikationsmanagement\*\*\***

Lehrinhalte aus dem Bereich Strategieentwicklung / integrierte Kommunikation, Management von Kommunikationsagenturen

---

Wahlangebot

\* zur Vertiefung der bereits im zweiten Studienjahr gelegten Grundlagen im Bereich Dialog- und Onlinemarketing

\*\* für Studierende, die den Schwerpunkt Kommunikationsmanagement belegen

\*\*\* für Studierende, die den Schwerpunkt Medienmanagement belegen

# Studienplan BWL – Medien- und Kommunikationswirtschaft

MODULBEREICHE	1. STUDIENJAHR	2. STUDIENJAHR	3. STUDIENJAHR	
<b>STUDIENGANGSMODULE BWL</b>				<b>60 CP</b>
BETRIEBSWIRTSCHAFTSLEHRE	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre Unternehmensrechnung Technik der Finanzbuchführung	Bilanzierung und Besteuerung Personalwirtschaft, Organisation und Projektmanagement	Integriertes Management	30 CP
VOLKSWIRTSCHAFTSLEHRE	Grundlagen der VWL und Mikroökonomik	Makroökonomik	Wirtschaftspolitik	15 CP
RECHT	Bürgerliches Recht	Wirtschaftsrecht		10 CP
MATHEMATIK	Mathematik und Statistik			5 CP

<b>STUDIENRICHTUNGSMODULE MEDIEN- UND KOMMUNIKATIONSWIRTSCHAFT</b>				<b>75 CP</b>
KERNMODULE	Grundlagen der Medien- und Kommunikationswirtschaft Interdisziplinäre Bezüge der Medien- und Kommunikationswirtschaft Content und Technologie	Konsumentenverhalten, Mediaplanung und -forschung Grundlagen Dialog- und Onlinemarketing Projektworkshop Medienproduktion	Integrationsseminar zu ausgewählten Themen Kommunikation in der digitalen Wirtschaft Kommunikationsinstrumente in der Anwendung	45 CP
WAHLMODULE		<b>WAHLFACH I</b> 1 aus 2 wählbar		20 CP
		<b>MEDIENMANAGEMENT</b>		
		Medienökonomie	Medienmanagement	
		Medienmarketing		
		<b>KOMMUNIKATIONSMANAGEMENT</b>		
		Marketingkommunikation und Markenführung Unternehmenskommunikation und PR	Kommunikationsmanagement	
		<b>WAHLFACH II</b> 1 aus 3 wählbar		10 CP
		Vertiefung des Dialog- und Onlinemarketings		
		Controlling und Unternehmensentwicklung		
		Medienmanagement* Kommunikationsmanagement**		

\* Wahlangebot für Studierende, die Wahlfach I Kommunikationsmanagement belegen

\*\* Wahlangebot für Studierende, die Wahlfach II Medienmanagement belegen

<b>SCHLÜSSELQUALIFIKATIONEN</b>				<b>15 CP</b>
SCHLÜSSELQUALIFIKATIONEN	Schlüsselqualifikationen I	Schlüsselqualifikationen II	Schlüsselqualifikationen III	15 CP

<b>PRAXISMODULE</b>				<b>60 CP</b>
BETRIEBLICHE PRAXIS	Praxismodul I	Praxismodul II	Praxismodul III	48 CP
BACHELORARBEIT			Bachelorarbeit	12 CP

SUMME CREDIT POINTS (CP)	70 CP	70 CP	70 CP	<b>210 CP</b>
PRÄSENZSTUNDEN	600	550	500	

Die Module enthalten mehrere Lehrveranstaltungen. Weitere Informationen unter: [www.ravensburg.dhbw.de](http://www.ravensburg.dhbw.de)

# Das duale Studium an der DHBW Ravensburg

## Ihre Vorteile

### Hoher Praxisbezug

Kariervorsprung durch eineinhalb Jahre Praxiserfahrung bereits während des dreijährigen Studiums

### Finanzielle Unabhängigkeit

Monatliche Vergütung vom Partnerunternehmen über die gesamte Dauer des Studiums sowohl in den Praxis- als auch in den Theoriephasen

### Abwechslungsreiches Intensivstudium

Vielfältige und abwechslungsreiche Studienzeit durch regelmäßigen Wechsel zwischen Theorie- und Praxisphasen

### Individuelle Betreuung

Kleine Kurse mit in der Regel 30 Studierenden für eine persönliche und intensive Betreuung durch kompetente Professorinnen und Professoren

### Bildung mit Qualität

Hohes wissenschaftliches Niveau und aktuelle, praxisnahe Lehre durch Professorinnen und Professoren der DHBW, Lehrbeauftragte anderer Hochschulen sowie Dozierende aus der betrieblichen Praxis mit besonderer Expertise

### Hervorragende Zukunftsperspektiven

80 Prozent der Absolventinnen und Absolventen haben bei Abschluss des Bachelor-Studiums einen Arbeitsvertrag unterschrieben

## Das duale Konzept

Zentrales Merkmal der DHBW ist das duale Studienkonzept mit Theoriephasen an der Hochschule und mit Praxisphasen bei den Partnerunternehmen. Die Unternehmen wählen die Studierenden aus, schließen mit ihnen einen Studienvertrag ab und bieten während des dreijährigen Studiums eine fortlaufende Vergütung. Die DHBW übernimmt die akademische Ausbildung. Studienbeginn ist jeweils der 1. Oktober.

Die DHBW Ravensburg ist mit ihren 3.700 Studierenden auf zwei Campus verteilt: In Ravensburg ist die Fakultät Wirtschaft angesiedelt, in Friedrichshafen die Fakultät Technik. Die DHBW Ravensburg ist eine von neun Studienakademien der Dualen Hochschule Baden-Württemberg, die mit 34.000 Studierenden die größte Hochschule im Land ist.

## Ihre Schritte zum dualen Studium

- Prüfen Sie, ob Sie die schulischen Zulassungsvoraussetzungen erfüllen
- Richten Sie Ihre Bewerbung direkt an eines unserer Partnerunternehmen oder bewerben Sie sich initiativ bei einem Unternehmen
- Schließen Sie einen Studienvertrag mit einem unserer Dualen Partner ab
- Die Dualen Partner haben bereits einen Studienplatz reserviert, sodass Sie sich nicht mehr an der DHBW bewerben müssen
- Sie schicken Ihre Unterlagen zur Immatrikulation an die DHBW Ravensburg

## Abschluss und Möglichkeiten nach dem Studium

Das Studium BWL–Medien- und Kommunikationswirtschaft wird nach sechs Semestern mit dem akademischen Grad des Bachelor of Arts mit 210 ECTS-Punkten abgeschlossen. Das sind 30 Punkte mehr, als für einen Bachelor-Abschluss mit dreijähriger Studiendauer im Regelfall vergeben werden. 80 Prozent der Absolventinnen und Absolventen haben nach dem Studium einen Arbeitsvertrag unterschrieben, das zeugt von einem erfolgreichen direkten Einstieg in den Arbeitsmarkt. Die DHBW bietet verschiedene berufsintegrierende, weiterbildende Master-Studiengänge in Wirtschaft, Technik und Sozialwesen an. Am Standort Ravensburg mit Campus Friedrichshafen werden die Master-Programme entweder unter dem Dach des Center for Advanced Studies (CAS) in Heilbronn oder in Kooperation mit Hochschulen der Region angeboten.

Weitere Informationen zu den Masterprogrammen unter [www.cas.dhbw.de](http://www.cas.dhbw.de) und unter [www.ravensburg.dhbw.de](http://www.ravensburg.dhbw.de) im Bereich Masterstudiengänge.

## Sie haben noch Fragen?

Ihre Ansprechpartner für die Studienrichtung BWL–Medien- und Kommunikationswirtschaft

### MEDIENMANAGEMENT

Studiengangsleiter  
Prof. Dr. Gregor Hopf

### Sekretariat

Ulrike Troll  
Tel.: +49 (0) 751 / 18999 - 2118  
[troll@dhbw-ravensburg.de](mailto:troll@dhbw-ravensburg.de)

Studiengangsleiterin  
Prof. Dr. Petra Radke

### Sekretariat

Anja Fischer-Voigt  
Tel.: +49 (0) 751 / 18999 - 2111  
[fischervoigt@dhbw-ravensburg.de](mailto:fischervoigt@dhbw-ravensburg.de)

### KOMMUNIKATIONSMANAGEMENT

Studiengangsleiterin  
Prof. Dr. Simone Besemer

### Sekretariat

Birgit Franke  
Tel.: +49 (0) 751 / 18999 - 2791  
[b.franke@dhbw-ravensburg.de](mailto:b.franke@dhbw-ravensburg.de)

DHBW Ravensburg  
Marienplatz 2  
88212 Ravensburg  
[www.ravensburg.dhbw.de](http://www.ravensburg.dhbw.de)

Allgemeine Studienberatung  
Tel.: +49 (0) 751 / 18999 - 2115  
[studieninfo@dhbw-ravensburg.de](mailto:studieninfo@dhbw-ravensburg.de)

 [instagram.com/  
dhbwravensburg](https://www.instagram.com/dhbwravensburg)

 [facebook.com/  
DHBWRAVENSBURG](https://www.facebook.com/DHBWRAVENSBURG)