



*Master of Business
Administration (MBA) in*

Media Management





HAMBURG
MEDIA
SCHOOL



„Die Entscheidung für ein MBA-Studium an der Hamburg Media School war die richtige: Mein neu erlangtes Wissen kann ich gleich in die Praxis umsetzen und dabei viele interessante Persönlichkeiten der Medienbranche kennenlernen.“

Katrin Schmidt, Masterklasse 2010

Die Vorteile Ihres MBA-Studiums

Exzellente Medienausbildung

Während des intensiven Zwei-Jahres-Programms werden Sie von anerkannten Wissenschaftlern und erfahrenen Medienmachern unterrichtet. Systematische Praxisintegration, Crossmedialität und internationale Ausrichtung machen Sie fit für zukünftige Herausforderungen.

Optimale Studienbedingungen

Durch intensives Lernen und Arbeiten in kleinen Teams im kreativen Umfeld des Mediacampus Finkenau können Sie Ihr Studium konzentriert und erfolgreich absolvieren.

Bestmögliche Vorbereitung auf die Berufspraxis

Die Ausbildungsinhalte des Studiums sind an den

Bedürfnissen des Marktes orientiert. Durch aktuelle Fallstudien und die enge Kooperation mit den führenden Köpfen renommierter Medienunternehmen – zum Beispiel während der Praktika und Praxisprojekte – lernen Sie das, was in Unternehmen tatsächlich gefragt ist.

Erfolgreicher Berufseinstieg

Das hochkarätige Netzwerk der Hamburg Media School sowie die frühzeitigen und systematischen Kontakte mit den Entscheidern in der Medienbranche während Ihres Studiums schaffen die richtigen Verbindungen für Ihren beruflichen Start.



„Zwei spannende, arbeitsintensive Jahre,
die meinen fachlichen und menschlichen
Horizont enorm erweitert haben.“

Annina Bahr, Masterklasse 2008

Exzellenz in der Lehre und einen hohen Praxisbezug – das können Sie vom MBA-Studium an der Hamburg Media School erwarten. Wir bieten Ihnen ein fundiertes, zweijähriges Aufbaustudium, das Sie einzigartig auf die Bedürfnisse des Medienmarktes vorbereitet.

Die richtigen Schwerpunkte setzen

Das intensive Zwei-Jahres-Programm Ihres MBA in Media Management setzt die richtigen Schwerpunkte für Ihre berufliche Zukunft: Es vermittelt Ihnen betriebswirtschaftliches Know-how und wichtige Kenntnisse der kreativen Gestaltungsprozesse in den Medien – wertvolles Wissen, das Sie während Ihrer Praxisprojekte, Praktika und Auslandsaufenthalte anzuwenden lernen.

Das Curriculum des Studiengangs wurde in Zusammenarbeit mit renommierten Praktikern aus Film und Fernsehen, Print, Radio und Internet entwickelt. Es beinhaltet drei thematische Schwerpunkte:

1. Business Administration & Management Skills

Klassische betriebswirtschaftliche Grundlagen wie strategische Planung, Organisation, Personalführung sowie Marketing und Mediaforschung sind die Eckpfeiler Ihres Studiums. Effizient und praxisnah erlangen Sie darüber hinaus erforderliche medienpezifische Kommunikations- und Führungskompetenzen, wie Teamarbeit, Verhandlungsführung und Zeitmanagement. So werden Sie fit gemacht für die Übernahme von Führungsaufgaben in Medienunternehmen.

2. Media Business & Production

Sie erlernen die ökonomischen Grundlagen und Spezifikationen von Medienmärkten, Medienunternehmen und Medienprodukten. Anerkannte Branchenprofis geben

Ihnen Einblicke in die Produktionspraxis und die Entwicklung neuer Formate und Inhalte. Dieses Verständnis von Strukturen einerseits und Arbeitsabläufen und Funktionsmechanismen in verschiedenen Medienbranchen andererseits ist die Voraussetzung für Ihr erfolgreiches Handeln in der späteren Unternehmenspraxis.

3. Context & Values

Ihr MBA-Studium ist interdisziplinär ausgerichtet und vermittelt daher auch ein breites juristisches Grundverständnis von Gesellschafts- und Wettbewerbsrecht über Urheberrecht bis hin zu Presse-, Medien- und Rundfunkrecht. Hinzu kommen Lehrinhalte aus dem Bereich der Medien- und Kommunikationswissenschaft, wie Genre- und Formatkunde, Medienentwicklung und Medienpsychologie.

„Das Studium ist effizient und exzellent organisiert. Das intensive Programm mit der Kombination aus Theorie und Praxis berücksichtigt alle Aspekte für zukünftige Medienmanager.“

Prof. Dr. Armin Rott, Wissenschaftlicher Leiter Medienmanagement

Zwei Jahre erfolgreich lernen

Das Zwei-Jahresprogramm Ihres MBA umfasst sechs Trimester mit den Themenblöcken Business Administration & Management Skills, Media Business & Production und Context & Values. Außerdem werden vielfältige Zusatzprogramme angeboten, wie studienbegleitendes Coaching, aktuelle Vortragsveranstaltungen und Kamingsgespräche.

Das erste Jahr

Ihr erstes Studienjahr legt die theoretischen Grundlagen in den genannten drei Themenblöcken. Dazu gehören zum Beispiel Grundlagen der BWL, der VWL, des Rechts, Controlling, Marketing und Seminare über Medienmärkte, Projektmanagement und Medienpsychologie. Dieses theoretische Wissen wird bereits während des gesamten ersten Studienjahrs in praktischen Projekten eingesetzt. In der dreimonatigen Praxisphase zum Abschluss des ersten Jahres absolvieren Sie Praktika in nationalen und internationalen Medienunternehmen.

Das zweite Jahr

Im zweiten Studienjahr vertiefen und spezialisieren Sie Ihr bis dahin erworbenes Wissen – zum Beispiel durch Seminare in Bilanzanalyse und -politik, Organisation, Personal und Verhandlungsführung. In Business Cases und Praxisprojekten zu den Bereichen Print, TV und Internet werden Lösungsvorschläge für reale Probleme und Fragestellungen der Unternehmen von den studentischen Teams erarbeitet. Am Ende Ihres Studiums steht eine dreimonatige Abschlussarbeit (Master Thesis) in Kooperation mit Unternehmen im In- und Ausland.

Der Abschluss Master of Business Administration in Media Management ist durch Akkreditierung und die Kooperation mit der Universität Hamburg staatlich anerkannt und eröffnet die Möglichkeit zur Promotion.

	1. Trimester			2. Trimester			3. Trimester			Praxis			4. Trimester			5. Trimester			6. Trimester			Examensphase				
	Okt.	Nov.	Dez.	Jan.	Feb.	März	April	Mai	Juni	Juli	Aug.	Sep.	Okt.	Nov.	Dez.	Jan.	Feb.	März	April	Mai	Juni	Juli	Aug.	Sep.		
Business Administration	Grundlagen BWL, VWL und Recht	Grundlagen Informations- und Kommunikationstechnik <i>Quantitative Methoden</i>		Rechnungswesen, Investition und Finanzierung	Controlling									Bilanzanalyse und Bilanzpolitik, Steuern	Strategisches Management, Organisation, Personal	Mergers & Acquisitions und Kooperationsmanagement										
Management Skills				Projektmanagement 1	Projektmanagement 2									Leadership	Kommunikations- und Medientraining	Verhandlungsführung, Networking und Akquise										
Media Business	Medienmärkte, -produkte und -unternehmen	Wertschöpfungsketten 1	Wertschöpfungsketten 2											Praxisprojekt Radio / TV / Film	Praxisprojekt Zeitung / Zeitschriften	Praxisprojekt Neue Medien										
Media Production	Inhalteentwicklung Print / Online	Produktionspraxis 1 Print / Online	Produktionspraxis 2 Radio / TV											Markt- und Trendforschung 1	Markt- und Trendforschung 2											
Context & Values	Medien- und Kommunikationswissenschaften Einführung, Methoden	Medien- und Kommunikationswissenschaften Anwendungen	Medienpsychologie											Medien- und Rundfunkrecht	Internet- und Telekommunikationsrecht	Presse- und Urheberrecht										
	Medientechnik	Genre- und Formatkunde	Wettbewerbs- und Gesellschaftsrecht																							

Praktikumsplätze im In- und Ausland (Auswahl):

- › **Amsterdam:** Gruner + Jahr
- › **Belgrad:** Gruner + Jahr
- › **Berlin:** UFA Film & TV Produktion
- › **Budapest:** Axel Springer Verlag
- › **Hamburg:** Axel Springer Verlag, Zeit Verlag, Warner Bros. Entertainment, Studio Hamburg, Jahreszeiten Verlag, Spiegel Online, Deutsche Presse-Agentur
- › **Köln:** RTL, Broadview TV
- › **Leipzig:** Presse Vertrieb Leipzig
- › **London:** Random House
- › **Madrid:** Gruner + Jahr
- › **Mailand:** Gruner + Jahr
- › **Paris:** Gruner + Jahr, Canal Plus
- › **Prag:** Bauer Media Group
- › **Warschau:** Axel Springer Verlag
- › **Wien:** Gruner + Jahr
- › **Zürich:** Neue Zürcher Zeitung, Weltwoche Verlag

Außerhalb der Karte:

- › **Boston:** Technology Review
- › **Moskau:** Gruner + Jahr
- › **New York:** ABC
- › **San Francisco:** INgrooves
- › **Vancouver:** Means of Production



Weltweit Erfahrungen sammeln

Praktische Erfahrungen sammeln, erworbenes Wissen anwenden, Arbeitsstrukturen kennenlernen – in den drei Monaten zwischen dem ersten und zweiten Studienjahr arbeiten Sie in einem Medienunternehmen im In- oder Ausland. Ihre Aufgaben in der Praxisphase reichen von der Mitarbeit im Tagesgeschäft bis zur eigenverantwortlichen Teamleitung. Sie lernen die Herausforderungen des Berufsalltags kennen und bauen frühzeitig und systematisch Ihr persönliches Netzwerk auf.

New York, Amsterdam, Warschau, Madrid, Paris, Wien, Hamburg, Berlin und München – das sind nur einige der Orte, an denen unsere Studierenden bisher ihre Praktika absolviert haben. In renommierten Medienunternehmen wie dem Axel Springer Verlag, Gruner + Jahr, VDZ (Verband Deutscher Zeitschriftenverleger), dem Süddeutschen Verlag, Random House, ABC, Warner Bros. Entertainment, der UFA Film & TV Produktion, Studio Hamburg, RTL Television und vielen anderen.

Praxis erleben

„Good Morning America!“

Praktikumsstelle bei ABC Television, New York

Lea Bauer (Masterklasse 2009)

Im Zentrum der amerikanischen Nachrichtenwelt war Lea Bauer als einzige internationale Praktikantin mit fünf amerikanischen Kolleginnen und Kollegen u.a. für die „News Magazines Section“ zuständig und betreute eigenständig Controlling-Projekte für verschiedene Nachrichtenformate. Sie erlebte die spannendsten Momente im Newsroom der „World News Weekday & Weekend“ – vom Interview mit Sara Palin bis zur Insolvenz der Lehman Bros. Die beste Nachricht gab es jedoch am Ende ihres Praktikums: ein Jobangebot bei ABC, sollte sie nach Ende des HMS-Studiums in den USA arbeiten wollen.

„Belgrader Nächte sind lang“

Praktikumsstelle bei Gruner + Jahr, Belgrad, Serbien

Thorsten Scholl (Masterklasse 2008)

Drei Monate lang konnte Thorsten Scholl in einem der wachstumsstärksten Printmärkte in Osteuropa aktiv bei der Herausgabe von bekannten Lizenztiteln wie ELLE, Cosmopolitan oder auch Men's Health mitwirken. Er erstellte Analysen über potentielle Lizenztitel, Pläne zur Umstrukturierung der Abonnenten-Verwaltung und dachte über die Akquisition einer Eltern- und Schwangerschaftszeitschrift nach. Die serbische Hauptstadt hatte aber auch noch mehr als viel Arbeit zu bieten: Belgrader haben einen ausgeprägten Hang zum Feiern und erfreuen sich gerne an den schönen Dingen des Lebens.

„In strategischer Mission“

Praktikumsstelle im Business Development bei Bertelsmann, Gütersloh

Ulrike Kunkel (Masterklasse 2009)

In der zentralen Unternehmensentwicklung lernte Ulrike Kunkel den Konzern aus der Vogelperspektive kennen: Sie erfuhr, welche Themen ein internationales Medienunternehmen aus strategischer Sicht beschäftigen und wie Informationen aufbereitet werden müssen, um Entscheidungen an der Konzernspitze vorzubereiten. Besonders interessant war für sie, eigenverantwortlich arbeiten zu können und – auch durch den intensiven Austausch mit ihren Betreuern – einen wirklichen Einblick in die Strategie des größten europäischen Medienkonzerns zu erhalten.

In der Praxis überzeugen

Während Ihres zweiten Studienjahres ermöglichen wir Ihnen, an drei Projekten in den Bereichen Print, Neue Medien und Film & TV mit unseren Top-Partnern aus der Praxis zusammenzuarbeiten. Sie entwickeln in interdisziplinären Teams eigenverantwortlich Lösungen für aktuelle strategische und operative Fragestellungen und präsentieren die Ergebnisse den Entscheidungsträgern vor Ort.

Erfolgreiche Praxisprojekte mit Partnerunternehmen (Auswahl):

Axel Springer

- › Erarbeitung neuer, crossmedialer Formate für regionale Werbekunden einer Tageszeitung

Bauer Media Group

- › Entwicklung eines Marketingkonzepts für eine Frauenzeitschrift
- › Konzeption einer Image-Strategie für drei „Yellow-Press“-Magazine

Bertelsmann

- › Digitalisierung in der Buchindustrie: Nutzer- und Marktanalyse, Szenario- und Geschäftsmodellentwicklung

Cinecentrum

- › Durchführung einer Marktanalyse Kinderfernsehen
- › Entwicklung eines Pressekonzepts für eine TV-Serie

Gruner + Jahr

- › Analyse und Optimierung der Onlinepräsenz einer Elternzeitschrift
- › Entwicklung einer Strategie für die Einführung eines People-Magazins in den italienischen Markt
- › Konzeptentwicklung im Bereich Schulmarketing für ein bilinguales Magazin

Jahreszeiten Verlag

- › Neukonzeption des Online-Auftritts eines Gesundheitsmagazins

ProSiebenSat.1 Group

- › Erarbeitung einer Markenstrategie im Bereich digitales Fernsehen

Random House Group

- › Entwicklung einer Strategie für mobiles eReading

RTL Television

- › Erarbeitung eines Marketingkonzepts für einen Serien-Launch

SPIEGEL-Gruppe

- › Marktanalyse und Strategieempfehlung für Abbonnentenservice und Einzelverkauf im Bereich Distribution
- › Entwicklung eines Konzepts für die Planung und Organisation von Manager-Seminaren

Studio Hamburg

- › Standortanalyse und Entwicklung eines Marketingkonzepts im Bereich Spartenkanäle
- › Vergleich und Sendeplatzoptimierung verschiedener Formate

UFA Film & TV Produktion

- › Analyse des europäischen Kinomarktes: Marktanalyse und Markteintrittsstrategien
- › Channel- und Formatentwicklung im Bereich Mobile TV
- › Marktanalyse und Konzeptentwicklung im Bereich Direct-to-DVD-Produktionen

Die Hamburg Media School und ihre Partnerunternehmen

Exzellente Medienausbildung und erstklassige Kontakte in die Medienbranche – das bietet die Hamburg Media School den Studierenden ihrer drei Masterstudiengänge Medienmanagement, Journalismus und Film. Die enge Verknüpfung von Theorie und Praxis, von Wissenschaft und Wirtschaft – darin sind wir einzigartig.

Unsere Dozenten sind als hochkarätige Wissenschaftler und anerkannte Praktiker aller Fachgebiete der Medienbranche wichtiger Bestandteil eines Ausbildungskonzepts, das systematische Praxisnähe, Crossmedialität und internationale Ausrichtung sinnvoll miteinander verbindet. Die Organisation der Hamburg Media School als Public-Private-Partnership bedeutet, dass mit mehr als dreißig renommierten nationalen und internationalen Medienunternehmen, der Freien und Hansestadt Ham-

burg, der Universität Hamburg und der HfbK eine engagierte Partnerschaft gelebt wird – in Form von Kooperationen, Praktikumsplätzen, Stipendien und finanzieller Unterstützung. Persönliche Kontakte zu Entscheidern der Branche ermöglichen unseren Studierenden eine frühe Netzwerkbildung, die Voraussetzung für einen erfolgreichen Einstieg in die Medienbranche ist.

Und die Erfolge unserer Absolventen sprechen für sich: In den vergangenen Jahren haben wir eine Vielzahl talentierter Menschen auf die komplexen Ansprüche der Medienbranche erfolgreich vorbereitet, darunter Betriebswirte, Geistes- und Sozialwissenschaftler, Naturwissenschaftler und Juristen. Denn wir heißen jeden willkommen, der unsere Leidenschaft für die Welt der Medien teilt.





Lernen von Experten

Während Ihres gesamten Studiums werden Sie von rund 40 renommierten Lehrkräften und Dozenten aus Wissenschaft und Medienpraxis unterrichtet. Zusätzlich engagieren sich Vorstände und Führungskräfte unserer Partnerunternehmen regelmäßig mit Vorträgen, Kamingesprächen oder als Jurymitglieder bei der Bewertung studentischer Praxisprojekte und über das Angebot von Praktika.

Unser akademisches Leitungsteam:

Prof. Dr. Insa Sjurts
Geschäftsführerin

Prof. Dr. Armin Rott
Wissenschaftlicher Leiter Medienmanagement, Arbeitsgebiet Medienökonomie

Auswahl unserer Dozenten und Referenten:

Prof. Dr. Werner Beba
Professor für Marketing, HAW

Prof. Dr. Jürgen Deters
Professor für Betriebswirtschaftslehre, Leuphana Universität Lüneburg

Gabriele Fischer
Chefredakteurin, brand eins

Christian Goedecke
Leiter Marketing-Services SPIEGEL-Verlag

Dr. Ralph Oliver Graef
LL.M. (NYU), Geschäftsführender Partner, GRAEF Rechtsanwälte

Dr. Claudia Höck
Lehrbeauftragte für BWL, Marketing und Branding, Universität Hamburg

Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Péter Horváth
Geschäftsführender Gesellschafter, International Performance Research Institute (IPRI), Aufsichtsratsvorsitzender der Horváth AG

Peter Kuhlmann
Managing Director, GFMO OMD Gesellschaft für Media-Optimierung

Dr. Bernd Kundrun
Beirat und Gesellschafter, betterplace Stiftung

Ulrich Lenze
Vorsitzender der Geschäftsführung, Cinecentrum Deutsche Gesellschaft für Film- und Fernsehproduktion mbH

Lutz Marmor
Intendant, Norddeutscher Rundfunk

Gisela Marx
Geschäftsführerin, filmpool Film- und Fernsehproduktion GmbH

Prof. Dr. Jens Müller
Referent Unternehmensplanung, ZDF

Prof. Dr. Helmut Scherer
Professor für Kommunikations- und Medienwissenschaft, Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung, Hochschule für Musik und Theater

Dr. Wolfgang Schulz
Direktor und Geschäftsführer, Hans-Bredow-Institut für Medienforschung

Claus Strunz
Chefredakteur, Hamburger Abendblatt / Moderator des Polit-Talks „Was erlauben Strunz“, N24

Dr. Markus Thielbeer
Geschäftsführer, Dr. Thielbeer Consulting

Achim Twardy
Mitglied des Vorstandes, Gruner + Jahr AG & Co.KG

Prof. Dr. Sabine Trepte
Junior Professorin für Medienpsychologie, Hamburg Media School / Universität Hamburg

Dr. Vural Ünlü
Geschäftsführender Gesellschafter, Imperat GmbH

Maria von Welser
TV-Journalistin und Direktorin, NDR Landesfunkhaus Hamburg

Dr. Endress Wanckel
Autor und Rechtsanwalt / Partner, Frömming & Partner



International lernen und arbeiten

Wir arbeiten weltweit mit namhaften Partnerhochschulen in Ausbildung und Forschung zusammen. Unser Lehrangebot ist international ausgerichtet und durch Anwendung des ECTS-Systems sowie die vollständige Modularisierung der Studieninhalte auch kompatibel. Partnerschaften und gemeinsame Projekte gibt es beispielsweise mit der London School of Economics (LSE), der Jönköping University Schweden und der Shanghai Jiao Tong University (XJTU). Auch mit internationalen Medienunternehmen unterhalten wir – nicht zuletzt durch unsere dort mittlerweile beschäftigten Alumni – enge Kooperationen.

Durch die intensive Vernetzung der Hamburg Media School mit diesen Unternehmen ermöglichen wir Ihnen auch den Zugang zu Praktika und Praxisprojekten im Ausland. New York, Los Angeles, Boston, Vancouver, Mailand, Amsterdam, Warschau, Madrid, Paris, Zürich und Wien sind nur einige von vielen Stationen unserer Studierenden.

Erfolgreich im Job

Vier Beispiele für einen erfolgreichen Berufsstart nach dem MBA in Media Management:

Eva Maria Hansen

TOBIS Film



1979 in Coesfeld geboren, studierte Eva-Maria Hansen Neuere Deutsche, Englische und Lateinamerikanische Literatur in Berlin und Edinburgh. Sie nahm 2004 als Stipendiatin der Hamburg Media School ihr Studium auf. Nach dem Abschluss arbeitete sie zunächst in der Filmproduktion als persönliche Assistentin von

Katharina M. Trebitsch für Trebitsch Entertainment in Hamburg. Anschließend wechselte sie zu TOBIS Film in Berlin, wo sie im Einkauf tätig ist.

Philipp Westermeyer

Gruner + Jahr



Philipp Westermeyer, Jahrgang 1979, studierte Betriebswirtschaftslehre in Dortmund und sammelte während seines Erststudiums bereits Praxiserfahrungen in der Medien- und Finanzbranche (Axel Springer, HypoVereinsbank, RAG, WAZ). Er absolvierte Auslandssemester in Québec, Paris und New York. Nach

dem Abschluss seines 2003 an der Hamburg Media School begonnenen Studiums stieg er bei Gruner + Jahr in Hamburg als Assistent des Vorstandsvorsitzenden ein. Danach arbeitete Philipp Westermeyer als Investment Manager für den Online-Venture-Bereich von Gruner + Jahr.

Katharina Elwert

Zeitverlag Gerd Bucerius



Katharina Elwert, Jahrgang 1982, ist im süddeutschen Ravensburg geboren und aufgewachsen. Während ihres Studiums zur Diplom-Mediendesignerin arbeitete sie bei der Ludwigsburger Kommunikationsagentur avcommunication. Dort war sie bis zuletzt als Junior Art Direktorin in den Bereichen

Konzeption, Kreation und Projektleitung tätig. 2006 nahm Katharina Elwert ihr Studium an der Hamburg Media School auf. Nach ihrem Abschluss im Herbst 2008 begann sie als Assistentin der Geschäftsführung beim Zeitverlag in Hamburg.

Thorsten Scholl

Google Germany



Thorsten Scholl, Jahrgang 1978, studierte Sozialwissenschaften mit den Schwerpunkten Sozial- und Wirtschaftsgeschichte, Politik und Psychologie an der Universität Hamburg. Praktische Medienkenntnisse erwarb er unter anderem in den Redaktionen von BILD Hamburg und AOL Deutschland.

Nach seinem erfolgreichen Studium an der Hamburg Media School von 2006 bis 2008 fand Thorsten Scholl seinen beruflichen Einstieg als Account Manager bei der Internetsuchmaschine Google in Hamburg.

„Das Teilstipendium der HMS stellt eine wichtige Unterstützung bei der Finanzierung meines Studiums dar. Gleichzeitig freue ich mich über diese Auszeichnung.“

Ulrike Kunkel, HMS-Stipendiatin (Masterklasse 2009)

Ein Investment in Ihre Zukunft

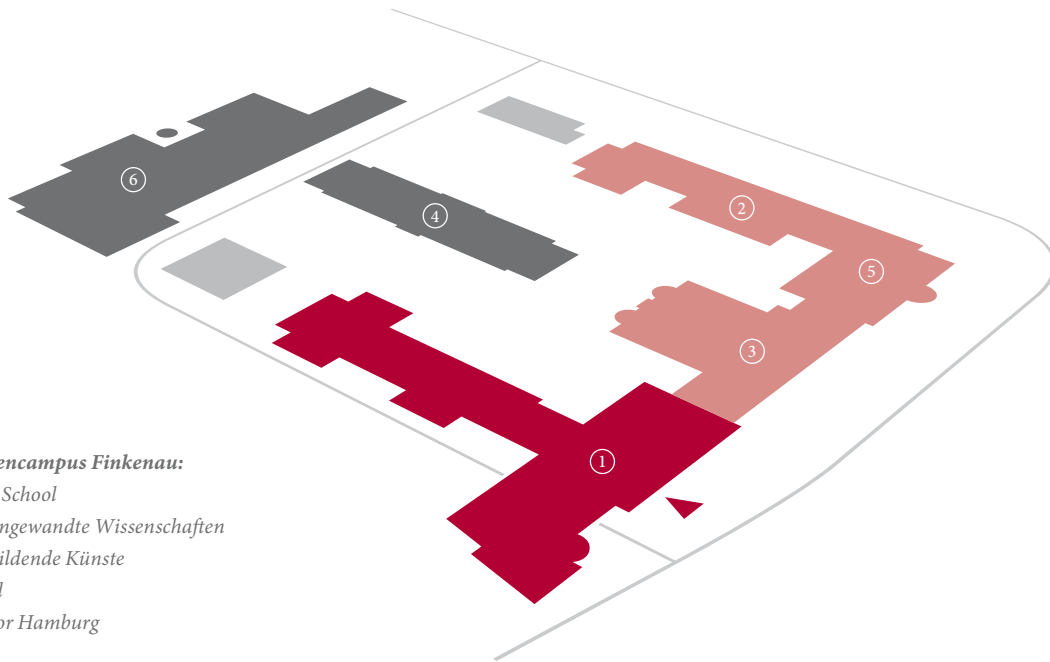
Die Studiengebühren Ihres Vollzeit-Studiums MBA in Media Management an der Hamburg Media School betragen 12.500 Euro pro Jahr. Insgesamt kosten sechs Unterrichtstrimester, inklusive Praktikums- und Prüfungstrimester, 25.000 Euro. Darin enthalten sind die Kosten für Unterricht, Prüfungen und Unterrichtsmaterial (ausgenommen Bücher und eventuelle Reisekosten). Für ein Studium an der Hamburg Media School sind allein Ihre Qualifikation, Motivation und Persönlichkeit und nicht Ihre finanziellen Möglichkeiten entscheidend. Bewerben Sie sich unabhängig von Ihrem finanziellen Status. Wir gestalten für alle angenommenen Kandidaten individuelle Konzepte und informieren Sie gerne über weitere Formen der Unterstützung und Finanzierung des Studiums:

- › Stipendien
- › Teilerlass der Studiengebühren und individuelle Zahlungsvereinbarungen
- › Jobs als Studentische Hilfskraft
- › Studienfonds Deutsche Bildung
- › Darlehen
- › Steuerliche Absetzbarkeit

Wir fördern den qualifizierten Nachwuchs. Deshalb vergibt die Hamburg Media School regelmäßig Teil- oder Vollstipendien an engagierte Mediantalente. Damit sorgen wir für Chancengleichheit und ermöglichen motivierten Bewerbern, ihr Studium ohne finanzielle Hürden erfolgreich zu absolvieren.



Erfolgreich studieren am Medienstandort Hamburg



Übersicht Mediacampus Finkenau:

- 1 Hamburg Media School
- 2 Hochschule für angewandte Wissenschaften
- 3 Hochschule für bildende Künste
- 4 Miami Ad School
- 5 Multimediakontor Hamburg
- 6 TIDE

Hamburg ist einer der wichtigsten Medienstandorte Deutschlands. Mit mehr als 70.000 Arbeitsplätzen allein im Kernbereich der Medienwirtschaft bietet die Branche hervorragende Karriere- und Ausbildungsmöglichkeiten. Renommierete Medienunternehmen wie weltweit agierende Verlagshäuser, eine Vielzahl an Film- und Fernsehproduktionsbetrieben sowie eine breite Palette an Nachrichten- und Werbeagenturen machen Hamburg zu einem attraktiven Ziel für alle Medienschaffenden.

Der Kunst- und Mediacampus Finkenau, in der Nähe der Alster gelegen, ist das kreative Zentrum für die unterschiedlichen Ausbildungsangebote im Bereich Medien. Auf dem Gelände der ehemaligen Frauenklinik „Finkenau“, in großzügig modernisierten Backsteinbauten aus dem 19. Jahrhundert, ist seit 2003 die Hamburg Media School mit ihren drei Masterstudiengängen Medienmanagement, Journalismus und Film untergebracht. Weitere aktive Campus-Mitglieder sind Teile der Hochschule für bildende Künste (HfBK), das Multimediakontor Hamburg

(MMKH) und die Miami Ad School, eine der angesehensten Ausbildungsstätten für Kreative in der Werbung. Der campuseigene TV- und Radiosender TIDE, dessen tägliches Programm Hamburger Bürger, Schüler und Studierende gestalten und produzieren, hat 2009 einen modernen Komplex mit fünf Studios bezogen. In Kürze wird die Fakultät Design, Medien und Information der Hochschule für Angewandte Wissenschaften (HAW) einen umgestalteten Gebäudekomplex der „Finkenau“ beziehen.

Interdisziplinär arbeiten, sich intensiv austauschen, konzentriert und erfolgreich studieren – so sieht Ihr Studium an der Hamburg Media School aus. Selbstverständlich ist unsere Hochschule mit dem neuesten technischen Equipment versehen, wie Kameras, Schnittplätzen, Großbildschirmen, Übungsstudios, einer digitalen Lehrredaktion und W-Lan in allen Räumen. Neben der campuszugehörigen Bibliothek stehen den Studierenden außerdem sämtliche Uni-Bibliotheken der Universität Hamburg zur Verfügung.



Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

Studienstart

Oktober eines jeden Jahres

Gesamtstudienzeit

24 Monate

Abschlussarbeit

Dreimonatige Master Thesis im Anschluss an das sechste Trimester

Studienumfang

Sechs Trimester mit einer Laufzeit von jeweils drei Monaten plus Master Thesis sowie Praktikum

Abschluss

Master of Business Administration (MBA) in Media Management

Voraussetzungen

Abitur, Studienabschluss an einer staatlichen oder staatlich anerkannten Hochschule, Nachweis über Deutsch- und Englischkenntnisse,

rechtzeitig und vollständig eingereichte Bewerbungsunterlagen

Studiengebühren

25.000 Euro (Gesamtstudium, inklusive Praktikums- und Prüfungssemester), auch durch Stipendien finanzierbar

Staatliche Anerkennung

Der MBA in Media Management der HMS wird durch die Universität Hamburg verliehen und ist damit staatlich anerkannt und berechtigt zur Promotion.

Akkreditierung

Der Studiengang ist akkreditiert durch die Agentur ACQUIN.

Bewerbung

Mehrstufiges Verfahren aus schriftlicher Bewerbung und Assessmentcenter – alle Informationen zum

Bewerbungsverfahren unter www.hamburgmediaschool.com/medienmanagement

Bewerbungsfristen

15. Februar (Early Admission) und 15. Juli eines jeden Jahres

Weitere Informationen

Unser Büro für Studienberatung ist jederzeit für Ihre Fragen da und berät Sie individuell.

Telefon: +49 40 413468-18, E-Mail: info@hamburgmediaschool.com
Internet: www.hamburgmediaschool.com/medienmanagement





HAMBURG
MEDIA
SCHOOL

Herausgeber

Hamburg Media School GmbH
Finkenau 35, 22081 Hamburg
Telefon: +49 40 413468-0
Telefax: +49 40 413468-10
info@hamburgmediaschool.com
www.hamburgmediaschool.com

Projektleitung und Redaktion

Frauke Henkel

Konzeption und Art Direktion

Matthias Ballmann und Michael Weber
Buero Matthias Ballmann

Fotografie

Roberto Hegeler, Matthias Ballmann

Lektorat

Dr. Sabine Dissel

Produktion

Hilmar Bee, Graphischer Betrieb

Stand

Herbst 2009

