

Universität der Bundeswehr München

Fakultät für Betriebswirtschaft



STUDIENPLAN

FÜR DEN MASTERSTUDIENGANG MANAGEMENT UND MEDIEN

STUDIENJAHR 2023 / 2024

Studienplan

Zur Sicherstellung des Lehrangebots wird der folgende Studienplan für den Masterstudiengang Management und Medien der Universität der Bundeswehr München erstellt und beschlossen:

Die zeitliche Aufteilung der Wochenstunden je Modul bzw. Fach und Trimester ist in der Anlage aufgeführt. Nähere Bestimmungen zu den Pflicht- und Wahlpflichtmodulen, insbesondere zu den Studienzielen und -inhalten, den Lehrveranstaltungsarten, den Prüfungsmodalitäten, Präsenzplichten und der Workload ergeben sich aus den Modulhandbüchern.

Prof. Dr. Rennhak

– Dekan –

ANLAGE: FÄCHERTABELLEN NACH STUDIENJAHR

1. Trimester Master Management und Medien (im Frühjahrstrimester 3. Studienjahr)

Nr.	Fach/Modul	TWS HT	TWS WT	TWS FT	TWS gesamt
	Nicht kompetenzfeldgebundene Wahlpflichtmodule - Im gesamten Master-Studium sind fünf Module zu wählen:				
2016	Kommunikation und Gesprächsführung			4	4
2033	Fernsehreportage			4	4
3449	Quantitative Marketingforschung			4	4
3590	Unternehmenssimulation General Management			4	4
3654	International Journalism			4	4
3656	Themendossiers im Journalismus			4	4
3657	Wirtschafts-/Unternehmensberichterstattung			4	4
3707	Governance, Risk und Compliance im Bereich Personal / HR			4	4
3934	Usability- und Nutzerforschung			4	4
	Sonstige Fächer:				
1008	Seminar studium plus, Training			3	3

2. bis 4. Trimester Master Management und Medien (4. Studienjahr)

Nr.	Fach/Modul	TWS HT	TWS WT	TWS FT	TWS gesamt
Kompetenzfeld Journalistik					
3631	Innovationen im Journalismus	4	4		8
3632	Qualität im digitalen Journalismus	4	4		8
3633	Praxisprojekt	4	4		8
Kompetenzfeld Ökonomie und Management					
3634	Human Resources Management	4	4		8
3635	Controlling und Corporate Finance	4	4		8
3638	Informationsmanagement	4	4		8
Kompetenzfeld Organisationskommunikation					
3639	Marketing	4	4		8
3640	Praxis der Unternehmens- und Non-Profit-Kommunikation	4	4		8
3641	Digitales Marketing und Medieninnovation	4	4		8
	Sonstige Fächer:				
1008	Seminar studium plus, Training	3			3

	Nicht kompetenzfeldgebundene Wahlpflichtmodule - Im gesamten Master-Studium sind fünf Module zu wählen:	TWS HT	TWS WT	TWS FT	TWS gesamt
1559	Defending Democracy: Design und Krieg	4			4
2011	Entscheidungsunterstützung	4			4
2019	Angewandte Wirtschaftspolitik	4			4
2499	Innovation, Intra- & Entrepreneurship	4			4
3663	Forschungsseminar New Realities	4			4
3858	Forschungsseminar People Analytics	4			4
3859	Datenvisualisierung	4			4
1615	Moderation für digitalen Journalismus		4		4
2018	Öffentliche Finanzen in der Demokratie		4		4
2025	System Dynamics		4		4
3687	Aufbauseminar New Realities		4		4
3860	Ethisches und unethisches Verhalten in Organisationen		4		4
3861	Business Analytics mit R		4		4
3865	Forschungsseminar Klimaschutz und Klimabilanz		4		4
4203	Corporate Governance		4		4
4204	Markenführung		4		4
4205	Strategy		4		4

Gem. Anlage 1, Tabelle 3 SPOMM/Ma haben die Studierenden die Möglichkeit, auf Antrag aus universitären Studiengängen nicht kompetenzfeldgebundene Wahlpflichtmodule im Umfang von maximal 10 ECTS-LP zu wählen. Über den Antrag entscheidet die Prüfungskommission.