

## Beruf. Erstausbildung zum/zur Mediengestalter:in für Digital- und Printmedien

Einstieg in das 2. Semester der 8-semesterigen Studienvariante oder das 1. Semester der 6-semesterigen Studienvariante

Sie erhalten alle Lehrbriefe ab dem Einstiegssemester in gebundener Form. Die Lehrbriefe aus vorangegangenen Semestern stehen digital auf „myPFH“ bereit. Weitere Printexemplare können kostenpflichtig per E-Mail an [printexemplar@pfh.ch](mailto:printexemplar@pfh.ch) erworben werden.

Modul-Nr.	Modul	Semester Variante 8 / 6	Prüfungen	Note	Gewichtung	ECTS	Anerkannte ECTS
1	Schlüsselkompetenzen im Fernstudium	1 / 1	EA			5	
2	Grundlagen BWL	1 / 1	EA	anerkannt		5	5
3	Grundlagen Recht	1 / 1	K (90)			5	
4	Grundlagen Online Medien	1 / 1	PA	anerkannt		5	5
5	Grundlagen Print Medien	1 / 1	K (90)	anerkannt		5	5
6	Grundlagen Audiovisuelle Medien	2 / 1	K (90)	anerkannt		5	5
7	Projektmanagement	2 / 2	EA			5	
8	Empirische Forschung und Statistik	2 / 2	K (90)			5	
9	Managementkonzepte	2 / 2	K (90)			5	
10	Medienökonomie und Medienpolitik	2 / 2	K (90)		4%	5	
11	Wissenschaftliches Arbeiten	3 / 2	HA			5	
12	<b>Wahlpflichtmodul ( Es wird eine Studienausrichtung gewählt)</b>				6%	5	
12.1	<b>Studienrichtung Medien- und Kommunikationsmanagement</b> Grundlagen Kommunikations- und Eventmanagement	3 / 2	K (90)			5	
12.2	<b>Studienrichtung Brandmanagement</b> Grundlagen Markenmanagement und integrierte Kommunikation					5	
12.3	<b>Studienrichtung Medien- und Werbepsychologie</b> Grundlagen Psychologie					5	
12.4	<b>Studienrichtung Eventmanagement</b> Grundlagen Kommunikations- und Eventmanagement					5	
12.5	<b>Studienrichtung Sportmanagement</b> Sportwissenschaft					5	
13	Controlling und Kostenrechnung	3 / 2	K (90)	anerkannt	4%	5	5
14	Kommunikationskompetenzen	3 / 3	FP	anerkannt	4%	5	5
15	Interkulturelle Kommunikation	4 / 3	K (90)		4%	5	
16	Marketing	4 / 3	K (90)		4%	5	
17	<b>Wahlpflichtmodul "Interdisziplinäres Projekt"</b>	4 / 3	GPR		10%	10	
18	Medien- und Kommunikationstheorien	5 / 4	K (90)		4%	5	
19	<b>Wahlpflichtmodul II **</b>				12%	15	
19.1	<b>Studienrichtung Medien- und Kommunikationsmanagement</b> Strategie und Praxis der Unternehmenskommunikation Campaigning und Crossmedia Customer Experience Management	5 / 4	K (90)			15	
19.2	<b>Studienrichtung Brandmanagement</b> Media Planning und Targeting Campaigning und Crossmedia Werbepsychologie					15	
19.3	<b>Studienrichtung Medien- und Werbepsychologie</b> Personalpsychologie Sozial- und Medienpsychologie Werbepsychologie					15	
19.4	<b>Studienrichtung Eventmanagement</b> Digital Business Live-Entertainment Customer Experience Management					15	
19.5	<b>Studienrichtung Sportmanagement</b> Grundlagen Sportmanagement Innovationen in der Sportkommunikation Organisation und Management von Sport-Events					15	
20	Business Planning	5 / 5	PA		4%	5	
21	Orientierungsprojekt	6 / 4	HA		10%	10	
22	Studentische Initiative	6 / 5	PR			5	
23	Entrepreneurship	6 / 6	PR		4%	5	
24	<b>Praxismodul</b>	7 / 5	PR			20	
25	Methodenvertiefung Medienmanagement	6 / 8	EX			5	
26	Strategie und Organisation	6 / 8	K (90)		4%	5	
27	<b>Bachelor-Thesis</b>	8 / 6	T, M (20)		30%	15	
	Bachelor-Thesis		T				
	Kolloquium		M				
<b>Summe anerkannter ECTS:</b>						<b>30</b>	

\*\* Die in Modul 12 gewählte Studienausrichtung wird fortgeführt.

\*\*\* Die Modulnote setzt sich zu 80% aus der Benotung der Thesis und zu 20% aus der Benotung der mündlichen Prüfung zusammen

\*\*\*\* Englische Unterrichtssprache

EA: Einsendeaufgabe - HA: Hausarbeit - K: Klausur (Dauer in Minuten) - PA: Projektarbeit - FP: Fachpräsentation - PR: Praxisreflexion - GPR: Gruppen-Praxisreflexion - T: Thesis - M: mündliche Prüfung (Dauer in Minuten)

Werden gewichtete Module anerkannt, müssen Einzelnoten zu den entsprechenden Fachinhalten eingereicht werden, andernfalls erfolgt die Anrechnung mit Note 4,0