



M.A. ERLEBNISKOMMUNIKATION

»ZEITGEMÄSSE LIVE-KONZEPTE UND MEDIENRÄUME ENTSTEHEN IM EIGENSINNIGEN ZUSAMMENSPIEL VON EREIGNISSEN, ERLEBNISSEN UND EVENTS.«

Prof. Dr. Marcus S. Kleiner, Studiengangsleiter

In Kooperation mit dem Berlin Career College der Universität der Künste Berlin, der design akademie berlin – SRH Hochschule für Kommunikation und Design und der SRH Hochschule Berlin.



ERLEBEN UND ERLEBEN LASSEN

Der Masterstudiengang Erlebniskommunikation fokussiert die Gestaltung und Realisation crossmedialer Erlebnisse. Dabei vermittelt das Studium die nötigen Führungskompetenzen, um kreative Prozesse zu analysieren und zu steuern, systemisch zu denken und zielgerichtet zu handeln. Damit setzt der Studiengang deutschlandweit Standards auf dem Gebiet der Kreativausbildung im Live- und Medienbereich.

Wie funktioniert arbeitsteilige Kreation in interdisziplinären Teams effizient und erfolgreich? Wie begeistert man Menschen mit Live- und Erlebniskommunikation? Wie verändert sich die Rolle des Publikums in Zeiten performativer und interaktiver Zielgruppenansprache?

Lernen Sie in Theorie und Praxis, zeitgemäße Ideen im Team zu entwickeln – strategisch, medienübergreifend, überraschend. Ein Fächermix aus Kommunikations- und Medienwissenschaften, Kultur- und Sozialwissenschaften, Geistes- und Kunstwissenschaften, ergänzt durch aktuelle Forschungsergebnisse in den Bereichen Live-Kommunikation, Event und Design-Thinking, vermittelt Ihnen die nötige Sachkompetenz, um flexibel und erfahren auf dem Markt zu agieren. Wahlpflichtfächer ermöglichen darüber hinaus die Vertiefung und Spezialisierung in den Bereichen Management, Szenographie und Medienpsychologie.

SCHWERPUNKTE

Kommunikationswissenschaft	██████████
Medienwissenschaft	██████████
Szenographie & Kreation	████████████████
Management & Märkte	██████████
Teamführung & Organisation	██████████
Labor mit thematischem Fokus	████████████████
Medienpsychologie	██████████
Technik & Digitalisierung	████████████████
Erlebnis & Gesellschaft	██████████

BERUFSFELDER

- Kreativwirtschaft (Events, Live-Kommunikation, Werbung, PR, Kommunikation, Online Marketing, etc.)
- Kulturwirtschaft (Theaterhäuser, Eventorte, Verlage, Modehäuser, Freizeitparks)
- Unternehmenskommunikation
- Medienwirtschaft (Radio, TV, Digitale Medien, Label, Konzertagenturen, etc.)
- Freiberufliche Beratung und Umsetzung (Kreation, Bühne, Szenografie, Technik, Marketing, Kommunikation, Text)
- Führungspositionen in Dienstleistungsunternehmen der Eventindustrie (Hotels, Tourismus, Sport, Freizeit)



M.A. ERLEBNISKOMMUNIKATION

Fotos: Monique Küsel & Laura Palm • Design: Sandra Naumann Design



AUF EINEN BLICK

ABSCHLUSS

Master of Arts

STUDIENDAUER

4 Semester bei Bachelor mit 180 CP

3 Semester bei Bachelor mit 210 CP

CREDIT POINTS

120 bei Bachelor mit 180 CP

90 bei Bachelor mit 210 CP

STUDIENORT

Berlin

ZUGANGSVORAUSSETZUNGEN

Bachelorabschluss mit mindestens 180 CP

in sozial-, wirtschafts- oder geisteswissenschaftlichen, künstlerisch-gestalterischen oder technischen Fächern

BEGINN DES STUDIUMS

Wintersemester (01. Oktober)

BEWERBUNGSFRIST

15.07. regulär zum Wintersemester

Bewerbung für Reststudienplätze möglich bis zum Semesterstart

KOSTEN

670,- €/Monat

ZIELE DES STUDIUMS

Der M.A. Erlebniskommunikation bildet Führungskräfte für Erlebnismarkengestaltung, Medienunterhaltung und Eventkreation aus. Mit feinem Gespür für Erlebnistrends, Publikum und Marke wissen die Absolventen Events zu inszenieren, die aus der Menge der Erlebnisangebote herausstechen.

Als Impulsgeber und Förderer steuern Sie Kreativteams zum Erfolg. Darüber hinaus beherrschen unsere Absolventen ihr Handwerk: Gestaltungsregeln verbaler, visueller und crossmedialer Kommunikationsmaßnahmen wissen sie gezielt und wirkungsvoll einzusetzen. Mit einem wertvollen Netzwerk aus potentiellen Kunden und kreativen Kollegen eröffnen sich den M.A.-Absolventen spannende Perspektiven auf den relevanten Erlebnismärkten der Gegenwart.

ANSPRECHPARTNER



Prof. Dr. Kleiner
Studiengangsleiter



Annette Lohmüller
Studienberatung

BEWERBUNGEN

Der Master richtet sich an Interessierte, die über einen Bachelorabschluss in Medien- und Kommunikationswissenschaften, Kulturwissenschaften oder Medienmanagement, in sozial-, wirtschafts- oder geisteswissenschaftlichen, künstlerisch-gestalterischen oder technischen Fächern sowie über relevante Praxiserfahrungen verfügen. Außerdem möchten wir Sie gerne in einem persönlichen Gespräch kennenlernen.

KONTAKT

SRH Hochschule der populären Künste (hdpk)
Potsdamer Str. 188
D-10783 Berlin

Annette Lohmüller
+49 30 2332066-14
studienberatung@hdpk.de

LINKS

→ www.hdpk.de

FACHBEIRAT

Detlef Wintzen • insglück GmbH • Geschäftsführender Gesellschafter, **Sven Theobald** • Bayer AG • Head Live & Experience Branding, **Jörg Bernhardt** • Neumann & Müller GmbH & Co. KG • Geschäftsleitung, **Götz Gumpert** • Alpensektor / Bilfinger HSG FM AS GmbH • Head of Agency



SRH Hochschule
der populären Künste



M.A. ERLEBNISKOMMUNIKATION

STUDIENVERLAUFSPLAN

MODULE	SEMESTER 1	SEMESTER 2	SEMESTER 3	SEMESTER 4
Modul 1.1.	Wissenschaftstheorie und –Praxis Seminar und Übung der UdK und der SRH Hochschulen Berlin 7 SWS 10 CP			
Modul 1.2.	Wahrnehmung und Erlebnis Seminar und Übung 7 SWS 10 CP			
Modul 1.3.	Kultur, Management, Kunst, Medien, Industry Insights ergänzende Wahl-Kurse 10 SWS 10 CP			
Modul 2.1.		Kommunikation I - Theorien, Modelle 5 SWS, 5 CP		
Modul 2.2.		Medien I - Theorien, Modelle 6 SWS, 5 CP		
Modul 2.3.		Methoden der Sozialwissenschaften 5 SWS, 5 CP		
Modul 2.4.		Labor I - Charity, CSR, Nachhaltigkeit 4 SWS, 8 CP		
Modul 2.5.		Erlebnis - Gesellschaft und Wirtschaft 6 SWS, 7 CP		
Modul 3.1.			Kommunikation II 5 SWS, 5 CP	
Modul 3.2.			Medien II 6 SWS, 5 CP	
Modul 3.3.			Management I 7 SWS, 6 CP	
Modul 3.4.			Szenographie I - Kreation 7 SWS, 6 CP	
Modul 3.5.			Labor II - Format, Technik, Crossmedia 3 SWS, 8 CP	
Modul 4.1.				Wahlpflichtfächer 6 SWS, 13 CP
				A) Management II Coaching, systemische Beratung, interkulturelles Training
				B) Szenographie II Raum, Event-Technik, neue Medien, Person, Darstellung, Klang, Design, Musik
				C) Medienpsychologie allgem. & differentielle Medienpsychologie, soziale Systeme & indiv. Entwicklung, biolog. Medienwirkungsforschung
Modul 4.2.				Masterarbeit 17 CP schriftliche Arbeit und Kolloquium