


The SRH logo is positioned in the top left corner of the page. It consists of the lowercase letters 'srh' in a bold, orange, sans-serif font. The background of the entire page is a photograph of a young woman with dark hair pulled back, wearing an orange button-down shirt over a white top. She is smiling warmly at the camera. The setting appears to be a modern office or study area, with a desk lamp, a clock, and some papers visible in the blurred background.

srh

SRH Fernhochschule – The Mobile University
Themenwelt Kommunikation

**Ihr Fernstudium
in der Themenwelt
Kommunikation. Medien
verstehen und steuern.**



» Die Gesellschaft mit ihren Teilsystemen Wirtschaft, Medien und anderen befindet sich in einem steten Fluss der Veränderung. Hier gibt es immer wieder neue Facetten, die spannend sind und betrachtet werden sollten, damit Menschen handlungsfähig bleiben – theoriebasiert und mit möglichst großer Kompetenz ausgestattet. Nur so können wir Menschen zielführend handeln und die Zukunft gestalten. «

Prof. Dr. Angela Bittner-Fesseler, Professorin für Medien- und Kommunikationsmanagement



Herzlich willkommen auf dem Weg zu Ihrem Wunschstudium

Wir begleiten Sie persönlich:
bei der Entscheidung, während Ihres Studiums und
darüber hinaus. Sie stehen bei uns im Mittelpunkt.

**Das macht Ihr
Fernstudium aus**
Flexibel zum erfolg-
reichen Abschluss



**Anrechnung von
Vorleistungen**

Sparen Sie Zeit und
Gebühren.



**FAQs und individuelle
Beratung**

Verschaffen Sie sich
einen Überblick.



Studieren ohne NC / Abitur

Jeder hat bei uns die
Chance auf einen
Studienplatz.



Start



Online-Infoveranstaltung

Lernen Sie uns
persönlich kennen.
Informieren Sie sich
ganz unverbindlich.





Schnupperstudium

Testen Sie Ihr Wunschstudium.



Study Guide

Ihr Wegweiser fürs Studium – von A bis Z



Flexibel: unsere Studiengebühren

Finden Sie das passende Modell.



Förderung & Stipendien

Freiraum für Ihr Studium



Studienraum erfüllt!

Unibuddy – Chat mit Studierenden

Einblicke in das Leben eines Fernstudierenden



Studium im Ausland

Studieren Sie zeit- und ortsunabhängig.



ECTS Master-Varianten

Optimieren Sie Ihre Studienzeit.



Wir beraten Sie individuell und kompetent, unterstützen Sie bei Ihrer Studienwahl und stellen gern Kontakt zu Studierenden und Alumni her. So kommen Sie an wichtige Erfahrungsberichte und Impulse.

Wir sind Ihr Wegbegleiter.

Entdecken Sie die Themenwelt Kommunikation

8 Man kann nicht nicht kommunizieren
Die Branche und Ihre Berufsperspektiven

11 Eine Karriere im stetigen Fluss:
Alumna Katharina Krentz

12 Nachhaltigkeitskommunikation:
Neue Anforderungen für
Kommunikator:innen

14 Porträt Prof. Dr. Angela Bittner-Fessler
Medien- & Kommunikationsmanagement

16 Ihr Studium ganz nah an der Praxis

17 Wir kooperieren für Ihren Erfolg

Ihre Bachelor-Studiengänge

20 Betriebswirtschaft und Interkulturelle
Kommunikation | Bachelor of Arts

24 Kommunikation und Content Creation
Bachelor of Arts **NEU!**

28 Kommunikation und Medienmanagement
Bachelor of Arts **NEU!**

32 Online Marketing
Bachelor of Arts

Ihre Master-Studiengänge

36 Digital Marketing
Master of Business Administration

40 Medien- und Kommunikations-
management | Master of Arts



Weiterbildung und Zertifikate

47 Ihre Zertifikate
Weiterbildung auf akademischem Niveau

Ihr Fernstudium

48 Ihr Traum
Ihre Zukunft

» Man kann nicht nicht kommunizieren.«



Mit diesem Satz hat Paul Watzlawick vor rund 50 Jahren Kommunikationsgeschichte geschrieben. Auch wenn sich die Fachleute bis heute über die genaue Interpretation der fünf Wörter nicht ganz einig sind – eines steht fest: Was wir an Gestik, Mimik und vor allem über Sprache, Bilder und Videos aussenden, bleibt auf unsere Umgebung nicht ohne Wirkung. Ganz im Gegenteil.

Neue Medien. Neue Kommunikation.

Ebenso klar ist: Kommunikation ist gerade in der jüngeren Vergangenheit nicht einfacher geworden. Grund dafür ist wie so oft die Digitalisierung. Anders gesagt: Neue Medien haben nicht nur unsere Kommunikation verändert. Ganze Berufsbilder sind nicht mehr das, was sie noch vor kurzem waren. Eine Entwicklung, die durchaus von herausragender Bedeutung ist und viele Bereiche betrifft. Nehmen Sie nur die Unternehmenskommunikation, der eine Schlüsselrolle in vielen Firmen zukommt und die den Erfolg maßgeblich beeinflusst. Journalismus, Medienproduktion, Markenmanagement und Public Relations sind weitere wichtige Beispiele in diesem Zusammenhang.

Moderne Unternehmenskommunikation

Kommunikationsinstrumente und -strategien müssen auch in den neuen Medien strategisch geplant werden. Als Leitfaden und Nachschlagewerk für strategische Unternehmenskommunikation haben wir ein Whitepaper veröffentlicht, das Sie in Ihrem Kommunikationsalltag unterstützt. Laden Sie es sich auf unserer Webseite kostenlos herunter.



» Ich schätze an meinem Studium, dass es sich so flexibel planen lässt und perfekt zu meinen Bedürfnissen passt. Außerdem haben mir die praktisch anwendbaren Inhalte der Module geholfen, bereits vor Abschluss des Studiums meinen Traumjob zu bekommen. «

Melanie Petschke, Studentin Medien- und Kommunikationsmanagement (B.A.)

Weitere Informationen?

Viele weitere spannende Inhalte aus unserer Themenwelt Kommunikation finden Sie auf unserer Webseite.



Spannende Perspektiven erwarten Sie in der Welt der Kommunikation



Der Charakter der Kommunikationswelt hat sich grundlegend geändert. Geblieben sind die zentralen Felder, die die Branche prägen. Für alle gilt: Nach dem Studium stehen vielfältige Karrierewege in Unternehmen, Verlagen oder Redaktionen offen.

Pressesprecher:innen stellen das Bindeglied zwischen einem Unternehmen und den Medien dar.

Journalist:innen beschaffen und bewerten Informationen und erstellen daraus Beiträge. Auch die Moderation von Sendungen oder Interviews zählen zu häufigen Aufgaben.

Kommunikationsmanager:innen pflegen Image und Reputation ihres Unternehmens und sind für die interne und externe Kommunikation verantwortlich. Dies schließt PR und Öffentlichkeitsarbeit ebenso ein wie Marketing und Werbung.

Marketing Manager:innen planen und steuern die Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen.

Social-Media- und Digital-Media-Manager:innen sind für die Außendarstellung eines Unternehmens in den neuen Medien verantwortlich. Außerdem planen und koordinieren sie Projekte in den digitalen Medien.

Eine Karriere im stetigen Fluss

Alumna Katharina Krentz

Als Katharina Krentz 2005 als Assistentin bei der Robert Bosch GmbH einstieg, war ihr bereits nach einigen Jahren klar, dass eine Weiterentwicklung ohne akademischen Abschluss nicht möglich wäre. Also entschied sie sich für ein berufsbegleitendes Bachelorstudium an der SRH Fernhochschule – und bereits mit der Ankündigung, dass sie studiert, ging es für Katharina einen Karriereschritt vorwärts. Heute ist sie Senior Consultant New Work & Digital Collaboration bei Bosch und gleichzeitig freiberuflich Beraterin, Trainerin, Speakerin und Coach für New Work und netzwerkbasierter Zusammenarbeit.

Innovationen für die interne Kommunikation

Nach sechs Jahren in zwei unterschiedlichen Bereichen ließ Katharina ihre Assistentinnen-Karriere hinter sich und wechselte in den Bereich Enterprise 2.0 und Social Business, wo es darum ging Social Media Technologien intern bei Bosch einzusetzen. Später übernahm sie die Verantwortung für das Teilprojekt „Corporate Community Management“.

Das Studium verhilft zum Aufstieg

Doch ihr fehlte ein akademischer Abschluss. Nach intensiver Recherche entschied Katharina sich für den berufsbegleitenden Bachelorstudiengang Medien- und Kommunikationsmanagement an der SRH Fernhochschule, weil sie hier die Lerneinheiten flexibel an ihr Vollzeit-Berufsleben anpassen und die Studieninhalte direkt in die Praxis umsetzen konnte. Ihr Einsatz wurde direkt belohnt, so dass sie zum Chief Corporate Community Manager aufstieg und die Themen Agilität und netzwerkbasierter Zusammenarbeit im Unternehmen vorantreiben durfte.



Die Inhalte ihres Bachelor-Studiums konnte unsere Absolventin Katharina Krentz direkt im Berufsalltag anwenden.

Wo Katharinas Reise noch hinführen wird?

Sie könnte sich vorstellen, eine längere Zeit im Ausland zu verbringen. Sie betont, dass sie nicht „aufwärts“ strebt, sondern immer auf der Suche nach spannenden Themengebieten bleiben möchte, in denen sie wertschöpfend und sinnstiftend wirken und selbst weiter wachsen kann. Auf diesem Weg wünschen wir ihr alles Gute.

Möchten Sie das gesamte Alumni-Porträt lesen?

Dann besuchen Sie uns auf unserer Webseite.



Nachhaltigkeitskommunikation

Schweigen, bis andere entdecken, dass man gut ist



Aktuell steigen die Anforderungen an die Nachhaltigkeitskommunikation. 2023 wurden die europäischen Standards zur Nachhaltigkeitsberichterstattung „Corporate Sustainability Reporting (CSR) Directive“ verabschiedet, die für Share- und andere Stakeholder den Zugang zu mehr Information bringen sollen. Also neue regulatorische Anforderungen, die es zu erfüllen gilt. Dienst nach Vorschrift, Vorschrift erfüllt – und alles ist bestens? Ein Überblick von Prof. Dr. Angela Bittner-Fesseler.

Walk and Talk

Wer dies glaubt, hat das Wesen der CSR- und Nachhaltigkeitskommunikation nicht ganz durchdrungen. Im Zentrum der Nachhaltigkeitskommunikation steht immer das eigene nachhaltige Handeln (walk) und die eigene Haltung zur Frage der Nachhaltigkeit. Darauf baut die Kommunikation (talk) auf. Eine wichtige Regel hierbei: Unternehmen sollten keine nachhaltigen Maßnahmen realisieren, nur um ein positives Image zu gewinnen. Denn dies wird schnell erkannt und mit Kritik in den journalistischen und sozialen Medien abgestraft.

Glaubwürdigkeit und Transparenz

Von der Nachhaltigkeitskommunikation wird erwartet, dass sie glaubwürdig und transparent ist und wesentliche Entwicklungen wahrhaftig und überprüfbar aufbereitet. Wie sich immer wieder zeigt, schauen die Rezipient:innen sehr genau hin: Übertreiben die Unternehmen in ihrer Kommunikation, laufen sie Gefahr, des Greenwashings bezichtigt zu werden. „Walk“ und „Talk“ müssen also zusammenpassen bzw. konsistent sein.

Das Dilemma der Nachhaltigkeitskommunikation

Studien aus den vergangenen Jahren zeigen auch: Ist der Talk – also die Kommunikation über das nachhaltige Handeln – zwar nicht übertrieben, jedoch zu laut und aufdringlich, glauben die Menschen ihr ebenso wenig wie der Übertreibung. Dies gilt als Dilemma der Nachhaltigkeitskommunikation: Einerseits schätzen die Menschen sozial und ökologisch verantwortungsvoll handelnde Unternehmen, andererseits erwarten sie, dass Unternehmen am besten nicht selbst über ihr nachhaltiges Handeln reden oder schreiben.

Möchten Sie weiterlesen?

Den gesamten Blogbeitrag finden Sie auf unserer Webseite.





© Lisa Dünser

**» Ich liebe es,
Studierende auf ihrem
Weg zu begleiten. «**

Sie hat als freie Journalistin gearbeitet, war Pressesprecherin und Chefin vom Dienst: Angela Bittner-Fessler kommt aus der Praxis. Darum kann sie heute die Theorie so anschaulich vermitteln. Als Professorin für Medien- und Kommunikationsmanagement an der SRH Fernhochschule – The Mobile University macht sie das, was sie am liebsten tut: Menschen für Kommunikation zu begeistern.

» Ich liebe es, Studierende auf ihrem Weg zu begleiten, ihre Neugier zu wecken und sie zu inspirieren. Das ist immer ein großartiger Moment, wenn ich merke: Jetzt habe ich sie voll und ganz für das Thema gewonnen. «

Ihr Schreibtisch steht in einem alten Bauernhaus. Oben im ersten Stock, wo der Dielenboden knarzt und der Blick durchs Fenster auf idyllische Wiesen fällt. Doch das war es dann auch mit der Nostalgie. „Das ist ein virtuelles Großraumbüro“, beschreibt Angela Bittner-Fessler ihren Arbeitsplatz. Dort residiert der Laptop im professionell ausgestatteten Homeoffice-Setup. Headset und Smartphone liegen stets bereit für die virtuelle Kommunikation.

Gute Verbindung ist alles

„Per Mail, Chat oder Telefon bin ich mit Studierenden und Kolleg:innen verbunden, egal, wo sie gerade sind“, sagt die Professorin. „Mit dieser Flexibilität ermöglichen wir es mehr Leuten zu studieren, da sie den Lehrplan ihrem Leben anpassen können.“ Es sei aber doch eine ganz eigene Form der Kommunikation, wenn man sich nicht sehe, etwa bei Online-Vorlesungen. Das beschäftigt sie auch als Wissenschaftlerin.

Überall immer mittendrin

Von der pulsierenden Hauptstadt Berlin kam Angela Bittner-Fessler mit Familie 2017 in die Bodenseeregion. „Ich kann für die SRH ganz ortsunabhängig arbeiten“, sagt sie. Dass man auf dem Land die dynamische Medienentwicklung nicht verfolgen könne, sei ein Vorurteil. „Mir fällt es hier sogar viel leichter, einen Schritt zurückzutreten und mich zu fragen: Was passiert eigentlich gerade in der Welt?“

Leidenschaft für die Lehre

Neugierde ist es, die Angela Bittner-Fessler antreibt. „Ich möchte hinter die Tapsche schauen“, sagt sie. Und andere motivieren, Dinge zu hinterfragen, um zu neuen Erkenntnissen zu kommen. „Das biete ich mit meinen Studieninhalten: Antworten auf die Fragen nach dem ‚Wie‘ und ‚Warum‘ in der Kommunikation.“ Persönlich lernt die Professorin ihre Studierenden gerne bei Präsenzveranstaltungen kennen. Aber ganz gleich, ob analog oder digital: Ihre Verbindung steht!



Prof. Dr. Angela Bittner-Fessler
Lehrende für Medien- und Kommunikationsmanagement

Sie ist fasziniert vom Abenteuer Kommunikation. Dafür hat sie sich aus der Praxis als Pressesprecherin und Projektmanagerin in Wissenschaft und Lehre gewagt. Heute liebt sie ihr virtuelles Großraumbüro. Und bittet alle Studierenden: Hören Sie niemals auf zu fragen!

Ihr Studium ganz nah an der Praxis

Im Kommunikations-Studium an der SRH Fernhochschule erwerben Sie neben dem theoretischen Wissen auch die Kompetenzen, um es auch in die Praxis umzusetzen. Vielfältige Formate im Studium ermöglichen den Theorie-Praxis-Transfer und sind somit die optimale Grundlage für Ihre berufliche Tätigkeit.

MuK-Blog

Die Studierenden haben während des Studiums die Möglichkeit, sich im MuK-Blog zu engagieren. Dabei gestalten sie einen Online-Blog rund um die Themen Marketing, Digitalisierung und Multimedia. Sie lernen hautnah die redaktionelle Arbeit kennen und kümmern sich selbst um die verschiedenen Facetten eines solchen Online-Blogs.



» Die Anwendung theoretischer Konzepte in der Praxis ist unglaublich wichtig, um den Lernerfolg zu festigen. Unsere Studierenden erwerben dadurch neben theoretischem Wissen auch Problemlösungskompetenzen. «

Prof. Dr. Thomas Bippes,
Professor für Medien- und Kommunikationsmanagement



» Besonders das Praxisprojekt im Bereich der personalisierten Unternehmenskommunikation auf LinkedIn hat mir geholfen die Fähigkeit zu erlangen, einen LinkedIn-Kanal für die Executive-Kommunikation aufzubauen und mit professionellem, aktuellem Content zu bespielen. «

Melanie Grünvogel,
Absolventin Medien- und Kommunikationsmanagement
(M.A.)

Expert:innen aus der Praxis

Regelmäßig finden Online-Veranstaltungen mit Gästen aus der Praxis statt. Sie tragen ihr Kommunikationswissen aus der Praxis in den Hochschulkontext. Studierende bekommen dadurch aus erster Hand Einblicke in den Berufsalltag und erhalten Impulse, wie sie ihre Kompetenzen aus dem Studium in der Praxis anwenden können.

Theorie-Praxis-Transfer und Textwerkstatt

Im Modul Theorie-Praxis-Transfer können Studierende die gelernten theoretischen Ansätze in der Praxis anwenden. Dabei lernen sie die Chancen und Herausforderungen der theoretischen Konzepte kennen und lösen berufspraktische Probleme. In der Textwerkstatt üben Studierende anwendungsorientiert Texte für die Unternehmenskommunikation zu erstellen.

Wir kooperieren für Ihren Erfolg

Um Ihre Studiengänge inhaltlich stets aktuell zu halten und an gegenwärtige Anforderungen der Branche und des Marktes anzupassen, kooperieren wir mit Praxispartnern aus der Medienbranche, Agenturen und der Unternehmenskommunikation. So entwickeln wir uns stets weiter und sorgen dafür, dass Sie in Ihrem Studium genau das Wissen vermittelt bekommen, das Sie für den nächsten Schritt in Ihrer beruflichen Karriere benötigen. Unser Advisory Board setzt sich aus vier renommierten Persönlichkeiten der unterschiedlichen Bereiche zusammen. Diese beraten uns mit viel Praxiserfahrung und Weitblick.

Das Communication Advisory Board

Lernen Sie uns kennen



Heidrun Haug

Gründerin & Managing Partner der Storymaker Agentur für Public Relations. Ihr Ziel ist es, Unternehmen in Erfolgsgeschichten zu verwandeln.

STORYMAKER



Florian Kranefuß

Vorsitzender der Geschäftsführung der HAAS Mediengruppe, dem führenden Medienunternehmen der Metropolregion Rhein-Neckar.

HAAS
MEDIENGRUPPE



Peter Martin

Gründer und CEO von Martin et Karczinski. Das Unternehmen für Strategie, Design und Transformation begreift Identität als wirkungsvollste Kraft für eine normative Unternehmenssteuerung.

+ MARTIN ET KARCZINSKI



Manuel Wessinghage

Leiter Verlagsobjekte im Bereich Produkt & Vertrieb des SPIEGEL-Verlags.

DER SPIEGEL



Ihr Fernstudium

Betriebswirtschaft und Interkulturelle Kommunikation (B.A.)



Alyssa Colucci
Ihre Studierendenbetreuung
+49 7371 9315-284
alyssa.colucci@
mobile-university.de



Prof. Dr. Stefan Ingerfurth
Ihre Studiengangsleitung
stefan.ingerfurth@
mobile-university.de

Ihre Motivation

Tauchen Sie in die globale Managementwelt ein.

International agierende Unternehmen, fremde Sprachen und andere Kulturen interessieren Sie. In diesem Studiengang lernen Sie betriebswirtschaftliche Kenntnisse mit interkultureller Kommunikation zu verbinden. Sie erhalten Einblicke in verschiedene Unternehmenskulturen und erwerben neue Sprachkenntnisse.

Ihre Perspektive

Sie werden Spezialist:in – und das interkulturell

Sie entwickeln während Ihrem Studium nicht nur betriebswirtschaftliche Kenntnisse für Führungsaufgaben, sondern auch das Gespür für die Einstellungen und Werte von Kund:innen und Mitarbeitenden weltweit. Weitere Bausteine Ihres Studiums sind die relevanten Sprachkenntnisse und das Know-how zum interkulturellen und internationalen Management.

Sie entwickeln nach Ihrem individuellen Bedarf und Ihren persönlichen Zielen Ihre Sprachfertigkeiten in einer von zwölf angebotenen Sprachen sowie die entsprechenden landesspezifischen Kenntnisse. Ihr Studium qualifiziert Sie für einen facettenreichen Arbeitsmarkt. Durch die Kombination von Betriebswirtschaft und interkultureller Kommunikation werden Sie Expert:in in der internationalen Betriebswirtschaft. Ihnen stehen viele Managementtätigkeiten in global ausgerichteten Unternehmen und Organisationen zur Wahl.

Studieninhalte & Kompetenzen

Vertiefen Sie Ihre Kompetenzen mit unseren fünf Themenbereichen.

Betriebswirtschaft und Management

Sie erlernen grundlegende betriebswirtschaftliche Kenntnisse und erwerben einen breiten Überblick über die Funktionsbereiche des Managements, die für das Verständnis des interkulturellen Managements ausschlaggebend sind.

Interkulturelles Management

Sie entwickeln ein Bewusstsein für die Herausforderungen und Chancen der interkulturellen Zusammenarbeit. Sie lernen Theorien, Konzepte und Lösungsansätze kennen und können diese Kompetenzen im Wahlbereich weiter ausbauen.

Kulturverständnis

Sie lernen die historischen, kulturellen, gesellschaftlichen, politischen und wirtschaftlichen Gegebenheiten ausgewählter Kulturräume kennen und entwickeln an diesen Beispielen ein vertieftes Verständnis für interkulturelle Kommunikation.

Persönliche Kompetenzen

Sie setzen sich mit Fragen des Selbstmanagements und der Führung auseinander und erlernen eine wissenschaftlich-analytische Denkweise.

Sprachkenntnisse

Wir geben Ihnen die Möglichkeit, Ihre Sprachkenntnisse weiter auszubauen. Diese Weiterbildung erfolgt in Zusammenarbeit mit zwei renommierten Sprachanbietern: busuu und lingoda.

*Dieser Studiengang ist unter dem Namen „Betriebswirtschaft (B.A.)“ mit Vertiefungsrichtung Interkulturelle Kommunikation bei der ZFU eingetragen.



Auf einen Blick

Abschluss

Bachelor of Arts (B.A.)

Credit-Points

180 ECTS

Regelstudienzeit

6 Fachsemester

Studiengebühren

- Flex 1 | € 449 p. M.
€ 16.164 gesamt
- Flex 2 | € 349 p. M.
€ 17.450 gesamt
- Flex 3 | € 249 p. M.
€ 17.928 gesamt

Akkreditierung und Zulassung*

Akkreditiert und nach FernUSG zugelassen durch ZFU (Nr. 1111820c)

Zulassungsvoraussetzungen

- Allgemeine Hochschulreife, fachgebundene Hochschulreife oder Fachhochschulreife
- Studieren ohne Abitur oder NC mittels Aufstiegsfortbildung, Eignungsprüfung oder einem Jahr erfolgreichen Studiums an einer Hochschule in einem anderen Bundesland

Ihr modulares Studium

Damit sich Ihr Studium optimal an Ihr Leben anpasst, haben Sie bei der Gestaltung Ihres Studienablaufs die Wahl: Legen Sie fest, wie Ihr individueller Studienplan aussieht und entscheiden Sie, wie Sie Ihre Module belegen. Bis auf wenige Ausnahmen können Sie die Reihenfolge frei wählen.

Semester

01	Wissenschaftliches Arbeiten	Selbstmanagement	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	Nationale Rechnungslegung	Allgemeine Volkswirtschaftslehre
	Prüfung & Credits	OT 6 ECTS	KL 6 ECTS	KL 6 ECTS	KL 6 ECTS
02	Betriebliche Wertschöpfung	Dienstleistungen und Service Management	Theorie-Praxis-Transfer	Personal und Organisation	♥ Wahlmodul (Management oder Interkulturelle Kommunikation)
	Prüfung & Credits	EA 6 ECTS	EA 6 ECTS	HA 6 ECTS	KL 6 ECTS
03	Wirtschaftsrecht	Marketing	Unternehmensführung	Kultur und interkulturelle Kommunikation	Länder- und Kulturraumstudien: Gesellschaft und Politik
	Prüfung & Credits	KL 6 ECTS	HA 6 ECTS	HA 6 ECTS	HA 6 ECTS
04	Internes Rechnungswesen	Finanzwirtschaft	Länder- und Kulturraumstudien: Wirtschaft und Geschäftskultur	Interkulturelle Führung und interkulturelles Management	♥ Wahlmodul (Management oder Interkulturelle Kommunikation)
	Prüfung & Credits	KL 6 ECTS	KL 6 ECTS	EA 6 ECTS	HA 6 ECTS
05	Unternehmenskultur und Wirtschaftsethik	♥ Wahlmodul (Management oder Interkulturelle Kommunikation)	♥ Wahlmodul (Management oder Interkulturelle Kommunikation)	♥ Wahlmodul (Interkulturelle Kommunikation)	♥ Wahlmodul (Interkulturelle Kommunikation)
	Prüfung & Credits	FS 6 ECTS	DIV 6 ECTS	DIV 6 ECTS	DIV 6 ECTS
06	Qualitative und quantitative Forschungsmethoden	Praxisprojekt		Bachelor-Thesis	
	Prüfung & Credits	EA 6 ECTS	PjP 12 ECTS	Thesis 12 ECTS	

Die Hochschule behält sich Änderungen vor.

Legende

♥ Wahlmodul: Erweiterung des Wissens	FS: Fallstudie	OT: Online-Test	RS: Rollenspiel
★ Spezialisierung: Vertiefung des Wissens	GP: Gesprächsprotokoll	PE: Programmwurf	Sim: Simulation
✘ Verpflichtende Intensivtage	HA: Hausarbeit	PfP: Portfolioprfung	RB: Reflektionsbericht
BL: Blog-Prüfung	KL: Klausur	PR: Präsentation	WP: Wissenschaftliches Poster
DIV: Verschiedene Prüfungen	Lab: Laborprüfung	PW: Praxisnahes Werk	
EA: Einsendeaufgaben	LT: Lerntagebuch	PxP: Praxisprüfung	
EP: Einsendepräsentation	Mü: Mündliche Prüfung	PjP: Projektprüfung	

Wahlmodule

Erweitern Sie Ihre Perspektive

Management

Wahlmodul	Prüfung
Akquise und Verhandlungsführung	PR
Aktuelle Entwicklungen im Marketing	HA
Aktuelle Fragestellungen der Betriebswirtschaftslehre	PR
Angebotsstrukturen im Gesundheitssektor	HA
Betriebliches Gesundheitsmanagement	EA
Business in English (in englischer Sprache)	OT
Digital Media Management	EA
Einführung in das Non-Profit-Management	HA
Finanz- und Kostenmanagement	EA
German-Chinese Business Management	HA
Gesundheit als Führungsaufgabe	EA
Interne und externe Unternehmenskommunikation	PR + RB
Kommunikation und Führung	EA
Leistungsmanagement	KL
Managementkonzepte	FS
Märkte und Branchen	HA
Mathematik	KL
Nachhaltig Wirtschaften (Grundlagen)	EA
New Work in der Organisationsentwicklung	PR
Performance Reporting	EA
PR-Management	PxP
Projektmanagement	FS
Risiko- und Krisenmanagement	KL
Sprachmodul	50 Stunden Sprachunterricht + Reflexion
Wirtschaft und Gesellschaft	EA
Wirtschaftspsychologie	EA

Schärfen Sie Ihr Profil innerhalb Ihres Studiengangs und setzen Sie mit unseren Wahlmodulen Ihren persönlichen Fokus. Mindestens zwei Module zur Interkulturellen Kommunikation belegen Sie, um sich mit diesem Thema auseinanderzusetzen – entweder mit Blick auf internationales Management oder aus psychologischer Perspektive. Dazu können Sie auch vier weitere Module im Bereich Interkulturelle Kommunikation oder Management wählen.

Interkulturelle Kommunikation

Wahlmodul	Prüfung
German-Chinese Business Management	HA
Global Governance	KL
Interkulturelle Wirtschaftspsychologie	EA
Kulturvergleichendes Marketing	HA
Legal English	EP
Operational International Management	HA
Sprachmodul II	50 Stunden Sprachunterricht + Reflexion
Sprachmodul III	50 Stunden Sprachunterricht + Reflexion
Strategic International Management	EA

Jedes Wahlmodul umfasst 6 ECTS.

Kommunikation und Content Creation (B.A.)



Melisa Zor

Ihre Studierendenbetreuung

+49 7371 9315-307

melisa.zor@

mobile-university.de



Prof. Dr. Thomas Bippes

Ihre Studiengangsleitung

thomas.bippes@

mobile-university.de

Ihre Motivation

Sie möchten Expert:in in Kommunikation und Content Creation werden, um Ihre Zielgruppen noch besser erreichen zu können.

Sie arbeiten in PR, Marketing, Kommunikation oder in den Medien? Sie möchten Ihr Skillset entscheidend erweitern und dabei Ihr kreatives Potenzial voll entfalten? Dann eignen Sie sich mit diesem Studiengang fundiertes Fachwissen und praxisgerechte Fertigkeiten an, um den richtigen Content für jede Zielgruppe in sämtlichen relevanten Formaten zu produzieren.

Ihre Perspektive

Sie qualifizieren sich für Schlüsselpositionen in einem Berufsfeld mit hohem Bedarf.

In einer zunehmend vernetzten Welt ist effektive Kommunikation mehr und mehr entscheidend für den Erfolg von Organisationen oder um Unternehmensziele zu erreichen. Fachkräfte sind jedoch auch hier Mangelware. Im Studiengang Kommunikation und Content Creation (B.A.) erwerben Sie die Kompetenzen, die Sie brauchen, um in diesem anspruchsvollen Umfeld erfolgreich zu sein – ob im Angestelltenverhältnis oder in freier Tätigkeit. Gefragt sind heute Expert:innen, die nicht nur strategisch denken und agieren, sondern komplexe Kommunikationsstrategien auch praktisch umsetzen können.

Nach Ihrem Studium verfügen Sie über umfassende Qualifikationen, die Sie in den folgenden Bereichen anwenden können:

- Interne und externe Kommunikation für Unternehmen, öffentliche Einrichtungen oder NGOs
- Redaktion und Journalismus
- Digitale Medienproduktion
- PR und Marketing

Studieninhalte & Kompetenzen

Mit den richtigen Skills sind Sie fit für die Anforderungen der modernen Medien- und Kommunikationslandschaft.

Dazu vermittelt der Studiengang Ihnen zunächst die Grundlagen selbstorganisierten wissenschaftlichen Arbeitens in einem Fernstudiengang. Sie erwerben zielgerichtete und praxisorientierte Kompetenzen im Bereich Kommunikation, wie Marketing, Mediengestaltung, News Media Management und Nachhaltigkeitskommunikation. Zusätzlich eignen Sie sich wichtige Kenntnisse aus relevanten Bezugswissenschaften an. Dazu gehören BWL, Projektmanagement und Medienrecht.

So können Sie Ihr Studienprofil nicht nur passend zu Ihren persönlichen Zielen entwickeln, sondern das im Studium Erlernte vielseitig in der Praxis einsetzen.

Der Kompetenzbereich Content Creation bietet die folgenden Module:

- Einführung in Kommunikation, Content & Marketing
- Einführung in Creation, Design & Medien
- Employer Branding
- Web Development & Podcasting
- Mobile Reporting
- Reputationsmanagement
- Integrierte Unternehmenskommunikation
- Interaction Design & User Experience

Damit sind Sie in der Lage, vielfältige fesselnde Inhalte zu erstellen und effektiv zu verbreiten – vom Schreiben und Storytelling über die visuelle Gestaltung bis zur digitalen Medienproduktion. Das macht Sie attraktiv für Unternehmen und Organisationen, die erkannt haben, dass hochwertiger Content das Herzstück jeder erfolgreichen Kommunikationsstrategie bildet.

*Dieser Studiengang wird unter dem Namen „Kommunikation (B.A.)“ mit Vertiefungsrichtung Content Creation bei der ZFU eingetragen.

Auf einen Blick

Abschluss

Bachelor of Arts (B.A.)

Credit-Points

180 ECTS

Regelstudienzeit

6 Fachsemester

Studiengebühren

- Flex 1 | € 449 p. M.
€ 16.164 gesamt
- Flex 2 | € 349 p. M.
€ 17.450 gesamt
- Flex 3 | € 249 p. M.
€ 17.928 gesamt

Akkreditierung und Zulassung*

In Akkreditierung und Zulassung nach FernUSG bei ZFU beantragt

Zulassungsvoraussetzungen

- Allgemeine Hochschulreife, fachgebundene Hochschulreife oder Fachhochschulreife
- Studieren ohne Abitur oder NC mittels Aufstiegsfortbildung, Eignungsprüfung oder einem Jahr erfolgreichen Studiums an einer Hochschule in einem anderen Bundesland
- Ausreichende Englischkenntnisse

Ihr modulares Studium

Damit sich Ihr Studium optimal an Ihr Leben anpasst, haben Sie bei der Gestaltung Ihres Studienablaufs die Wahl: Legen Sie fest, wie Ihr individueller Studienplan aussieht und entscheiden Sie, wie Sie Ihre Module belegen. Bis auf wenige Ausnahmen können Sie die Reihenfolge frei wählen.

Semester

01	Wissenschaftliches Arbeiten	Selbstmanagement	Marketing	Mediengestaltung	PR Management
	Prüfung & Credits	OT 6 ECTS	KL 6 ECTS	HA 6 ECTS	EP 6 ECTS
02	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	New Media Management	Theorie-Praxis-Transfer	Einführung Communication, Content & Marketing	Einführung Creation, Design & Medien
	Prüfung & Credits	KL 6 ECTS	EA 6 ECTS	HA o. BL 6 ECTS	PR 6 ECTS
03	Projektmanagement	Digitale Transformation und Geschäftsmodelle	Content Marketing	Employer Branding	Web Development & Podcasting
	Prüfung & Credits	FS 6 ECTS	HA 6 ECTS	KL 6 ECTS	EA 6 ECTS
04	Qualitative und Quantitative Forschungsmethoden	Internet- und Medienrecht und Datenschutz	Corporate Brand Management	Mobile Reporting	Reputationsmanagement
	Prüfung & Credits	EA 6 ECTS	EA 6 ECTS	EP 6 ECTS	EA 6 ECTS
05	CSR- und Nachhaltigkeitskommunikation	Integrierte Unternehmenskommunikation	Interaction Design & User Experience	♥ Wahlmodul 1	♥ Wahlmodul 2
	Prüfung & Credits	EA 6 ECTS	HA 6 ECTS	EP 6 ECTS	DIV 6 ECTS
06	Praxisprojekt		Bachelor-Thesis		♥ Wahlmodul 3
	Prüfung & Credits	PjP 12 ECTS		Thesis 12 ECTS	

Die Hochschule behält sich Änderungen vor.

Legende

♥ Wahlmodul: Erweiterung des Wissens	FS: Fallstudie	OT: Online-Test	RS: Rollenspiel
★ Spezialisierung: Vertiefung des Wissens	GP: Gesprächsprotokoll	PE: Programmwurf	Sim: Simulation
✘ Verpflichtende Intensivtage	HA: Hausarbeit	PfP: Portfolioprfung	RB: Reflektionsbericht
BL: Blog-Prüfung	KL: Klausur	PR: Präsentation	WP: Wissenschaftliches Poster
DIV: Verschiedene Prüfungen	Lab: Laborprüfung	PW: Praxisnahes Werk	
EA: Einsendeaufgaben	LT: Lerntagebuch	PxP: Praxisprüfung	
EP: Einsendepäsentation	Mü: Mündliche Prüfung	PjP: Projektprüfung	

Wahlmodule

Erweitern Sie Ihre Perspektive

Mit unseren Wahlmodulen legen Sie einen individuellen Schwerpunkt im Studium. Wählen Sie im Lauf des Studiums drei Wahlmodule aus den Bereichen Business und Management sowie Creation, Media and Communication, um sich entsprechend Ihrer Interessen zu spezialisieren.

Business / Management

Wahlmodul	Prüfung
Business in English	OT
Diversity Management	PR
Entrepreneurship	FS
Künstliche Intelligenz	FS
Mediaplanung und -controlling	FS
Personal und Organisation	KL
Unternehmensführung	HA
Unternehmenskultur und Wirtschaftsethik	FS

Creation, Media and Communication

Wahlmodul	Prüfung
Akquise und Verhandlungsführung	PR
Digitale Risiko- und Krisenkommunikation	FS
Eventmarketing und -management	HA
Global Communication	HA
Journalistisches Texten	PfP
Künstliche Intelligenz	FS
Markt- und Werbepsychologie	HA
Search Engine Advertising (SEA)	OT
Search Engine Optimization (SEO)	EA
Tools Creative Work	PW

Wussten Sie schon, ...

dass Sie das Modulhandbuch mit Details zu den Studieninhalten bei Ihrer persönlichen Studierendenbetreuung anfordern können?

Bitte sprechen Sie uns an oder schreiben Sie uns! Wir sind für Sie da.

Jedes Wahlmodul umfasst 6 ECTS.

Kommunikation und Medienmanagement (B.A.)



Melisa Zor

Ihre Studierendenbetreuung

+49 7371 9315-307

melisa.zor@

mobile-university.de



Prof. Dr. Thomas Bippes

Ihre Studiengangsleitung

thomas.bippes@

mobile-university.de

Ihre Motivation

Ihr Ziel ist es, Themen jeder Art zu erschließen und auf allen Kommunikationskanälen wirkungsvoll zu präsentieren.

Unsere Medienlandschaft verändert sich durch die fortschreitende Digitalisierung rasant. Sie wollen diese Veränderungen innovativ, kreativ und wirtschaftlich mitgestalten? In unserem Studiengang Kommunikation und Medienmanagement erlernen Sie praxisbezogenes Know-how aus der Medienwelt und Unternehmenskommunikation sowie der Betriebswirtschaftslehre.

Ihre Perspektive

Sie bringen Ihre Expertise für innovative Zukunftsthemen in Ihrem Unternehmen oder Ihrer Organisation ein.

Als Medienmanager:in und Kommunikationsexpert:in stellen Sie sich den Herausforderungen einer dynamischen Branche und arbeiten am Puls der Zeit. Ihr Studium bereitet Sie auf Aufgaben der Unternehmenskommunikation, Medienentwicklung und Werbung sowie des Marketings vor. Diese definieren und passen Sie im Laufe Ihres Berufslebens immer wieder neu an die sich verändernde Medienlandschaft an. So gestalten Sie das Informationsgeschehen in unserer demokratischen Gesellschaft entscheidend mit. Mit Ihrem Abschluss schaffen Sie eine gute Grundlage für Ihren Berufseinstieg, den weiteren Karriereweg oder einen Jobwechsel.

Das sind die zentralen Berufsfelder:

- Corporate Communication und Medienproduktion
- Digitalisierung und Interaction Design
- Digital und Social Media
- Public Relations Management
- Online-Journalismus
- Marketing oder E-Commerce

Studieninhalte & Kompetenzen

Sie kombinieren betriebswirtschaftliche und kommunikative Inhalte.

Wir bieten eine praxisnahe Ausbildung im Bereich Medien- und Kommunikationsmanagement. Neben branchenbezogenen und betriebswirtschaftlichen Kenntnissen erwerben Sie wissenschaftliche Qualifikationen, Selbstmanagement- und Führungsqualitäten sowie persönliche Kompetenzen. Dabei begleiten wir Sie auf Ihrem Weg zur Tätigkeit an der Schnittstelle von Management und Kommunikation.

Im Rahmen des Theorie-Praxis-Transfers entwickeln und gestalten Sie bereits im Studium praxisnahe Werke wie Internetauftritte, Videos, Apps und Blogs aktiv mit. Auch die Teilnahme an Fachveranstaltungen wie dem Digital Media Workshop hilft Ihnen, die Inhalte anwendungsorientiert zu erlernen.

Mit aktuellen Themen und Zukunftstrends wie Cross Media Publishing, Industrie 4.0, Design Thinking, Datenjournalismus, Newsroom und digitaler Transformation haben Sie die Zukunft im Blick.

Innerhalb des Studiums können Sie sich als Expert:in in unterschiedlichen Anwendungsbereichen spezialisieren. Dazu wählen Sie eine der sechs Spezialisierungsrichtungen: Dazu zählen beispielsweise Kommunikation, Künstliche Intelligenz und Web oder Online-Journalismus.

*Dieser Studiengang wird unter dem Namen „Kommunikation (B.A.)“ mit Vertiefungsrichtung Medienmanagement bei der ZFU eingetragen.

Auf einen Blick

Abschluss

Bachelor of Arts (B.A.)

Credit-Points

180 ECTS

Regelstudienzeit

6 Fachsemester

Studiengebühren

- Flex 1 | € 449 p. M.
€ 16.164 gesamt
- Flex 2 | € 349 p. M.
€ 17.450 gesamt
- Flex 3 | € 249 p. M.
€ 17.928 gesamt

Akkreditierung und Zulassung*

In Akkreditierung und Zulassung nach FernUSG bei ZFU beantragt

Zulassungsvoraussetzungen

- Allgemeine Hochschulreife, fachgebundene Hochschulreife oder Fachhochschulreife
- Studieren ohne Abitur oder NC mittels Aufstiegsfortbildung, Eignungsprüfung oder einem Jahr erfolgreichen Studiums an einer Hochschule in einem anderen Bundesland
- Ausreichende Englischkenntnisse

Ihr modulares Studium

Damit sich Ihr Studium optimal an Ihr Leben anpasst, haben Sie bei der Gestaltung Ihres Studienablaufs die Wahl: Legen Sie fest, wie Ihr individueller Studienplan aussieht und entscheiden Sie, wie Sie Ihre Module belegen. Bis auf wenige Ausnahmen können Sie die Reihenfolge frei wählen.

Semester

01	Wissenschaftliches Arbeiten	Selbstmanagement	Marketing	Mediengestaltung	PR Management
	Prüfung & Credits	OT 6 ECTS	KL 6 ECTS	HA 6 ECTS	EP 6 ECTS
02	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	New Media Management	Theorie-Praxis-Transfer	Grundlagen der Medienwirtschaft	Medienproduktion
	Prüfung & Credits	KL 6 ECTS	EA 6 ECTS	HA o. BL 6 ECTS	HA 6 ECTS
03	Projektmanagement	Digitale Transformation und Geschäftsmodelle	Content Marketing	Interne und externe Unternehmenskommunikation	Einführung in die Medien- und Kommunikationspsychologie
	Prüfung & Credits	FS 6 ECTS	HA 6 ECTS	KL 6 ECTS	PR inkl. RB 6 ECTS
04	Qualitative und Quantitative Forschungsmethoden	Internet- und Medienrecht und Datenschutz	Corporate Brand Management	Journalismus und Publizistik	Audiovisuelle Kommunikation
	Prüfung & Credits	EA 6 ECTS	EA 6 ECTS	EP 6 ECTS	PR 6 ECTS
05	CSR- und Nachhaltigkeitskommunikation	Crossmedia Publishing	Kommunikation und Führung	♥ Wahlmodul 1	♥ Wahlmodul 2
	Prüfung & Credits	EA 6 ECTS	FS 6 ECTS	EA 6 ECTS	DIV 6 ECTS
06	Praxisprojekt		Bachelor-Thesis		♥ Wahlmodul 3
	Prüfung & Credits	PjP 12 ECTS		Thesis 12 ECTS	

Die Hochschule behält sich Änderungen vor.

Legende

♥ Wahlmodul: Erweiterung des Wissens	FS: Fallstudie	OT: Online-Test	RS: Rollenspiel
★ Spezialisierung: Vertiefung des Wissens	GP: Gesprächsprotokoll	PE: Programmwurf	Sim: Simulation
✘ Verpflichtende Intensivtage	HA: Hausarbeit	PfP: Portfolioprfung	RB: Reflektionsbericht
BL: Blog-Prüfung	KL: Klausur	PR: Präsentation	WP: Wissenschaftliches Poster
DIV: Verschiedene Prüfungen	Lab: Laborprüfung	PW: Praxisnahes Werk	
EA: Einsendeaufgaben	LT: Lerntagebuch	PxP: Praxisprüfung	
EP: Einsendepäsentation	Mü: Mündliche Prüfung	PjP: Projektprüfung	

Wahlmodule

Erweitern Sie Ihre Perspektive

Als Kommunikations- und Medienmanager:in sind Ihre Einsatzmöglichkeiten in Unternehmen jeglicher Größe und Branche vielfältig – und genau auf diese Vielfalt Ihres späteren Berufslebens bereiten Sie unsere Wahlmodule vor.

Wählen Sie drei Wahlmodule aus den Bereichen Business und Management oder Creation, Media and Communication, um Ihr Profil zu schärfen.

Business / Management

Wahlmodul	Prüfung
Business in English	OT
Diversity Management	PR
Entrepreneurship	FS
Künstliche Intelligenz	FS
Mediaplanung und -controlling	FS
Personal und Organisation	KL
Unternehmensführung	HA
Unternehmenskultur und Wirtschaftsethik	FS

Creation, Media and Communication

Wahlmodul	Prüfung
Akquise und Verhandlungsführung	PR
Digitale Risiko- und Krisenkommunikation	FS
Eventmarketing und -management	HA
Global Communication	HA
Journalistisches Texten	PfP
Künstliche Intelligenz	FS
Markt- und Werbepsychologie	HA
Search Engine Advertising (SEA)	OT
Search Engine Optimization (SEO)	EA
Tools Creative Work	PW

Wussten Sie schon, ...

dass Sie das Modulhandbuch mit Details zu den Studieninhalten bei Ihrer persönlichen Studierendenbetreuung anfordern können?

Bitte sprechen Sie uns an oder schreiben Sie uns! Wir sind für Sie da.

Jedes Wahlmodul umfasst 6 ECTS.

Online Marketing (B.A.)



Nora Bercher

Ihre Studierendenbetreuung

+49 7371 9315-243

nora.bercher@

mobile-university.de

Ihre Motivation

Sie wollen erfolgreich digitale Kommunikationskonzepte und -kampagnen erstellen.

Digitale Kommunikation begeistert Sie und Sie möchten diese bestmöglich umsetzen. Sie wollen digitale Technologien wie Suchmaschinen oder soziale Medien als Marketingplattformen nutzen und Unternehmen online repräsentieren. In diesem Studiengang lernen Sie die klassischen und aktuellen Bereiche des Online Marketings kennen und entwickeln ein tiefgehendes Verständnis für die Zusammenhänge und Entwicklungen im Internet und insbesondere für Online-Marktplätze.

Ihre Perspektive

Gestalten Sie die Zukunft des Marketings digital.

Als moderner Marketeer können Sie zielgerichtete Online-Marketing-Strategien und -Maßnahmen für Unternehmen planen und operativ umsetzen. Sie lernen die komplette Klaviatur des Online Marketings kennen, um als Expert:in erfolgreich zu sein: von der Strategie und Kampagnenplanung über Kompetenzen in Suchmaschinenoptimierung und -werbung, Social Media Marketing, E-Commerce und Performance Marketing bis hin zu Internet- und Medienrecht oder Mediaplanung. Beispiele und Techniken aus der Praxis helfen Ihnen dabei, das Gelernte im Arbeitsalltag anzuwenden.

Nach Ihrem Abschluss eröffnen sich Ihnen hervorragende Karrierechancen. Starten Sie als Online Marketing Manager in Unternehmen und Betrieben sämtlicher Branchen und Größen, in Verbänden oder NGOs durch!



Prof. Dr. Thomas Bippes

Ihre Studiengangsleitung

thomas.bippes@

mobile-university.de

Studieninhalte & Kompetenzen

Sie werden Online-Expert:in

In Ihrem Studiengang lernen Sie Marketing, Vertrieb, Marktforschung und Kommunikation zu digitalisieren. Unser Studiengang bietet Ihnen alle relevanten Grundlagen und das nötige Spezialwissen, das Sie für Ihre spätere Karriere im Online Marketing benötigen. Dabei steht für Sie eine direkte Umsetzung in die Praxis stets im Fokus und wird u. a. durch aktivierende Übungen und Beispiele aus dem Unternehmensalltag gewährleistet. Sie befassen sich aufbauend auf Grundlagenmodulen mit den strategischen Disziplinen des Online Marketings, lernen wichtige Rahmenbedingungen kennen und erhalten das notwendige Wissen in allen wichtigen Online-Marketing-Disziplinen. Hierzu zählen z. B. die Themenfelder Suchmaschinenoptimierung, Suchmaschinenwerbung, Social Media Marketing, Content Marketing, Digital Branding und E-Commerce. Außerdem lernen Sie die rechtlichen Rahmenbedingungen des Online Marketings kennen. Mit Ihrem Know-how gestalten Sie erfolgreich Konzepte, Kampagnen und Marketingmaßnahmen und setzen eine strukturierte Erfolgskontrolle der Maßnahmen um.

Um Ihren Studiengang an Ihre beruflichen Wünsche anzupassen, haben Sie die Möglichkeit, vier Wahlmodule auszuwählen. Die Auswahl teilt sich dabei auf Module in den Bereichen Management und Online Marketing auf.

Auf einen Blick

Abschluss

Bachelor of Arts (B.A.)

Credit-Points

180 ECTS

Regelstudienzeit

6 Fachsemester

Studiengebühren

- Flex 1 | € 449 p. M.
€ 16.164 gesamt
- Flex 2 | € 349 p. M.
€ 17.450 gesamt
- Flex 3 | € 249 p. M.
€ 17.928 gesamt

Akkreditierung und Zulassung

Akkreditiert und nach FernUSG
zugelassen durch ZFU (Nr. 1120121)

Zulassungsvoraussetzungen

- Allgemeine Hochschulreife,
fachgebundene Hochschulreife
oder Fachhochschulreife
- Studieren ohne Abitur oder NC
mittels Aufstiegsfortbildung,
Eignungsprüfung oder einem
Jahr erfolgreichen Studiums an
einer Hochschule in einem
anderen Bundesland

Ihr modulares Studium

Damit sich Ihr Studium optimal an Ihr Leben anpasst, haben Sie bei der Gestaltung Ihres Studienablaufs die Wahl: Legen Sie fest, wie Ihr individueller Studienplan aussieht und entscheiden Sie, wie Sie Ihre Module belegen. Bis auf wenige Ausnahmen können Sie die Reihenfolge frei wählen.

Semester

01	Wissenschaftliches Arbeiten	Selbstmanagement	Marketing	Online Marketing – Grundlagen	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre
	Prüfung & Credits	OT 6 ECTS	KL 6 ECTS	HA 6 ECTS	EA 6 ECTS
02	Markt- und Werbepsychologie	Digitale Marketingstrategien	Interaction Design & User Experience	Social Media	Theorie-Praxis-Transfer
	Prüfung & Credits	HA 6 ECTS	FS 6 ECTS	EP 6 ECTS	FS 6 ECTS
03	Content Marketing	Search Engine Optimization (SEO)	Employer Branding	Big Data und Smart Services	Agiles Projektmanagement
	Prüfung & Credits	KL 6 ECTS	EA 6 ECTS	EA 6 ECTS	FS 6 ECTS
04	Mediaplanung und -controlling	Mediengestaltung	Internet- und Medienrecht und Datenschutz	E-Commerce und Digital Sales	Search Engine Advertising (SEA)
	Prüfung & Credits	FS 6 ECTS	EP 6 ECTS	EA 6 ECTS	KL 6 ECTS
05	Performance Marketing im digitalen Kontext/ Web-Analytics	♥ Wahlmodul 1	♥ Wahlmodul 2	♥ Wahlmodul 3	♥ Wahlmodul 4
	Prüfung & Credits	EA 6 ECTS	DIV 6 ECTS	DIV 6 ECTS	DIV 6 ECTS
06	Qualitative und quantitative Forschungsmethoden	Praxisprojekt		Bachelor-Thesis	
	Prüfung & Credits	EA 6 ECTS	PjP 12 ECTS		Thesis 12 ECTS

Die Hochschule behält sich Änderungen vor.

Legende

♥ Wahlmodul: Erweiterung des Wissens	FS: Fallstudie	OT: Online-Test	RS: Rollenspiel
★ Spezialisierung: Vertiefung des Wissens	GP: Gesprächsprotokoll	PE: Programmwurf	Sim: Simulation
✕ Verpflichtende Intensivtage	HA: Hausarbeit	PfP: Portfolioprfung	RB: Reflektionsbericht
BL: Blog-Prüfung	KL: Klausur	PR: Präsentation	WP: Wissenschaftliches Poster
DIV: Verschiedene Prüfungen	Lab: Laborprüfung	PW: Praxisnahes Werk	
EA: Einsendeaufgaben	LT: Lerntagebuch	PxP: Praxisprüfung	
EP: Einsendepräsentation	Mü: Mündliche Prüfung	PjP: Projektprüfung	

Management

Wahlmodul	Prüfung
Business in English	OT
Digitale Transformation und Geschäftsmodelle	HA
Kommunikation und Führung	EA
Künstliche Intelligenz	FS
Märkte und Branchen	HA
New Work in der Organisationsentwicklung	PR
Personal und Organisation	KL
Rechnungswesen und Finanzwirtschaft	KL
Unternehmensführung	HA
Unternehmenskultur und Wirtschaftsethik	FS

(Online) Marketing

Wahlmodul	Prüfung
Dienstleistungen und Service Management	EA
Digital Media Management	EA
Distribution und Vertrieb	EA
Eventmarketing und -management	HA
Interne und externe Unternehmenskommunikation	PR + RB
Kulturvergleichendes Marketing	HA
Produktpolitik und Innovationsmanagement	EA
Web-Design und -Ergonomie	EA
Werbepolitik und Preisgestaltung	EA

Jedes Wahlmodul umfasst 6 ECTS.

Wahlmodule

Erweitern Sie Ihre Perspektive

Wir bereiten Sie auf Ihr späteres Berufsleben bestens vor.

Mit unseren vielfältigen Wahlmodulen bieten wir Ihnen die Möglichkeit, Ihr Allgemeinwissen und Ihre persönlichen Interessen weiterzuentwickeln. Sie können vier Module passend zu Ihren persönlichen Zielen auswählen.

Wussten Sie schon, ...

dass Sie das Modulhandbuch mit Details zu den Studieninhalten bei Ihrer persönlichen Studierendenbetreuung anfordern können?

Bitte sprechen Sie uns an oder schreiben Sie uns! Wir sind für Sie da.

Digital Marketing (MBA)



Nora Bercher

Ihre Studierendenbetreuung

+49 7371 9315-243

nora.bercher@

mobile-university.de



Prof. Dr. Falk Tennert

Ihre Studiengangsleitung

falk.tennert@

mobile-university.de

Ihre Motivation

Gute Ideen waren gestern. Online Marketing ist heute.

Social Media, E-Commerce, Data-Management oder Suchmaschinen – die Bandbreite ist groß, wenn es um die Ergänzung bewährter Vermarktungsformate geht. Sie möchten die ganze Palette bespielen und klassisches Marketing mit den digitalen Errungenschaften unserer Zeit verbinden. Dafür erweitern Sie Ihre Fähigkeiten und positionieren sich spezifisch in einem Feld, das zu einem Eckpfeiler in allen Bereichen der Wirtschaft geworden ist.

Ihre Perspektive

Ein breites Verständnis digitaler Möglichkeiten mitzubringen, bedeutet, eine Kernkompetenz der modernen Arbeitswelt abzudecken.

Wer auf die Unterstützung von Daten und mobilen Kanälen verzichtet, agiert am Markt vorbei und reagiert später als andere auf Anforderungen, die sich in unserer schnelllebigen Zeit permanent wandeln. Mit unserem vertiefenden Master-Studium

- eröffnen sich Ihnen vielfältige Optionen im Brand-, Marketing- und Product Management und im Business Development
- erkennen Sie Veränderungen des Marktes und entwickeln angepasste Strategien
- setzen Sie auf einen zukunftssicheren Bereich mit hervorragenden Aufstiegschancen
- ergänzen Sie Ihr Marketingwissen so, dass Sie mit digitalen Angeboten alle Ihre Absatzkanäle effizient bespielen und Ihre Kund:innen gezielt ansprechen können
- leben Sie Ihre Kreativität und stützen sich dabei auf objektive Daten, die Ihnen Sicherheit bei Ihren Entscheidungen geben und eine Evaluierung der Maßnahmen ermöglichen

Studieninhalte & Kompetenzen

Zielgerichtetes Marketing mit Online-Möglichkeiten und -Kanälen zu planen, durchzuführen und zu steuern – das ist die Kernkompetenz, die Sie als Absolvent:in unseres Studiengangs erwerben.

Mit unseren Marketing-Modulen steigen Sie tiefer in die Thematik des modernen Marketings ein. Unsere Wahlfächer bieten Ihnen die Möglichkeit sich ganz nach Ihren Vorstellungen zu spezialisieren. Über allem steht der hohe Praxisbezug. Das ermöglicht Ihnen, Ihr Wissen direkt in Ihren beruflichen Alltag einzubauen.

Eine breite Palette an Tools, Methoden und Templates versetzt Sie in die Lage, Unternehmen in der digitalen Welt erfolgreich zu positionieren und entsprechende Produkte und Dienstleistungen zu vermarkten. Dabei reagieren Sie flexibel und schnell auf Veränderungen des Marktes und die Bedürfnisse Ihrer Kund:innen. Sie verstehen es, Ihre Aktivitäten zielgruppengerecht auszurichten und mit Hilfe Ihres Data Managements laufend zu optimieren. Gleichmaßen erlernen Sie klassische Marketingansätze in die Online-Welt zu übertragen.

Sie kennen Ihr Ziel und wollen auf dem Weg dorthin klare Schwerpunkte setzen? Dann stehen Ihnen mit unseren Spezialisierungsmodulen alle Möglichkeiten offen. Big Data, Design Thinking, Künstliche Intelligenz oder Entrepreneurship in digitalen Zeiten sind nur einige der Themen, die Ihr Profil ganz nach Ihren Vorstellungen abrunden.

Der Studiengang baut auf Ihrem erfolgreich abgeschlossenen Bachelor-Studium auf. Deshalb gehört auch die Entwicklung Ihrer Führungskompetenzen zu einem wichtigen Teil der Ausbildung.

Auf einen Blick

Abschluss

Master of Business Administration
(MBA)

Credit-Points

90 ECTS

Regelstudienzeit

3 Fachsemester

Studiengebühren

- Flex 1 | € 729 p. M.
€ 13.122 gesamt
- Flex 2 | € 579 p. M.
€ 14.475 gesamt

Akkreditierung und Zulassung

Akkreditiert und nach FernUSG
zugelassen durch ZFU (Nr. 1149122)

Zulassungsvoraussetzungen

- Abgeschlossenes Hochschulstudium oder ein gleichgestellter Abschluss (mind. 180 ECTS)
- Wirtschaftswissenschaftliches Grundverständnis
- Mindestens einjährige Praxis- und Berufserfahrung
- Ggf. Motivationsgespräch

Ihr modulares Studium

Damit sich Ihr Studium optimal an Ihr Leben anpasst, haben Sie bei der Gestaltung Ihres Studienablaufs die Wahl: Legen Sie fest, wie Ihr individueller Studienplan aussieht und entscheiden Sie, wie Sie Ihre Module belegen. Bis auf wenige Ausnahmen können Sie die Reihenfolge frei wählen.

Semester

01	Empirische Sozialforschung	Medienrecht	Digitale Marketingstrategien und Kampagnenmanagement	Online- und Social Media Marketing	Digital Leadership & Transformation
	Prüfung & Credits	OT 6 ECTS	EA 6 ECTS	FS 6 ECTS	EA 6 ECTS
02	Datenanalyse	Big Data Management & Analytics	Controlling, Analytics & Monitoring	Search Engine Marketing	♥ Wahlmodul 1
	Prüfung & Credits	PjP 6 ECTS	FS 6 ECTS	EA 6 ECTS	OT 6 ECTS
03	♥ Wahlmodul 2	Master-Thesis			
	Prüfung & Credits	DIV 6 ECTS	Thesis und Kolloquium 24 ECTS		

Die Hochschule behält sich Änderungen vor.

Legende

♥ Wahlmodul: Erweiterung des Wissens	FS: Fallstudie	OT: Online-Test	RS: Rollenspiel
★ Spezialisierung: Vertiefung des Wissens	GP: Gesprächsprotokoll	PE: Programmwurf	Sim: Simulation
✘ Verpflichtende Intensivtage	HA: Hausarbeit	PfP: Portfolioprüfung	RB: Reflektionsbericht
BL: Blog-Prüfung	KL: Klausur	PR: Präsentation	WP: Wissenschaftliches Poster
DIV: Verschiedene Prüfungen	Lab: Laborprüfung	PW: Praxisnahes Werk	
EA: Einsendeaufgaben	LT: Lerntagebuch	PxP: Praxisprüfung	
EP: Einsendepräsentation	Mü: Mündliche Prüfung	PjP: Projektprüfung	

Wahlmodule

Erweitern Sie Ihre Perspektive

Wahlmodul	Prüfung
Cyber Security im Internet of Things	HA
Design Thinking & Innovation	EP
Digital Design & Interaction Experience	EA
Digital Media Management	FS
Digitale Prozesse	EA
Digitales Marketing & Social Media	HA
Entrepreneurship in digitalen Zeiten	PR
E-Procurement	HA
Influencer Management	PfP
Machine Learning – Neuronale Netze und Deep Learning	HA
Medienwirkungsforschung und Medienarbeit	KL
Produktmanagement	FS
Spezifische Herausforderungen im Digital Sales & Marketing	EA
Strategic Management (dt. oder engl.)	HA

Sie setzen persönliche Schwerpunkte und entwickeln Ihr spezifisches Kompetenzprofil. Dazu wählen Sie in Ihren Studium zwei Module aus dem Wahlbereich.

Wussten Sie schon, ...

dass Sie das Modulhandbuch mit Details zu den Studieninhalten bei Ihrer persönlichen Studierendenbetreuung anfordern können?

Bitte sprechen Sie uns an oder schreiben Sie uns! Wir sind für Sie da.

Sie haben die Wahl.

Je nach Vorqualifikation und bereits erworbener ECTS stehen Ihnen drei Studienvarianten mit 60, 90 oder 120 ECTS zur Auswahl.

Weitere Infos finden Sie auf unserer Webseite!



Jedes Wahlmodul umfasst 6 ECTS.

Medien- und Kommunikationsmanagement (M.A.)



Melisa Zor

Ihre Studierendenbetreuung

+49 7371 9315-307

melisa.zor@

mobile-university.de



Prof. Dr. Angela Bittner-Fessler

Ihre Studiengangsleitung

angela.bittner-fessler@

mobile-university.de

Ihre Motivation

Sie wollen Ihr fachliches Profil in Medien- und Kommunikationsmanagement ausbauen und vertiefen.

Mit Ihrem Bachelorabschluss – z. B. im Management, Sozialwissenschaften, Kommunikationswissenschaften oder Publizistik – haben Sie bereits die Basis für Ihren Weg in einer der dynamischsten Branchen überhaupt geschaffen. Ihr Ziel ist es, sich mit einem Master in Medien- und Kommunikationsmanagement Ihr individuelles Kompetenzprofil zu gestalten und sich auf ein Berufsbild zu spezialisieren.

Ihre Perspektive

Ihr individueller Weg zu Medienkompetenz in Unternehmen, NGOs und anderen Organisationen

Mit Ihrer Medien- und Kommunikationsexpertise können Sie in einem agilen und hochkomplexen Arbeitsumfeld an der Schnittstelle zwischen Kommunikation, Management, Medien und Design arbeiten. Dafür benötigen Sie moderne Inhalte und Kompetenzen, um die spezifischen Aufgaben in Ihrer Wirtschaftsbranche, in Unternehmen mit eigenen Themen, bei Medienformaten und Kanälen erfolgreich zu managen. Mit diesem Studiengang erwerben Sie Fachwissen und Praxiskompetenzen. Dies eröffnet Ihnen berufliche Aufstiegschancen in allen Bereichen, in denen Medien, Kommunikation, Management und Marketing in Wirtschaft und Gesellschaft zusammentreffen. Mit Ihren Voraussetzungen und Qualifikationen sind Sie als kommunikationsbezogene Führungskraft in Organisationen und Unternehmen gefragt. Das hochflexible Curriculum ermöglicht Ihnen Ihre ganz persönliche Spezialisierung auf Basis eines breiten Spektrums an beruflichem Wissen und Können sowie an beruflichen Methoden.

Studieninhalte & Kompetenzen

Konfigurieren Sie Ihr eigenes Kompetenzprofil für Ihre Karriere in Medien, Marketing und Public Relations.

Sie kennen Ihr Ziel? Aus über 40 Wahlmodulen in den Bereichen Analoge und Digitale Medien, Nachhaltigkeitskommunikation, Corporate Communications, Marketing und Markenmanagement, Social Media oder Content Management können Sie sich Ihr individuelles Kompetenzprofil gestalten. Ihre Wahlmodule können Sie selbst bestimmen und im Laufe Ihres Studiums strukturieren – ganz im Sinne der sich permanent wandelnden Medien- und Informationsgesellschaft.

Sie erlernen Managementfähigkeiten in Medien und Kommunikation, verbinden diese mit Kreativität und Gestaltung und vertiefen Ihr Wissen zur Entwicklung in der digitalen und analogen Welt der Medien und der Kommunikation.

Die komplette Auflistung der Wahlmodule finden Sie bei unseren Kompetenzprofilen.

Erweitern Sie während Ihres Studiums Ihre Kenntnisse über digitale Medien und wenden Sie Erlerntes u. a. in einem Studiengangs-Blog und anderen Social-Media-Kanälen an. Ihre Praxisprojekte wie Videos, Blogs, Online-Auftritte, aber auch klassische Eventorganisation und Flyergestaltung können Sie als Prüfungsleistung ablegen.

Auf einen Blick

Abschluss

Master of Arts (M.A.)

Credit-Points

90 ECTS

Regelstudienzeit

3 Fachsemester

Studiengebühren

- Flex 1 | € 729 p. M.
€ 13.122 gesamt
- Flex 2 | € 579 p. M.
€ 14.475 gesamt

Akkreditierung und Zulassung

Akkreditiert und nach FernUSG zugelassen durch ZFU (Nr. 1125221)

Zulassungsvoraussetzungen

- Abgeschlossenes Hochschulstudium oder ein gleichgestellter Abschluss (mind. 180 ECTS)
- Wirtschaftswissenschaftliches oder kommunikationswissenschaftliches Grundverständnis
- Mindestens einjährige Praxis- und Berufserfahrung
- Ggf. Motivationsgespräch

Ihr modulares Studium

Damit sich Ihr Studium optimal an Ihr Leben anpasst, haben Sie bei der Gestaltung Ihres Studienablaufs die volle Flexibilität: Legen Sie fest, wie Ihr individueller Studienplan aussieht und entscheiden Sie, wie Sie Ihre Module belegen. Wählen Sie mindestens drei Module aus einem Kompetenzprofil aus. So vertiefen Sie nicht nur Ihre fachliche Expertise, sondern erhalten auch einen Nachweis über das absolvierte Kompetenzprofil.

Semester

01	Einführung in das Medien- und Kommunikationsmanagement	Empirische Sozialforschung	Digital Media Management	♥ Wahlmodul 1	♥ Wahlmodul 2
	Prüfung & Credits	PR 6 ECTS	OT 6 ECTS	FS 6 ECTS	DIV 6 ECTS
02	Datenanalyse	Medienwirkungsforschung und Medienarbeit	♥ Wahlmodul 3	♥ Wahlmodul 4	♥ Wahlmodul 5
	Prüfung & Credits	PjP 6 ECTS	KL 6 ECTS	DIV 6 ECTS	DIV 6 ECTS
03	Praxisprojekt	Master-Thesis			
	Prüfung & Credits	PjP o. PW 6 ECTS	Thesis und Kolloquium 24 ECTS		

Die Hochschule behält sich Änderungen vor.

Legende

♥ Wahlmodul: Erweiterung des Wissens
 ★ Spezialisierung: Vertiefung des Wissens
 ✕ Verpflichtende Intensivtage
BL: Blog-Prüfung
DIV: Verschiedene Prüfungen
EA: Einsendeaufgaben
EP: Einsendepräsentation
FS: Fallstudie

GP: Gesprächsprotokoll
HA: Hausarbeit
KL: Klausur
Lab: Laborprüfung
LT: Lerntagebuch
Mü: Mündliche Prüfung
OT: Online-Test
PfP: Portfolioprüfung

PR: Präsentation
PW: Praxisnahes Werk
PxP: Praxisprüfung
PjP: Projektprüfung
RB: Reflektionsbericht
RS: Rollenspiel
Sim: Simulation
WP: Wissenschaftliches Poster

Management in PR & Media Consulting

Wahlmodul	Prüfung
Journalistik: Theorie, Strukturen, Akteure und Entwicklung des Journalismus	PfP
Live Communication	PxP
Marketing und Markenmanagement	FS
Marketing-Mix	HA
Öffentlichkeit und Politische Kommunikation	PR
Public Relations: Möglichkeiten und Perspektiven	PfP
Risiko- und Krisenkommunikation	Sim

Social Media Management & Digital Media Planning

Wahlmodul	Prüfung
Audiovisuelle Kommunikation	HA
Crossmediale Produktion und Mediengestaltung	HA
Influencer Management	PfP
Markt- und Werbepsychologie	HA
Medienplanung	HA
Medien- und Kommunikationspsychologie	PR
Neuromarketing	KL

Jedes Wahlmodul umfasst 6 ECTS.

Kompetenzprofile

Erweitern Sie Ihre Perspektive

Sie haben die Wahl: Entscheiden Sie sich für eines unserer sieben Kompetenzprofile und werden Sie Communications Manager:in, PR Manager:in & Media Consultant, Content Manager:in, HR and Internal Communications Manager:in oder Digital Communications Manager:in, managen Sie die Nachhaltigkeitskommunikation oder die sozialen Medien.

Sie möchten sich stattdessen ein individuelles Profil schaffen? Dann können Sie dieses aus den vorhandenen Modulen erstellen, wie es Ihre Branche oder Ihr eigener Karriereweg benötigt. Je nach Mastermodell wählen Sie drei, fünf oder neun Wahlmodule für Ihre Spezialisierung.

Wussten Sie schon, ...

dass Sie das Modulhandbuch mit Details zu den Studieninhalten bei Ihrer persönlichen Studierendenbetreuung anfordern können? Bitte sprechen Sie uns an oder schreiben Sie uns! Wir sind für Sie da.

Bitte umblättern! Weitere Profile finden Sie auf der folgenden Seite.

Content Management

Wahlmodul	Prüfung
Design Theory, Scientific Design Concepts & Design Science	HA
User Experience Design – Principles & Methods	EA
Speaker: Redner und Referent	Sim
Journalistisches Texten & Corporate Media	EA
Glaubwürdige Unternehmenskommunikation	FS
Content Management	WP
Data Science – Praxisanwendungen	EA

HR & Internal Communication Management

Wahlmodul	Prüfung
Corporate Communication	PR
Culture & Ethics (engl.)	HA
Employer Branding Management	PR
Organisationsentwicklung & New Work	HA
Organisationspsychologie	KL
Personalpsychologie	HA
Personal und Organisation	EA

Nachhaltigkeitskommunikation

Wahlmodul	Prüfung
Grundlagen des Sustainability Managements	HA
Ecological Sustainability	PR
Economic Sustainability	HA
Social Sustainability	HA
CSR und Nachhaltigkeitsmanagement	HA
Nachhaltigkeitskommunikation	PR
Ziele und Standards im Sustainability Management	KL o. Mü

Digital Communication Management

Wahlmodul	Prüfung
Artificial Intelligence	FS
Business Intelligence & Analytics	HA
Cyber Security im Internet of Things	HA
Digital Leadership & Transformation	HA o. Mü
Digitales Marketing & Social Media	HA
Digitale Psychologie	HA
Design Thinking & Innovation	EP

Management in der Medien- und Kommunikationswirtschaft

Wahlmodul	Prüfung
Akquise und Verhandlungsführung	PR
Deutsches und internationales Mediensystem	LT
Digitale Strategien und Geschäftsmodelle	KL
Gesunde Führung und Mitarbeitendenmotivation	FS
Managementlehre	EA
Medienrecht	EA
Wirtschaftsethik und Stakeholdermanagement	EA

Sie haben die Wahl.

Je nach Vorqualifikation und bereits erworbener ECTS stehen Ihnen drei Studienvarianten mit 60, 90 oder 120 ECTS zur Auswahl. Weitere Infos finden Sie auf unserer Webseite!



Jedes Wahlmodul umfasst 6 ECTS.

» Die Inhalte des Studiengangs haben mich von Anfang an überzeugt. «

**Carolin Habets,
Studentin Medien- und
Kommunikationsmanagement (M.A.)**



Weiterbildung und Zertifikate

Weiterbildung auf akademischem Niveau

Sie möchten sich in der Themenwelt Kommunikation akademisch weiterbilden, um Ihr berufliches Wissen aufzufrischen, zu vertiefen und auf dem Laufenden zu bleiben? Sie haben bereits studiert oder erfüllen die Voraussetzungen zu einem Hochschulstudium (noch) nicht? Nutzen Sie unser akademisches Weiterbildungsangebot und starten Sie sofort.

Corporate Brand Management

Sie lernen die beyond Methode von Martin et Karczinski in der Theorie kennen und in der Praxis anzuwenden. Im Mittelpunkt steht das Management der Wirkungsdimensionen Inhalt, Form und Haltung auf Basis der Werte. Sie erhalten Einblicke in prominente Cases wie Lufthansa, Occhio und SRH – von renommierten Markenmacher:innen und aus erster Hand. So gewinnen Sie faszinierende Insights und Learnings für Ihre Markenarbeit.

Entdecken Sie die ganze Welt unserer Zertifikate.

Die SRH Fernhochschule bietet insgesamt über 140 Zertifikate. Lassen Sie sich inspirieren und profitieren Sie auch von unseren Kooperationsangeboten – unter anderem mit der Spiegel Akademie, den Duden Instituten für Lerntherapie oder Springer.



Ihr Traum. Ihre Zukunft.

Was bringt mich persönlich heute weiter, damit ich morgen erfolgreich sein kann?
Diese Fragen beschäftigen Sie, wenn Sie ein Fernstudium planen. Wir unterstützen Sie von Anfang an dabei, Ihre Antworten zu finden.

83
Professor:innen und
Fachdozent:innen



189
Mitarbeitende

180
Lehrbeauftragte

Ihre persönliche SRH Fernhochschule – The Mobile University

Seit über 25 Jahren setzen wir uns dafür ein, dass unsere Studierenden genau das erreichen, was sie sich vorgenommen haben. Dazu schaffen wir täglich die besten Voraussetzungen für eine gelungene Symbiose zwischen Leben, Arbeiten und Lernen. Unsere Mitarbeitenden, Professor:innen und Fachdozent:innen sowie Lehrbeauftragten begleiten jedes Jahr rund 12.000 Menschen auf ihrem individuellen Bildungsweg. Dabei sehen wir uns nicht alleine als Kompetenzvermittler, sondern auch als persönliche Mentor:innen, Coaches und Motivator:innen.

Mit 74 staatlich anerkannten Bachelor- und Master-Studiengängen sowie über 140 Hochschulzertifikaten haben wir schon heute eine Antwort auf das, was morgen gefragt ist – und vor allem darauf, was zukünftig wirklich gebraucht wird. Als Qualitätsführer im Bereich Fernstudium und Teil der SRH – ein Stiftungsunternehmen mit wegweisenden Angeboten in den Bereichen Bildung und Gesundheit – sind wir von den Anforderungen des Kapitalmarktes oder privaten Anlegern unabhängig. Unsere Gewinne investieren wir in nachhaltige Lösungen, um das Leben von Menschen zu verbessern.

Mobiles Studieren für eine mobile Welt

Wie lernen wir heute, was es morgen braucht? Wir sind davon überzeugt: Wenn die Zukunft in Bewegung ist, kann die Vorbereitung dafür nicht aus starren Lern- und Studienangeboten bestehen. Bei uns studieren Sie mit einem modernen Online-Campus stets flexibel und individuell – parallel zu Beruf, Ausbildung, Familie oder Leistungssport.

Unsere Mission

- Qualität ist bei uns in allen Bereichen sichtbar.
- Innovation ist für uns Standard.
- Hohe Flexibilität kennzeichnet unser Leistungsspektrum.
- Wir sind nahe bei unseren Studierenden.
- Eine teamorientierte Unternehmenskultur zeichnet uns aus.
- CORE ist unser didaktisches Konzept.
- Wir wirtschaften nachhaltig.

Qualität, die Ihr Fernstudium auszeichnet

Wir stehen für Qualität im Fernstudium – und das seit mehr als 25 Jahren. Unsere Studiengangkonzepte sind durchdacht und professionell konzipiert, immer am Puls der Zeit. Dabei ist jeder Studiengang akkreditiert und unsere Hochschule unbefristet staatlich anerkannt. Wir sind „Exzellenter Anbieter“ und unsere Studierenden haben uns zum sechsten Mal in Folge zur „Beliebtesten Fernhochschule“ Deutschlands gewählt. Das zeigt: Wir sind auf dem richtigen Weg! Auch international: Das belegen 5 von 5 Sternen in der Kategorie „Online Learning“ im international renommierten QS Stars Ranking.



Klimaneutrale Hochschule

Die SRH Fernhochschule – The Mobile University ist klimaneutral. Damit übernimmt sie im Rahmen ihrer Nachhaltigkeitsstrategie Verantwortung und leistet einen gesellschaftlichen Beitrag zur Umsetzung der Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen sowie der Ziele des Pariser Klimaabkommens.

Die SRH Fernhochschule zählt zu den wenigen klimaneutralen Hochschulen in Deutschland.



» Eine starke, in der Zielgruppe bekannte Marke ist Voraussetzung für Erfolg. Das gilt heute immer mehr für Menschen, die das Gesicht einer Marke, einer Dienstleistung oder eines Produkts sind. Wer als Expert:in wahrgenommen oder sich mit bestimmten Themen positionieren will, der braucht ein klares und vor allem authentisches Profil. Reputationsmanagement ist wesentlicher Bestandteil einer Personal-Branding-Strategie, die Menschen zum angesehenen Thought Leader ihrer Branche macht. «

Prof. Dr. Thomas Bippes, Professor für Medien- und Kommunikationsmanagement



**Sie haben Fragen?
Wir sind für Sie da.
Rufen Sie uns an oder
schreiben Sie uns.
+49 7371 9315-0
info@mobile-university.de
www.mobile-university.de**