

§ 4 Studienplan

im Masterstudiengang International Corporate Communication and Media Management

(1) (Studienbeginn ab Wintersemester 2024/25)

Lfd. Nr.	Module	Unit	Art der LV	ECTS	SWS			P ¹⁾
					1	2	3	
1	Strategic International Corporate Communication		SU	6	3			P (1StA,1RE)
2	Media Management in the Digital Age		SU	6	3			P (1StA,1RE)
3	Institutional, Ethical and Cultural Aspects of International Media Production and Usage		SU	6	3			P (1StA ²⁾ ,1RE)
4	Human Centered Design and Design Thinking		SU	6	3			P (1StA,1RE)
5	Methods of Communication and Media Research		SU	6	3			P (1PF)
6a	Pool-Module zur Wahl³⁾			30		15 ⁴⁾		Je nach Wahl-Modul
	oder							
6b	Academic Internship			30		3		P (2StA,1RE)
7	Sustainability and CSR Communication		SU	5			2	P (1StA,1RE)
8	Pool-Module zur Wahl³⁾			5			2 ⁴⁾	
9	Master	Master Thesis		18			2	P (1MT)
		Master Thesis Seminar	S	2				P (1RE,30min)
				90				

1) Näheres in der APO, dem Modulhandbuch und Vorlesungsverzeichnis

2) Als Studienarbeit gilt in diesem Modul auch ein abzulieferndes Portfolio

3) an der HNU oder internationaler Partnerhochschule

4) beispielhafte Angabe und richtet sich je nach Wahl-Modul

Abkürzungen

ECTS = Punkte nach dem European Credit Transfer System

HNU = Hochschule Neu-Ulm

LV = Lehrveranstaltung

MT = Master Thesis

P = Prüfungsleistung

PF = Portfolioprüfung

RE = Referat

S = Seminar

StA = Studienarbeit

SU = Seminaristischer Unterricht

SWS = Semesterwochenstunden