



Praxisprojekte
Medienmanagement

Praxisprojekte Medienmanagement



Programm Der MBA in Media Management der Hamburg Media School (HMS) vereint in einem für Business Schools einzigartigen Konzept inhaltliche und kaufmännische Aspekte des Medienmanagements in einem integrierten Curriculum. 30 Partnerunternehmen von A wie Axel Springer bis Z wie ZDF unterstützen die HMS finanziell und personell über die Hamburg Media School Stiftung.

Projekte Ein zentrales Element des MBA-Programms sind Praxisprojekte, in denen Studierende die gelernten Inhalte an herausfordernden Problemen im Rahmen von Beratungsprojekten für Partnerunternehmen anwenden. Die Teams kombinieren dabei Methoden und Instrumente von Top-Management-Beratungen mit den neuesten Erkenntnissen der wirtschafts- und kommunikationswissenschaftlichen Forschung.

Kompetenzen Für die Partnerunternehmen bedeutet dieser Ansatz den Zugang zu erstklassigen Ressourcen und neuen, unverbrauchten Ideen. Die Studierenden sind fachlich in der Regel bereits tief im Thema und verbinden ihr Verständnis für die Entwicklung und das Management publizistischer Produkte mit einem leidenschaftlichen Interesse für die Inhalte.

„Die Arbeit der Studenten bewegt sich eindeutig auf dem Niveau professioneller Unternehmensberater.“

Rainer Buss, Leiter Controlling Spiegel

Konzept Projektteams von drei bis vier Studierenden bearbeiten Fragestellungen der Partnerunternehmen drei Monate lang eigenverantwortlich und dokumentieren ihre Ergebnisse ausführlich. Die gefundenen Lösungen werden anschließend vor den Entscheidungsträgern des Partnerunternehmens präsentiert. Der organisatorische Aufwand für das beteiligte Unternehmen ist gering, Vertraulichkeit garantiert.

Betreuung Die Projektteams werden durch Mitglieder des wissenschaftlichen Stabs intensiv betreut und profitieren von dem stark anwendungsorientierten Ansatz der Hamburg Media School.

Themen MBA-Studierende der HMS entwickeln in interdisziplinären Teams Lösungen für aktuelle strategische und operative Probleme der Partnerunternehmen. In früheren Projekten wurden unter anderem internationale Markteintrittsstrategien entwickelt, TV-Spartenkanäle analysiert und die Vertriebsstrukturen im Publikumszeitschriftenmarkt optimiert.

Dauer und Umfang Die Bearbeitungszeit beträgt in der Regel drei Monate. Für die Praxisprojekte ist ausreichend Zeit im Curriculum der HMS vorgesehen.

Bearbeitungszeiten Die Zeitplanung wird in Absprache mit dem jeweiligen Partnerunternehmen vereinbart. Von Januar bis März realisieren

„Die Studierenden haben eine ideale Planungsgrundlage geschaffen und präzise die nächsten Umsetzungsschritte vorgezeichnet.“

Harry Goering, Geschäftsführer UFA Entertainment

„Stringent, präzise, sehr überzeugend. Wir gehen jetzt daran, die Ergebnisse umzusetzen.“

Ove Saffe, Verlagsgeschäftsführer Stern

die Teams üblicherweise Fragestellungen aus der Print-Branche, während zwischen April und Juni die Bereiche New Media und Hörfunk im Vordergrund stehen. Von Oktober bis Dezember beschäftigen sich die Projektgruppen mit dem Bereich TV und Film. Nur zwischen Juli und September sind keine Praxisprojekte möglich. In dieser Zeit arbeiten die Studierenden im Praktikum in Unternehmen vor Ort. Die Themen sollten etwa zwei Monate vor Projektstart vorliegen, damit ausreichend Zeit für die Planung und Teamzusammenstellung bleiben.

Vergütung Praxisprojekte sind ein wichtiger Bestandteil der praxisorientierten Ausbildung der Hamburg Media School. Weder die Schule noch die Studierenden erheben für die Bearbeitung daher Honorare. Die Kosten für die Anreise zu Zwischen- und Abschlusspräsentationen werden jedoch in der Regel nach Absprache von den Partnerunternehmen übernommen.

Vertraulichkeit Alle am Projekt beteiligten Studierenden und Dozenten sind zur absoluten Vertraulichkeit verpflichtet. Eine schriftliche Erklärung wird zu Projektbeginn unterzeichnet.

Vorgehen Interessierte Partnerunternehmen können sich mit ihren Projektvorschlägen jederzeit an den Projektkoordinator oder den Geschäftsführer der Hamburg Media School wenden. Meist werden dann in einem gemeinsamen Gespräch Projektauftrag und Erwartungen festgelegt. Die Hamburg Media School stellt anschließend ein geeignetes Projektteam zusammen.

Kontakt projekte@hamburgmediaschool.com / +49 (0)40-41 34 68-0

Beispielprojekte

- Paid-Content: Analyse und Konzeptentwicklung
- Transaktionsfernsehen: Marktanalyse und Entwicklung neuer Konzepte
- Entwicklung Marketingkonzept und Online-Auftritt für einen Zeitschriftentitel
- Marktanalyse Kinderfernsehen
- Benchmark von Logistikprozessen, Zeitungsvertrieb und Automobilindustrie
- Direct-to-DVD-Produktionen: Marktanalyse und Konzeptentwicklung
- HD-Technologie: Marktanalyse und Strategieempfehlung
- Marketingkonzept für einen Gesundheitstitel
- Social Networking Sites für eine Frauenzeitschrift
- Formatvergleich und Sendeplatzoptimierung
- Internationale Markteintrittsstrategie eines Frauentitels

Beispielkunden

- | | | |
|------------------------|----------------------|-------------------------------|
| · Arvato (Bertelsmann) | · Jahreszeitenverlag | · Verlagsgesellschaft Madsack |
| · Axel Springer | · NDR Media | · Verlagsgruppe Milchstrasse |
| · Bauer Verlag | · ProSiebenSat.1 | · Warner |
| · Cinecentrum | · RMS | · ZDF |
| · Die Zeit | · Spiegel-Verlag | |
| · Gruner + Jahr | · Studio Hamburg | |
| · Handelsblatt | · UFA | |



„Wir waren zunächst skeptisch. Heute sehe ich das anders. Die MBAler der HMS haben eine ausgezeichnete Arbeit abgeliefert.“

Thomas Osterkorn, Chefredakteur Stern

„Die Praxisprojekte der HMS zeichnen sich durch hohe Professionalität und lösungsorientiertes Denken aus. Die Studenten haben bei all den Projekten wissenschaftliche Analyse und Praxisbezug vorbildlich verbinden können.“

Jens-Uwe Bornemann, Head of Business Development & Strategy UFA Film&TV GmbH



Die praxisnahe und erstklassige Ausbildung an der Hamburg Media School wird ermöglicht durch die Unterstützung der Freien und Hansestadt Hamburg, der Universität Hamburg, der HfBK und den Mitgliedern der Hamburg Media School Stiftung:



Herausgeber
Hamburg Media School GmbH
Finkenau 35
22081 Hamburg
Telefon: +49 (0)40-413 468-0
Telefax: +49 (0)40-413 468-10
info@hamburgmediaschool.com
www.hamburgmediaschool.com

Stand
Frühjahr 2008