



# B.A. MUSIK- UND EVENTMANAGEMENT

## »MEDIENMANAGER/-INNEN LENKEN KREATIVE IDEEN IN WIRTSCHAFTLICH LOHNENDE BAHNEN.«

Prof. Matthias Welker, Fachbereichsleiter Medien und Kommunikation



### MEHR ALS „IRGENDWAS MIT MEDIEN“

Das Studium Medienmanagement an der hdpk befähigt Sie, flexibel entlang der Wertschöpfungskette eines Medienunternehmens zu agieren und zu steuern. Als Musik- und Eventmanager lernen Sie, musikalische Projekte und Live-Erlebnisse aller Art zu organisieren und zu vermarkten. Als Moderatoren zwischen Veranstaltern, Agenturen, Künstlern, Dienstleistern und Publikum sind Sie der operative Klebstoff. Das erfordert ein hohes Maß an Vermittlungskompetenz, strategischem, kommunikativem und betriebswirtschaftlichem Know-How, gepaart mit kreativen Qualitäten.

Das praxisorientierte Studium vermittelt Ihnen nicht nur juristisches und methodisches Handwerkszeug, um Veranstaltungen und Musikproduktionen punktgenau und rechtekonform zu realisieren. Sie üben sich darüber hinaus im Imageaufbau und Management von realen Künstlern, starten u.a. ein Musiklabel und sammeln Erfahrungen bei der Online-Musikvermarktung. Wahlfächer u.a. in den Bereichen Interkulturelles Management, Medienethik, Gründungsberatung, Medienpsychologie, Storytelling und Kreative PR in Netzwerken schärfen Ihr Persönlichkeitsprofil und machen Sie universell fit für den Karrierestart im Entertainmentsektor.

### SCHWERPUNKTE

Medienmanagement & -produktion	████████████████████
Medienwirtschaft	██████████████
Kommunikationswissenschaft	██████████████
Crossmedia	██████████
Journalistische Praxis	██████████
Medieninformatik	██████
Medienrecht/ -ethik	██████
Persönlichkeit	████
Kultur- und Mediengeschichte/ kreative Bildung	██████████

### BERUFSBILDER

- Positionen bei:
- Radio und TV
  - Mediaplanungsagenturen
  - Verlagen
  - Online- und Mobileanbietern
  - Veranstaltern
  - PR- und Kommunikationsagenturen
  - Kommunikationsabteilungen von Unternehmen
  - Messe und Tourismusunternehmen
  - Eventagenturen



# B.A. MUSIK- UND EVENTMANAGEMENT

© SRH Hochschulen Berlin, Fotos: Monique Kusel & Laura Palm • Design: sandtranaurnam.com

## ZIELE DES STUDIUMS

Eventmanager planen Konzerte, Festivals, Messen, Konferenzen, Markenevents und andere Veranstaltungen. Damit tragen sie entscheidend zur öffentlichen Wahrnehmung von Künstlern, Marken und Produkten bei. Neben klassischen Marketinginstrumenten kommen hier Inszenierungstechniken aus der Bühnenunterhaltung und Erkenntnisse der Medienpsychologie zum Einsatz. Konzert- und Festivalveranstalter, Eventagenturen, Kultureinrichtungen, aber auch Tourismusunternehmen und Marketingabteilungen von großen Unternehmen bieten vielfältige Arbeitsplätze für Musik- und Eventmanager.

## STUDIENVERLAUFSPLAN (gemäß CORE-Prinzip)

SEMESTER	BLOCK I Woche 01-05	BLOCK II Woche 06-10	BLOCK III Woche 11-15	BLOCK IV Woche 16-18
1. Semester Einführung Kommunikations- & Medienmanagement	Kommunikations- & Medienmanagement I	Kommunikations- & Medienmanagement II	Kommunikations- & Medienmanagement III	Praxisprojekt I: Presentation Techniques
	Theorie-Praxistransfer: Projektorganisation			
	Business English / English for Media			
2. Semester Öffentlichkeit und Märkte	Medienmärkte & Medienpolitik	Öffentlichkeit & Kommunikationskanäle	Marktanalyse & Geschäftsmodelle	Praxisprojekt II: Gestaltungslehre, Performance, Interaktionsdesign
	Theorie-Praxistransfer: Musikproduktion / AV-Produktion			
	Journalismus: Textarbeit mit wissenschaftlichen & fiktionalen Texten, Recherche & Redaktion			
3. Semester Medienpraxis & Unternehmensentwicklung	Aktionsfelder, Problemstellungen, Instrumente	Organisations- & Aktionsmodelle	Wahlmodul 1: Journalismus, Mediengeschichte, Medieninformatik & Multimediarecht	Praxisprojekt III: Studiengangübergreifende Workshops
	Theorie-Praxistransfer: Medienpraxis nach Studienrichtung: Eventplanung & Organisation/Redaktion und Agentur/ Social Media Management			
	Medienpsychologie: Rezeptionserleben und –verhalten, Medienwirkung, Mensch-Computer			
4. Semester Kommunikationspraxis & Kontrolle	Kommunikation mit Kapitalgebern & interne Steuerung	Financial Accounting and Controlling	Wahlmodul 2: Künstlerische & Persönlichkeitswahlfächer	Praxisprojekt IV: Studiengangübergreifende Workshops
	Theorie-Praxistransfer: Medienpraxis nach Studienrichtung: Eventkommunikation / Lehedaktion / Online Reputation und Monitoring			
	Spezielles Medienrecht: Veranstaltungsrecht, Presserecht			
5. Semester	Erweitertes Praxissemester / Studiensemester im Ausland			
6. Semester Führung und Persönlichkeit	Kommunikation im Konflikt und PR	Unternehmen, Musik, Digital	Wahlmodul 3: Studiengangübergreifende Workshops	Praxisprojekt V: Präsentation Organisations- & Führungskonzepte
	Theorie-Praxistransfer: Unternehmensführung			
	Abschlussvorbereitung, Betreuung wissenschaftliches Arbeitens & nach Studienrichtung			
7. Semester Bachelor Abschluss	Wahlmodul 4: Soziale Medien & PR		Wahlmodul 5: Gründungs- & Berufsberatung	
	Bachelorprojekt, Kolloquium			Präsentation / Studienabschluss
	Bachelor Thesis			

## AUF EINEN BLICK

ABSCHLUSS	Bachelor of Arts
STUDIENDAUER	7 Semester
CREDIT POINTS	210
PRAKTIKUM	im 5. Semester
STUDIENORT	Berlin

## ZUGANGSPRÜFUNG

Feststellung der Eignung durch studiengangspezifische (Haus-) Aufgabe und persönliches Gespräch

## BEGINN DES STUDIUMS

Sommersemester: 1. April  
Wintersemester: 1. Oktober

## BEWERBUNGSFRISTEN

Sommersemester: 15. Januar  
Wintersemester: 15. Juli  
Bewerbung für Reststudienplätze  
möglich bis zum Semesterstart

## KOSTEN

650,- €/Monat

## CORE

## STUDIERN MIT KOPF & HERZ -

Lebendig. Praxisnah. Im Team gestalten.

## KONTAKT

Berlin School of popular Arts  
(ehemals hdpk)  
Potsdamer Str. 188  
D-10783 Berlin

Sebastian Rabe  
+49 30 2332066-21  
studienberatung.hdpk@srh.de

## LINKS

- [www.hdpk.de](http://www.hdpk.de)
- [spam-music.de](http://spam-music.de)
- [horst.fm](http://horst.fm)

## ANSPRECHPARTNER



Prof. Matthias Welker  
Fachbereichsleiter



Sebastian Rabe  
Studienberatung

## BEWERBUNGEN

Für die Zulassung zum Studium setzen wir die allgemeine Hochschulreife oder Fachhochschulreife voraus.

Außerdem müssen Sie innerhalb des Bewerbungsverfahrens eine textliche Hausaufgabe bearbeiten und im Rahmen eines persönlichen Gesprächs Ihre fachliche Eignung nachweisen.



Hochschule  
der populären Künste  
School of Popular Arts