

Qualifikationsziele

im Masterstudiengang

Management digitaler Medien

Im Fokus des Masterstudiengangs „Management digitaler Medien“ an der Jade Hochschule in Wilhelmshaven steht die Verknüpfung der in den Bachelorstudiengängen „Medienwirtschaft und Journalismus“ und „Wirtschaftsinformatik“ erworbenen Kompetenzen zu einem konsekutiven Masterstudiengang. Der Arbeitsmarkt der Medienbranche verlangt von den Bewerberinnen und Bewerbern ein hohes Maß an Schnittstellenkompetenzen und interdisziplinären Fähigkeiten. Gerade vor dem Hintergrund, dass Medienunternehmen sich dem digitalen Wandel stellen und zunehmend Informationen in digitalen Kanälen und sozialen Medien bereitstellen, ist der Bedarf an Absolventinnen und Absolventen, die sowohl über wirtschaftliche als auch technische, inhaltlich-konzeptionelle, gestalterische und methodische Kompetenzen auf Masterniveau in Bezug zu digitalen Medien verfügen, ungebrochen. Die Nachfrage an in diesem Bereich ausgebildeten Absolventinnen und Absolventen beschränkt sich nicht auf Medienunternehmen, sondern wird durch die zunehmende Digitalisierung unserer Gesellschaft und Unternehmen verstärkt. Unternehmen haben die Wichtigkeit der Nutzung von digitalen und insbesondere sozialen Medien erkannt und suchen kompetentes Personal. Diese Angebotslücke hilft der Master-Studiengang „Management digitaler Medien“ im Fachbereich „Management, Information, Technologie“ zu schließen.

Die Absolventinnen und Absolventen des Master-Studiengangs „Management digitaler Medien“ haben umfassende Kenntnisse über die technologische, wirtschaftliche, kulturelle und soziale Entwicklung der globalisierten Medienwelt. Sie analysieren interdisziplinäre Aspekte der digitalen Produktion, Distribution und Mediennutzung. Sie erarbeiten zukunftsgerichtete Medienkonzepte, entwickeln Businessmodelle und modellieren Geschäftsprozesse. Die Absolventinnen und Absolventen werden befähigt, diese Entwicklungen zu steuern und zu konzeptionieren. Sie arbeiten in Medienunternehmen und in crossmedialen Redaktionen, in der Unternehmenskommunikation, im Medien-Projektmanagement in Agenturen, Produktionsfirmen sowie in der Medienberatung.

Wissenschaftliche oder künstlerische Befähigung

Die Studierenden sollen befähigt werden, Führungsaufgaben und Entscheidungsprobleme mit wissenschaftlichen Methoden anzugehen und zu lösen. Sie sollen sich darin üben, ihre eigene Herangehensweise zu reflektieren und daraus stetig zu lernen.

Strategische Projekte in Medienunternehmen und in der Unternehmenskommunikation sowie bei Kommunikationsagenturen werden auf der Basis wissenschaftlich fundierter Erkenntnisse erfolgreich gesteuert. Im Master-Studiengang „Management digitaler Medien“ erweitern die Studierenden ihr wissenschaftlich-methodisches und theoretisches Wissen. Sie lernen, Erkenntnisse aus der Wirkungs- und Nutzerforschung, der Erforschung der Funktionsweisen

und der Entwicklung der digitalen Medien sowie wirtschaftswissenschaftliche und kommunikationswissenschaftliche Modelle zu übertragen und für ein methodisches Projektmanagement sowie die stetige Evaluierung ihrer späteren digitalen Medienprojekte und Managementaufgaben anzuwenden. In studentischen Forschungsprojekten lernen sie auch, durch eigene Forschungsaktivitäten die Erkenntnisse im Bereich der digitalen Medien, ihrer Produktion, Nutzung und Entwicklung zu erweitern.

Befähigung, eine qualifizierte Erwerbstätigkeit aufzunehmen

Die Studierenden sollen befähigt werden, die Anforderungen, die Unternehmen und andere Institutionen an Führungskräfte stellen, in vollem Umfang zu erfüllen. Den Studierenden soll mit ihrer Qualifikation der Aufstieg in verantwortungsvolle Positionen ermöglicht werden. Aufgrund der praxisnahen Konzeption des Masterstudiengangs können die Studierenden von Beginn an Verknüpfungen zur Alltagspraxis erkennen, reflektieren und stetig verbessern.

Das Studium ist praxisorientiert angelegt und wird stetig auf aktuelle Entwicklungen und Anforderungen der digitalen Medienwirtschaft ausgerichtet. In dieser Branche werden Personen gebraucht, die die Herausforderungen der digitalen Medienentwicklung analysieren und im Hinblick auf die Konvergenz von Inhalten, Technologien und Berufsbereichen planen und weiterentwickeln können. Durch praktische Projekte und einen stetigen Bezug zum Berufsfeld bereiten sich die Studierenden auf die zukünftigen Herausforderungen der digitalen Medienwirtschaft vor. Der Arbeitsmarkt der Medienbranche verlangt von den Bewerberinnen und Bewerbern ein hohes Maß an Schnittstellenkompetenzen und interdisziplinären Fähigkeiten.

Wie eine Auswertung von potentiellen Stellenanzeigen für Absolventinnen und Absolventen des Masters „Management digitaler Medien“ gezeigt hat, sind im Wesentlichen folgende Anforderungsbereiche relevant: Die Grundgesamtheit der Stellenanzeigen zeigt, dass gute Kenntnisse der englischen Sprache, Kenntnisse zur aktuellen Entwicklung der digitalen Medien sowie ein gutes Kommunikationsvermögen von den potentiellen Bewerbern gefordert werden. Ein weiterer Bereich sind technische Kenntnisse, die sich auf Programmiersprachen für Webseiten und Applikationen beziehen, aber auch im Umgang mit Content Management Systemen und Systemen zur Auswertung der Nutzung von digitalen Angeboten. Darüber hinaus wird ein hohes Maß an sprachlicher Kompetenz aus dem journalistischen Bereich gefragt, Kenntnisse im Bereich Werbestrategien, Kommunikationsmanagement und Zielgruppenmarketing sowie im Bereich E-Commerce Strategien und E-Commerce Marketing. Außerdem sind in vielen potentiellen Jobs die Aufgaben projektbezogen, das heißt, Teamfähigkeit, Organisationstalent und Durchsetzungsvermögen sollten die Absolventin/den Absolventen auszeichnen.

Befähigung zum zivilgesellschaftlichen Engagement

Digitale Medien durchdringen den Alltag vieler Menschen, ihre Inhalte richten sich oft an eine große Öffentlichkeit. Digitale Medien prägen zurzeit grundlegende gesellschaftliche Veränderungen, die mit Fragen der Privatsphäre und Öffentlichkeit, mit Datenschutz und den Folgen technologischer und wirtschaftlicher Entwicklungen verbunden sind. Projektmanagerinnen und -manager im Bereich digitale Medien tragen also eine hohe Verantwortung. Deshalb wird im Studium durchgehend darauf Wert gelegt, gesellschaftlich verantwortliches Handeln ins Bewusstsein zu rücken. Insbesondere im Pflicht-Modul „Ethik, Recht und Qualität in der mediatisierten Gesellschaft“ (5 LP) setzen sich die Studierenden intensiv mit ihrer gesellschaftlichen Verantwortung auseinander und werden zu nachhaltigem, eigenverantwortlichen Handeln angeregt.

Projekte im Rahmen des Curriculums können mit externen Partnern, z.B. in Zusammenarbeit mit gemeinnützigen Einrichtungen, durchgeführt werden. Wie auch schon im Bachelor-Studiengang praktiziert, bietet hier das Modul „Medienpraxis“ im Masterstudiengang eine Plattform, beispielsweise Praxisprojekte zur Verbesserung der Orientierung auf dem Campus oder PR-Projekten für gemeinnützige Einrichtungen durchzuführen.

Im „Projekt International“ lernen die Studierenden gemeinsam mit Studierenden von und an Partnerhochschulen und erfahren die Herausforderungen, aber auch Vorteile international zusammen gesetzter Projektteams. Neben der Stärkung interkultureller Kompetenzen erweitern die Studierenden ihren Blick „über den Tellerrand“.

Neben den Möglichkeiten des Studiengangs bietet das Wahlangebot der Jade Hochschule den Studierenden vielfältige Möglichkeiten, sich in zusätzlichen Kursangeboten zu qualifizieren und sich zu zivilgesellschaftlichem Engagement zu befähigen. Ferner können sie sich in Gremien und Initiativen engagieren. Auch das aus Studienqualitätsmitteln finanzierte „Jade Kulturwerk“ bietet z.B. durch Theater-, Musik und Kunstprojekte sowie sportliche Aktivitäten Möglichkeiten, das kulturelle Leben mitzugestalten. In Zusammenarbeit mit den Beratungseinrichtungen der Jade Hochschule und gemeinnützigen Einrichtungen (Bsp. Diakonisches Werk in Wilhelmshaven) an den Studienorten können Studierende im Rahmen eines „Service Learning-Projektes“ begleitete Praktika in sozialen Einrichtungen absolvieren.

Persönlichkeitsentwicklung

Das Masterstudium bereitet darauf vor, sich den Herausforderungen bei gesellschaftlich bedeutenden Systemveränderungen stellen zu können, wie sie beispielsweise im Zusammenhang mit der Entwicklung sozialer und mobiler Medien stattfinden. Durch ein hohes Maß an eigenverantwortlichem Selbststudium in Verbindung mit dialogorientiertem Austausch mit den Lehrenden in den Präsenzveranstaltungen trägt auch die Studienstruktur dazu bei, dass sich die Master-Studierenden zu verantwortungsbewusstem und nachhaltigem Denken

und Handeln befähigen. Die Vermittlung von Schlüsselqualifikationen, wie Team-, Kontakt-, Kritikfähigkeit, und Selbstkompetenzen, wie Zeitorganisation, Stressbewältigung, emotionale Intelligenz, trägt dazu bei, Studierenden einen Raum zu bieten, sich individuell zu entfalten, ethisch verantwortliches Handeln zu entwickeln und Handlungssicherheit zu gewinnen.

Im Modul „Integration“, im „Projekt International“ und in den Praxisprojekten wird interdisziplinäres, fachübergreifendes Denken und Handeln besonders gefördert. Die Zusammenarbeit in vielfältigen Teams wird in den Praxisprojekten und im Seminar Medienforschung intensiv praktisch angewendet, evaluiert und reflektiert. Neben der theoretischen Auseinandersetzung wird so die eigene Persönlichkeitsentwicklung immer wieder durch praktische Lehreinheiten intensiviert.

Persönlichkeitsentwicklung ist ein immerwährender Prozess und bedarf Handlungs- und Wandlungsbereitschaft. Das umfangreiche Beratungs- und Seminar-Angebot der Zentralen Studienberatung soll Studierende bestärken, in einem geschützten Umfeld das eigene Persönlichkeitsprofil zu entdecken, eigene Erfahrungen zu machen, Denkanstöße zu bekommen und Verhaltensmuster zu reflektieren.