

**Business Management**  
mit der Vertiefungsrichtung

# **Corporate Communication (MBA)**

Berufsbegleitendes Masterstudium  
Überblick & Modulkurzbeschreibung



## Inhalt

Überblick .....	3
Studienkonzept & Zielgruppe .....	3
Studienstruktur im Masterstudium .....	4
Lernsetting .....	5
Abschluss und Akkreditierung .....	5
Voraussetzungen .....	6
Gebühren .....	6
Einstieg über Weiterbildungen im Kontaktstudium .....	6
Bewerbung und Fristen .....	6
Pflichtmodule im Kerncurriculum .....	7
Leadership .....	7
Strategic Management .....	7
Ethics and Law .....	7
Accounting / Controlling .....	8
Finance .....	8
Wissenschaftliches Arbeiten .....	8
Master Thesis und Thesis Coaching .....	8
Vertiefungsmodule Corporate Communication .....	9
Corporate Communication .....	9
Strategisches Kommunikationsmanagement & Evaluation .....	9
Content Portfolio .....	9
Storytelling und Narratives Management .....	10
Investor Relations (Kapitalmarktkommunikation) .....	10
Krisenkommunikation .....	10
Übergreifender Wahlbereich .....	11
Wahlmodule aus der Vertiefung Digital Innovation .....	11
Vertiefungsmodule aus der Vertiefung International Business .....	11
Current Topics and Trends .....	11
Verhandlungsmanagement .....	11
Digitale Barrierefreiheit .....	11
Usability and User Experience .....	11
Kontakt und Beratung .....	12

## Überblick

Die Kommunikation von, über und in Organisationen ist eine der zentralen Stellschrauben für Unternehmen im Wettbewerb um Kunden, Mitarbeitende und Stakeholder. Dabei trägt nicht nur die Marketing- und Kommunikationsabteilung zum Erfolg bei. Auch für jede Führungskraft ist Kommunikation eine zentrale Führungsqualität. Die Erfolgsfaktoren der Zukunft eines jeden Unternehmens sind innovatives Management und professionelle Kommunikation jedes Einzelnen.

Im berufsbegleitenden Master Business Management / Vertiefung Corporate Communication (MBA) bauen Sie dieses Know How und Ihre Kommunikations- und Leadership-Skills aus. Sie profitieren dabei von einer ganzheitlichen Management-Ausbildung mit fachlicher Spezialisierung in der Unternehmenskommunikation. Parallel zu Ihrer Berufstätigkeit qualifizieren wir Sie damit für leitende Aufgaben in der Internen Kommunikation, Unternehmenskommunikation und Public Relations oder für kommunikationsorientierte weitere Führungspositionen!

## Studienkonzept & Zielgruppe

Das Curriculum des fünfsemestrigen Studiums ist interdisziplinär gestaltet: Managementbasierte Pflichtmodule sind kombiniert mit kommunikationsorientierten Vertiefungsmodulen, die Sie individuell zur Schärfung Ihres Profils wählen. Das Blended-Learning-Konzept mit online-gestützten Selbstlern- und Projektarbeitsphasen sowie kompakten Präsenztagen ist dabei optimal auf Ihre Bedürfnisse als Berufstätige abgestimmt. Eine hohe Anwendungsorientierung mit akademischer Fundierung, die Einbindung Ihrer beruflichen Erfahrungen und der direkte Praxistransfer zeichnen unser Studienkonzept aus. In allen Phasen des Studiums werden Sie zudem von den erfahrenen FachexpertInnen und dem Weiterbildungsteam begleitet!

### Das Master-Studium richtet sich insbesondere an

- Professionals, die bereits im Bereich Kommunikation arbeiten oder in diesen Bereich wechseln möchten, um zukünftig anspruchsvolle (Führungs-)Aufgaben im Bereich Strategisches Kommunikationsmanagement, Interne Kommunikation oder Public Relations zu übernehmen.
- Erfahrene Fach- und Führungskräfte, die ihre betriebswirtschaftlichen und/oder kommunikativen Kompetenzen ausbauen möchten.

Sie erwerben im **berufsbegleitenden Master Business Management mit der Vertiefungsrichtung Corporate Communication (MBA)** das folgende Kompetenzportfolio:

- Sie vertiefen betriebswirtschaftlich-strategische Inhalte und lernen innovative Managementinstrumente und Führungsmethoden kennen.
- Darüber hinaus zielt das Studium auf die Reflexion Ihrer Rolle als Führungskraft.
- Sie spezialisieren sich auf kommunikative Funktionen und können Chancen und Risiken der internen und externen Unternehmenskommunikation kompetent beurteilen sowie deren Instrumente zielgerichtet einsetzen.
- Strategisch gesteuerte Kommunikationsaktivitäten, die den Unternehmenserfolg stützen und zur Wertschöpfung beitragen, werden Ihnen ebenso vertraut wie deren Umsetzung in Content und die Messinstrumente der Erfolgskontrolle.
- Sie können zielgruppengerecht durch Verzahnung von Online- und Offlinemaßnahmen kommunizieren und Image und Reputation einer Organisation nachhaltig formen.

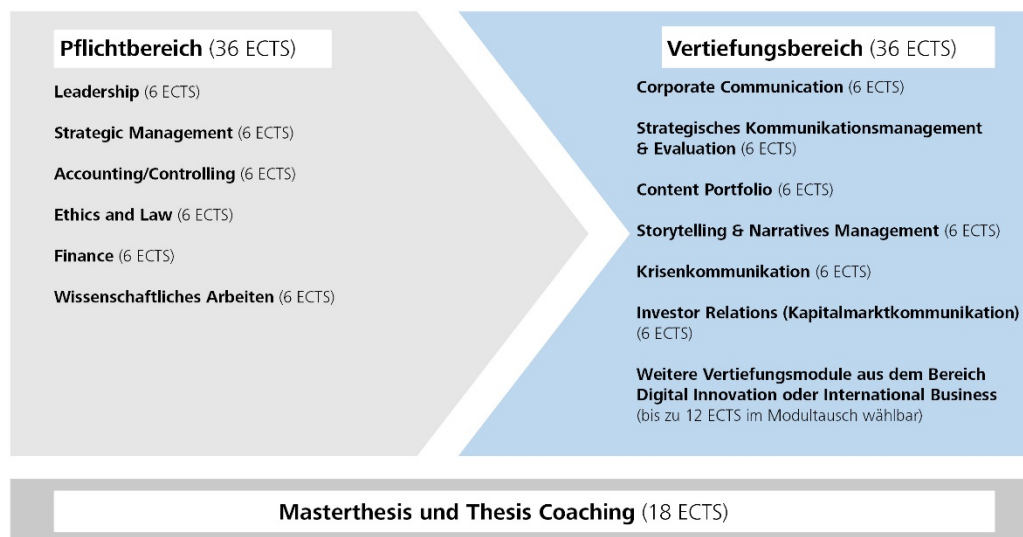
## Studienstruktur im Masterstudium

Das Studium umfasst den Auf- und Ausbau von Management-Fähigkeiten und strategisch-kommunikativer Kompetenzen, die Anwendung dieser in der operativen Umsetzung und Erfolgsmessung sowie die Erprobung von Kommunikationsaufgaben in speziellen Führungsrollen und Themengebieten.

Das Studium setzt sich aus 12 Modulen sowie der Masterarbeit zusammen (90 ECTS):

- Sechs Pflichtmodule zu Kernbereichen des Managements und der Unternehmensführung.
- Sechs Vertiefungsmodule zu fachlich-kommunikationsorientierten Themen der Corporate Communication (Vertiefungsmodule im Wahlbereich\*)
- Masterthesis inkl. Thesis Coaching

### Modulübersicht des Masters Business Management Vertiefung Corporate Communication (MBA)



Die Regelstudienzeit beträgt 5 Semester. In den Semestern 1 bis 4 belegen Sie jeweils drei Module als Kombination aus Pflicht- und Vertiefungsmodulen (18 ECTS). Im 5. Semester schließen Sie das Studium mit der Masterarbeit inkl. Thesis Coaching ab.

Während des Studiums bestehen dabei Möglichkeiten der Flexibilisierung:

- **Fachliche Profilschärfung:** Die Belegung der Vertiefungsmodule aus dem Wahlbereich kann jedes Semester individuell auf Basis des aktuellen Modulangebots erfolgen. Das fachliche Modulangebot wird dabei kontinuierlich erweitert. Über kommunikationsbezogene Themen hinaus haben Sie auch die Möglichkeit, bis zu zwei Vertiefungsmodule aus dem aktuellen Modulangebot z.B. anderer Vertiefungsrichtungen des MBA Business Management oder dem Übergreifenden Wahlbereich zu belegen.
- **Studienorganisation:** Auch besteht in begründeten Fällen die Möglichkeit, das Studium zeitlich zu flexibilisieren (Urlaubssemester)

## Lernsetting

Das Masterprogramm wird als **Blended-Learning-Studium mit einem Mix aus wenigen Präsenzveranstaltungen sowie onlinebasierten Selbstlern- und Projektarbeitsphasen** angeboten. In den ersten vier Semestern finden pro Semester drei Module mit einer Laufzeit von je 10-12 Wochen statt. Während des Semesters ist insgesamt mit einem Arbeitsaufwand von bis zu ca. 15 Stunden pro Woche zu rechnen. Inbegriffen sind hier pro Semester insgesamt ca. 10 Tage Präsenzveranstaltungen (ganztäglich Freitag und Samstag). Die Prüfungs- und Unterrichtssprache ist Deutsch.

- **Live-/Präsenzveranstaltungen:** In jedem Modul sind die ganz täglichen Tage (2-3 pro Modul) i.d.R. zu Beginn oder während des Moduls eingeplant. Veranstaltungsort ist der Campus der HdM in Stuttgart-Vaihingen oder virtuell über Konferenztools. Ihre Dozierenden begleiten Sie durch diese Tage. Die Sessions werden für Inputeinheiten und die Reflexion und den Transfer auf berufsrelevante Anwendungsszenarien genutzt.
- **Online-gestützte Selbstlern- und Projektarbeitsphase (E-Learning):** Diese findet vor, zwischen und nach den Präsenzphasen statt. Der Fokus liegt hier auf der eigenständigen Wissensvertiefung und -anwendung über Transferaufgaben oder wissenschaftlich fundierte Projekte auch aus dem beruflichen Kontext. Auf unserer Online-Plattform Moodle finden Sie dafür terminierte Meilensteine, die durch Materialien (u.a. Lernpakete, Literatur) sowie Online-Tools für kollaboratives Arbeiten ergänzt werden. Über die Plattform können Sie sich zu den Studieninhalten mit Ihren KommilitonInnen und den Dozierenden austauschen. Ihre Lernzeiten können Sie orientiert an den Meilensteinen individuell organisieren.
- **Prüfungen:** Jedes Modul schließt am Ende direkt mit der Prüfung ab. Im Masterstudium finden dabei keine Klausuren statt, Prüfungsleistungen werden in Form von wissenschaftlichen Projektarbeiten und schriftlichen Ausarbeitungen auf der Moodle-Lernplattform absolviert. In der Masterthesis können Sie praxisorientierte Themen auf akademisch-wissenschaftlichem Niveau bearbeiten.

Für die weitere Vertiefung Ihres Wissens haben Sie über unsere Lernplattform hinaus zudem während des gesamten Studiums Zugriff auf den physischen und digitalen Bestand der HdM Bibliothek und weiterer Partnerangebote.

## Abschluss und Akkreditierung

Der Masterstudiengang **Business Management mit der Vertiefungsrichtung Corporate Communication** ist ein akkreditierter Studiengang der staatlichen Hochschule der Medien Stuttgart. Sie erwerben im Masterstudium 90 ECTS-Punkte und den Abschluss "Master of Business Administration (MBA)" in der Vertiefungsrichtung „Corporate Communication“ des Studiengangs „Business Management“. Dies wird Ihnen auf dem Zeugnis der Hochschule der Medien Stuttgart ausgewiesen. Mit dem Abschluss verbunden ist die Berechtigung zur Promotion.

## Voraussetzungen

Mit den folgenden Voraussetzungen können Sie sich für den Master bewerben:

- erster Hochschulabschluss mit 210 ECTS\* (Bachelor, Diplom, Magister\*\*)
- eine mindestens einjährige einschlägige Berufserfahrung, die Sie nach Abschluss des ersten Hochschulstudiums erworben haben
- wenn Sie über mehrjährige Berufserfahrung mit Projekt- oder Managementverantwortung verfügen, weisen Sie diese in Ihrer Bewerbung aus.

\* Grundsätzlich ist die Aufnahme von Bewerbern in berufsbegleitende Masterstudiengänge auch dann möglich, wenn diese im Rahmen des ersten Studiums weniger als 210 ECTS erworben haben (Learning Agreement über zusätzliche ggf. kostenpflichtige Angleichungsleistungen).

\*\* Bitte beachten Sie die speziellen Anforderungen für internationale Schul- und Hochschulabschlüsse (Anerkennung).

Gerne beraten wir Sie zu Ihren Einstiegsmöglichkeiten!

## Gebühren

Für das Masterstudium erhebt die Hochschule gemäß der [Hochschulgebührensatzung](#) Studiengebühren in Höhe von 2.700 Euro pro Semester. Zusätzlich werden pro Semester [Semesterbeiträge](#) fällig. (Änderungen vorbehalten).

Für eine Förderung von beruflicher Weiterbildung gibt es verschiedene Möglichkeiten, die Sie individuell prüfen können (finanzielle Förderung oder Bildungsurlaub). Gerne beraten wir Sie hierzu.

## Einstieg über Weiterbildungen im Kontaktstudium

Sie können ausgewählte Module aus dem Masterstudiengang auch einzeln und unterjährig buchen und als Weiterbildung mit Hochschulzertifikat oder Teilnahmebestätigung abschließen. Sie sind in diesem Fall Weiterbildungsteilnehmende/r (ohne Immatrikulation), können jedoch die Prüfungsleistungen bei Vorliegen der Zulassungsvoraussetzung bereits ablegen und damit ein Zertifikat erwerben. Wenn Sie mittelfristig einen berufsbegleitenden Masterabschluss anstreben, können Sie sich auch später für das Masterstudium bewerben und nach Zulassung die Kontaktstudienmodule auch im Masterstudiengang anrechnen lassen.

Weitere Informationen zu den Konditionen und Terminen finden Sie auf unserer Website unter dem Stichwort „Kontaktstudium“ [hier](#).

## Bewerbung und Fristen

Für das **Masterstudium** können Sie sich in jedem Semester bewerben. Die Bewerbung erfolgt über das allgemeine Studienplatzbewerbungsverfahren der Hochschule. Für das Wintersemester endet die Bewerbungsfrist jeweils am 15. Juli; für das Sommersemester am 15. Januar. Weitere Informationen zum Bewerbungsverfahren finden Sie [hier](#).

Wenn Sie sich für **einzelne Module im Kontaktstudium** interessieren, können Sie diese unterjährig bis ca. vier Wochen vor Modulstart direkt über die Website des Weiterbildungszentrums buchen. Alle Informationen dazu finden Sie [hier](#).

## Pflichtmodule im Kerncurriculum

*Die nachfolgenden Kurzbeschreibungen geben einen Überblick über die Module zum aktuellen Zeitpunkt. Inhaltliche Weiterentwicklungen im Programm (Module, Modulinhalte) im Studienverlauf vonseiten der Hochschule bzw. einzelner Dozenten sind vorbehalten.*

### Leadership

Die Digitalisierung ist mit zahlreichen Veränderungen in Organisationen und der Arbeitswelt jedes Einzelnen verbunden. Dafür sind Führungskräfte als Treiber und Begleiter der Digitalisierung gefragt. Im Modul diskutieren Sie, welchen neuen Herausforderungen Sie bei der Führung in Zeiten der Digitalisierung begegnen und wie Sie Ihre Rolle ausfüllen können. Das Modul vermittelt dafür grundlegende Kompetenzen für (Nachwuchs-)Führungskräfte: Anhand von Fallstudien, Übungen und einem Planspiel lernen Sie aktuelle Führungskonzepte und Methoden praxisorientiert kennen und anwenden und erfahren, wie diese in die Organisation eingebettet werden können. Themen sind dabei u.a. Herausforderungen von Führung in Zeiten der Digitalisierung, Rolle als Führungskraft, Persönlichkeitsmodelle und Konzepte, Kommunikation und Gesprächsführung.

#### Lehrende/r:

- Prof. Dr. Tobias Seidl, Professor für Schlüssel- und Selbstkompetenzen, HdM Stuttgart
- Prof. Dr. Nils Högsdal, Professor für Corporate Finance und Entrepreneurship, HdM Stuttgart

### Strategic Management

Die Digitalisierung erfordert ein strategisches Management, bei dem Führungskräfte als Lotse und Treiber vorangehen. Ihre Aufgabe ist es, digitale Strategien zu entwickeln, Ziele zu definieren und die Umsetzung und den Weg in der digitalen Transformation anzuleiten. Sie erfahren, wie Sie strategische Analysen durchführen und darauf aufbauend, strategische Konzepte entwickeln sowie strategisch orientierte Handlungsempfehlungen für das Management ableiten. Sie kennen die Unterschiede und Wechselwirkungen zwischen strategischem und operativem Management und sind in der Lage, strategische Entscheidungen und ihre Auswirkungen auf den Geschäftserfolg zu beurteilen. Durch Fallstudien und Übungen werden die Besonderheiten im digitalen oder internationalen Kontext abstrahiert und vertiefend angewendet. Im Laufe des Moduls bis hin zur Prüfungsleistung setzen Sie das Wissen in eine eigene Strategie um.

#### Lehrende/r:

- Prof. Dr. Patrick Planing, Professor für Wirtschaftspsychologie, HfT Stuttgart

### Ethics and Law

Das Modul umfasst die wesentlichen Rechtsfragestellungen (Gesellschafts- und Vertragsrecht, IT-Recht, Compliance) sowie ethischen Perspektiven für Führungskräfte. Nach Modulabschluss verfügen Sie über fundiertes Wissen zu rechtlich relevanten Fragestellungen für die Unternehmensführung und können dieses anwenden. Weiterhin werden Sie für ethische Fragestellungen im Unternehmenskontext sensibilisiert und können Entscheidungen in einem unternehmerischen Umfeld treffen.

#### Lehrende/r:

- Prof. Dr. Nicolai Schädel, Professor für Wirtschaftsrecht, HdM Stuttgart
- Dipl.-Jurist (univ.) Mathias Fromberger, TU München

## Accounting / Controlling

Das Modul bereitet darauf vor, strategische und finanzielle Verantwortung für Unternehmen oder Projekte zu übernehmen. Sie erfahren, wie Sie Informationen des Rechnungswesens für die erfolgreiche Umsetzung Ihrer Strategie nutzen können. Dazu lernen Sie die strategischen Führungsinstrumente des Rechnungswesens und des wertorientierten Managements kennen und anwenden. In einer interaktiven dynamischen Fallstudie übernehmen Sie dann die Verantwortung für die Geschäftsführung eines erfolgreichen Scale-Ups im Bereich Elektromobilität und stellen sich dabei der Herausforderung, den Wandel der Produkte, die Digitalisierung aller Bereiche, die Weiterentwicklung des Geschäftsmodells und die erfolgreiche Kommunikation zu bewältigen.

### Lehrende/r:

- Prof. Dr. Nils Högsdal, Professor für Finance und Entrepreneurship, HdM Stuttgart
- Prof. Dr. Udo Mildenerger, Professor für Betriebswirtschaftslehre, HdM Stuttgart

## Finance

In einem Umfeld, das getrieben durch die Digitalisierung einem ständigen Wandel unterworfen ist, stellt die Analyse und Berechnung des Wertbeitrags von Innovationen und Projekten ebenso wie auf Organisationsebene die Bewertung von Startups und Unternehmen eine neue Herausforderung dar. Mit diesem Wissen können Sie zukünftig bei Investitionsentscheidungen auf Basis einer intensiven Analyse hinsichtlich Kosten, Wirtschaftlichkeit und Wertschöpfung zielgerichtet agieren.

### Lehrende/r:

- Prof. Dr. Nils Högsdal, Professor für Finance und Entrepreneurship, HdM Stuttgart

## Wissenschaftliches Arbeiten

Ziel des Moduls ist es, Ihnen einen Ein- und Überblick über Forschungsprozesse, das Forschungsdesign sowie qualitative und quantitative Forschungsmethoden zu geben. Damit werden Sie auch die Konzeption und das Verfassen von wissenschaftlichen Arbeiten, insbesondere der Masterarbeit, vorbereitet.

### Lehrende/r:

- Prof. Dr. Tobias Seidl, Professor für Schlüssel- und Selbstkompetenzen, HdM Stuttgart
- Prof. Dr. Patrick Planing, Professor für Wirtschaftspsychologie, HfT Stuttgart

## Master Thesis und Thesis Coaching

Die Studierenden zeigen, dass sie selbständig ein Fachproblem nach wissenschaftlichen Vorgehensweisen lösen können. Sie können sich eigenständig in die Materie einarbeiten, den Stand und die Ergebnisse in einer wissenschaftlichen Form aufbereiten und die Arbeitsfortschritte dokumentieren. Die Bearbeitung der Masterarbeit erfolgt innerhalb von sechs Monaten und kann (muss aber nicht) in Zusammenarbeit mit einem Unternehmen geschrieben werden.



## Vertiefungsmodule Corporate Communication

*Die nachfolgenden Modulbeschreibungen geben einen allgemeinen Überblick über die einzelnen Module zum aktuellen Zeitpunkt. Inhaltliche Weiterentwicklungen im Programm (Module, Modulinhalte) im Studienverlauf sind vorbehalten.*

### Corporate Communication

Unternehmen stehen immer stärker im Blickpunkt der Öffentlichkeit. Doch was bedeutet es, für Organisationen zu kommunizieren? Welche organisationalen Voraussetzungen müssen dafür geschaffen werden? Wie funktioniert das Zusammenspiel zwischen verschiedenen Kommunikationsdisziplinen wie Marketing, Branding/Markenführung, Public Relations, Interner Kommunikation, Kampagnen und Social Media? Wie geht man mit neuen Themen wie datengetriebener Kommunikation oder Storytelling um? Welche Kompetenzen benötigen Kommunikatoren, um Kommunikationsinstrumente angemessen beurteilen zu können. Das Modul Corporate Communication liefert die Rahmung und das Fundament für die Spezialisierung Corporate Communication im MBA-Programm. Im Zentrum des Moduls steht ein Überblick über das Feld Unternehmenskommunikation. Wir behandeln kommunikationswissenschaftliche Grundlagen und zeigen in praktischen Fallstudien die Bedeutung von Kommunikation in, von und über Organisationen und Unternehmen auf.

#### Lehrende/r:

- Prof. Dr. Swaran Sandhu, Professor für Unternehmenskommunikation mit Schwerpunkt Public Relations, HdM Stuttgart
- Prof. Dr. Katrin Hassenstein, Professorin für Public Relations und Kommunikationsmanagement, HdM Stuttgart

### Strategisches Kommunikationsmanagement & Evaluation

Unternehmen stehen immer stärker im Blickpunkt der Öffentlichkeit. Dabei ist eine strategische Kommunikation und deren Evaluation von zentraler Bedeutung. Das Modul behandelt das strategische Denken in der Unternehmenskommunikation. Sie werden in virtuellen Lernagenturen den kompletten strategischen Zyklus (Situations- und Stakeholderanalyse, Zieldefinition, Strategieentwicklung, Maßnahmenplanung und -implementation sowie Evaluation) durchlaufen, um die Wirkungsweise von strategischer Kommunikation an einem echten Beispiel zu lernen.

#### Lehrende/r:

- Prof. Dr. Swaran Sandhu, Professor für Unternehmenskommunikation mit Schwerpunkt Public Relations, HdM Stuttgart
- Prof. Dr. Katrin Hassenstein, Professorin für Public Relations und Kommunikationsmanagement, HdM Stuttgart

### Content Portfolio

Das Modul Content Portfolio vermittelt Grundlagen und Techniken, um zielgruppen- sowie medienspezifische Inhalte zu erstellen. Dabei durchlaufen wir den gesamten Prozess: von der Planung über die Produktion bis zur Evaluierung. In Schreibübungen lernen wir die Besonderheiten typischer Kommunikationsmittel sowie Zielmedien kennen. Dabei probieren wir Techniken und Tools aus, um das Schreiben zu professionalisieren und unsere Adressaten mit unseren Texten zu begeistern. Darüber hinaus beleuchten wir sozialpsychologische Modelle der Wirkungsforschung und lernen praktische Methoden kennen, um die Wirkung von Texten zu messen und die Textqualität zu

bewerten. Am Ende des Moduls liegt ein individuelles, crossmediales Content-Portfolio vor. Übergeordnetes Lernziel des Moduls ist es, einen Überblick über die crossmediale Content-Produktion im professionellen Kommunikationsumfeld zu gewinnen.

Lehrende/r:

- Prof. Dr. Judith Papadopoulos, Professorin für Crossmediale Kommunikation, HdM Stuttgart

## Storytelling und Narratives Management

Das Modul Storytelling und narratives Management vermittelt die Grundlagen von Storytelling und narrativen Ansätzen im Unternehmensbereich. Im Mittelpunkt steht natürlich das Erzählen von Geschichten in der externen und internen Kommunikation: Der Aufbau von Geschichten, Dramaturgien, das Finden von Stoffen und das Erzählen auf verschiedenen Plattformen und für unterschiedliche Zielgruppen. Darüber hinaus werden jedoch auch Methoden (z.B. Storylistening, Storydoing, etc.) vermittelt, mit deren Hilfe Veränderungs- und Strategieprozesse, Führung und Kooperation effektiver gestaltet werden können.

Lehrende/r:

- Prof. Dr. Michael Müller, Professor für Medienanalyse und Medienkonzeption, HdM Stuttgart

## Investor Relations (Kapitalmarktkommunikation)

Die Kapitalmarktkommunikation hat im Wirtschaftsleben große Relevanz und erfordert von Fach- und Führungskräften strategische Kompetenzen, um mit den Erwartungen des Kapitalmarkts an eine transparente Kommunikation angemessen umgehen und die Unternehmensführung entsprechend beraten zu können. Das Modul Investor Relations beschäftigt sich dazu u.a. mit strategischer IR-Kommunikation, den Akteuren und Zielgruppen sowie der operativen Umsetzung und Erfolgsmessung. Darüber hinaus beleuchtet es das regulatorische Umfeld und die Bedeutung von Investor Relations (IR) für das Unternehmen.

Lehrende/r:

- Prof. Christine Ritz, Professorin für Kommunikationsstrategie und -konzeption, HdM Stuttgart

## Krisenkommunikation

Übergeordnetes Lernziel des Moduls ist es, einen Überblick über den Bereich Krisenkommunikation zu erhalten. In diesem Modul verstehen Sie Ziele, Methoden sowie komplexe Wirkungszusammenhänge, um erfolgreiche Strategien zur Krisenbewältigung zu erarbeiten und mit geeigneten Instrumenten zu konzipieren. Sie sind in der Lage, theoretische Ansätze, Instrumente und Methoden der Krisenkommunikation aus gesellschaftlicher, kultureller, ökologischer und ökonomischer Perspektive kritisch zu reflektieren. Durch die eingesetzten Lehr- und Lernmethoden werden die Kommunikations- und Teamfähigkeiten sowie situationsangemessenes Handeln gefördert.

Lehrende/r:

- Prof. Dr. Katrin Hassenstein, Professorin für Public Relations und Kommunikationsmanagement, HdM Stuttgart

## Übergreifender Wahlbereich

*Auf Antrag und mit Zustimmung der Studiengangleitung können bis zu 12 ECTS (2 Module) aus dem Vertiefungsbereich Corporate Communication mit Modulen aus den nachstehenden Bereichen getauscht werden.*

### Wahlmodule aus der Vertiefung Digital Innovation

Weitere Infos zu den Modulen finden Sie auf der [Masterwebsite dieser Vertiefungsrichtung](#).

### Vertiefungsmodule aus der Vertiefung International Business

Weitere Infos zu den Modulen finden Sie auf der [Masterwebsite dieser Vertiefungsrichtung](#).

### Current Topics and Trends

Das Modul bietet eine flexible Möglichkeit, aktuelle Themen und Trends aus den Bereichen Corporate Communication, Digitalisierung/Innovation und International Business im Studium vertieft zu bearbeiten. Die thematische Ausrichtung wird jeweils festgelegt. Je nach Angebot werden unterschiedliche Kompetenzen und Kenntnisse erworben.

### Verhandlungsmanagement

Verhandlungsführung ist eine der wichtigsten Fähigkeiten, die Sie als Mitarbeiter oder Führungskraft täglich im Umgang mit Geschäftspartnern, Kunden, Lieferanten oder Kollegen unter Beweis stellen müssen. In diesem Modul erfahren Sie, wie Sie in Verhandlungssituationen ergebnisorientiert vorgehen und trainieren diese Schlüsselfähigkeit in einem geschützten Kontext anhand von praktischen Beispielen, Filmmitschnitten von Ihnen und Feedback durch den Dozenten.

### Digitale Barrierefreiheit

Die Teilhabe am gesellschaftlichen, beruflichen und wirtschaftlichen Leben hängt in der Digitalisierung davon ab, online alle Möglichkeiten nutzen zu können. Für eine Vielzahl an Menschen ist dies jedoch nicht möglich, da digitale Medien häufig nicht barrierefrei gestaltet sind. Dabei ist sowohl für öffentliche Einrichtungen wie auch für Unternehmen digitale Barrierefreiheit im Medienportfolio ein Wettbewerbsfaktor oder sogar gefordert. In diesem Modul erfahren Sie, wie Sie den Zugang zu digitalen Technologien, Produkten, Informationsmedien und Services barrierefrei gestalten. So schaffen Sie neben der Einhaltung rechtlicher Standards auch die Voraussetzungen dafür, eine größere Kundengruppe zu erreichen.

### Usability and User Experience

Ausgehend von den theoretischen Grundlagen aus dem Bereich Usability & User Experience, die sie z.B. im Modul Usability & User Experience erlernen oder aufgrund von Vorkenntnissen kennen, erfahren Sie, wie Sie Konzepte und Methoden aus diesem Bereich auf ein praxisorientiertes Projekt anwenden und dabei den nutzerzentrierten Gestaltungsprozess eigenständig umsetzen.

## Kontakt und Beratung

Wir stehen Ihnen gerne für eine individuelle Beratung zur Verfügung!

**Kommen Sie direkt auf unser Studiengangskoordination zu!**



**Maria Bertele**

Tel.: 0711 / 8923 2048

[weiterbildung@hdm-stuttgart.de](mailto:weiterbildung@hdm-stuttgart.de)

[www.hdm-weiterbildung.de](http://www.hdm-weiterbildung.de)