

Beruf. Erstausbildung zum/zur Medienkaufmann/-frau Digital und Print

Einstieg in das 2. Semester der 8-semestrigen Studienvariante oder das 1. Semester der 6-semestrigen 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 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)	anerkannt		5	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)			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	Wahlpflichtmodul (Es wird eine Studienausrichtung gewählt)				6%	5	
12.1	Studienrichtung Medien- und Kommunikationsmanagement Grundlagen Kommunikations- und Eventmanagement	3 / 2	K (90)			5	
12.2	Studienrichtung Brandmanagement Grundlagen Markenmanagement und integrierte Kommunikation					5	
12.3	Studienrichtung Medien- und Werbepsychologie Grundlagen Psychologie					5	
12.4	Studienrichtung Eventmanagement Grundlagen Kommunikations- und Eventmanagement					5	
12.5	Studienrichtung Sportmanagement Sportwissenschaft					5	
13	Controlling und Kostenrechnung	3 / 2	K (90)	anerkannt	4%	5	5
14	Kommunikationskompetenzen	3 / 3	FP		4%	5	
15	Interkulturelle Kommunikation	4 / 3	K (90)		4%	5	
16	Marketing	4 / 3	K (90)	anerkannt*	4%	5	5
17	Wahlpflichtmodul "Interdisziplinäres Projekt"	4 / 3	GPR		10%	10	
18	Medien- und Kommunikationstheorien	5 / 4	K (90)		4%	5	
19	Wahlpflichtmodul II **				12%	15	
19.1	Studienrichtung Medien- und Kommunikationsmanagement Strategie und Praxis der Unternehmenskommunikation Campaigning und Crossmedia Customer Experience Management	5 / 4	K (90)			15	
19.2	Studienrichtung Brandmanagement Media Planning und Targeting Campaigning und Crossmedia Werbepsychologie					15	
19.3	Studienrichtung Medien- und Werbepsychologie Personalpsychologie Sozial- und Medienpsychologie Werbepsychologie					15	
19.4	Studienrichtung Eventmanagement Digital Business Live-Entertainment Customer Experience Management					15	
19.5	Studienrichtung Sportmanagement 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	Praxismodul	7 / 5	PR			20	
25	Methodenvertiefung Medienmanagement	6 / 8	EX			5	
26	Strategie und Organisation	6 / 8	K (90)		4%	5	
27	Bachelor-Thesis	8 / 6	T, M (20)		30%	15	
	Bachelor-Thesis		T				
	Kolloquium		M				

Summe anerkannter ECTS: 30

** 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**