

### Wichtige Module des Masterprofils

#### Pflicht- module

- Verbraucherorientierung in der medialen Ernährungskommunikation & Medienrecht
- Journalistische Darstellungsformen für Print- und Onlinemedien
- Grundlagen der Public Relations Arbeit

#### Empfohlene Wahlpflicht- module

- Risiko- und Krisenkommunikation
- Crossmedia
- Betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement mit Schwerpunkt Nachhaltigkeitskommunikation
- Methoden der Markt- und Käuferanalyse
- Entrepreneurship

### Projekte / Masterarbeit

Durch die Masterarbeit können vielfältige Fragestellungen im Bereich der Medien- und CSR-Kommunikation wissenschaftlicher analysiert werden. Dies kann mit Praxisbezug in einem Unternehmen erfolgen oder aber im Rahmen eines rein wissenschaftlichen Projektes.

Folgende mögliche Themenfelder könnten Kerninhalte einer Projekt- oder Masterarbeit darstellen: Medienresonanzanalyse ausgewählter Aspekte oder Krisen der Branche, Reputationsmanagement und -modelle, strategische Kommunikationsplanung, Kommunikationsanalyse und -controlling in Krisensituationen, Nachhaltigkeitskommunikation und Nachhaltigkeitsberichterstattung etc.

### Tätigkeitsfelder

- Nachhaltige Unternehmenskommunikation bzw. PR in Unternehmen der Branche
- Pressesprecher verschiedener Organisationen / Verbände
- Agrarjournalismus
- Kommunikationsberatung
- Tätigkeiten im Feld der Neuen Medien
- Die vermittelten Kenntnisse sind auch für die Übernahme von ehrenamtlichen Tätigkeiten in Verbänden und Berufsorganisationen nützlich.



#### Kommissarische

#### Masterprofilsprecherin

Prof. Dr. Karin Schnitker

Telefon: 0541 969-5263

E-Mail: [k.schnitker@hs-osnabrueck.de](mailto:k.schnitker@hs-osnabrueck.de)

[www.al.hs-osnabrueck.de/24017.html](http://www.al.hs-osnabrueck.de/24017.html)



Hochschule Osnabrück  
University of Applied Sciences



Hochschule Osnabrück  
University of Applied Sciences



[www.al.hs-osnabrueck.de](http://www.al.hs-osnabrueck.de)

### ➔ INFORMATIONEN ZUM STUDIUM

Standort Oldenburger Landstraße 62

49090 Osnabrück

Jan Berstermann

Tel.: 0541 969-5271

E-Mail: [Jan.Berstermann@hs-osnabrueck.de](mailto:Jan.Berstermann@hs-osnabrueck.de)

[www.al.hs-osnabrueck.de/mal.html](http://www.al.hs-osnabrueck.de/mal.html)

### ➔ BEWERBUNG UM EINEN STUDIENPLATZ

Hochschule Osnabrück

Studierendensekretariat

Postfach 1940, 49009 Osnabrück

Tel.: 0541 969-7080

Fax: 0541 969-12111

E-Mail: [studieninfo@hs-osnabrueck.de](mailto:studieninfo@hs-osnabrueck.de)

Weitere Informationen finden Sie unter

[www.hs-osnabrueck.de/bewerbung](http://www.hs-osnabrueck.de/bewerbung)

### ➔ ANFAHRT UND LAGEPLAN

[www.al.hs-osnabrueck.de/23080.html](http://www.al.hs-osnabrueck.de/23080.html)

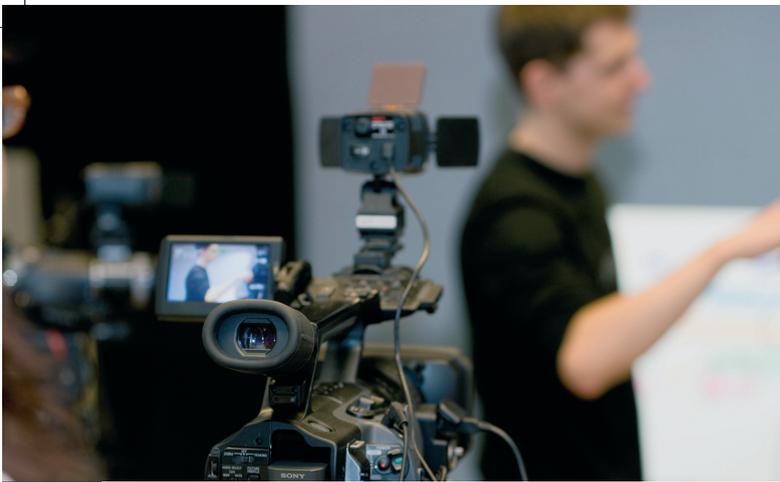
Stand: April 2015



HOCHSCHULE OSNABRÜCK

Masterprofil „Medien- und  
CSR-Kommunikation“ (M. Sc.)

Agrar- und  
Lebensmittelwirtschaft



## → Medien- und CSR-Kommunikation

Jenseits aller inhaltlichen Kontroversen über Produktionsabläufe und Wirtschaftsweisen in der Land-, Agrar- und Ernährungswirtschaft wird in Deutschland zunehmend beklagt, dass es zu wenige „echte“ Kommunikatoren bzw. PR-Manager in diesem Sektor gebe und dass auch zu wenige Journalisten über solide land-, agrar- und ernährungswirtschaftliche Fachkenntnisse verfügten.

Mit der Einführung des Masterprofils „Medien- und CSR-Kommunikation“ erhalten erstmalig in Deutschland Nachwuchskräfte mit agrar- und ernährungswirtschaftlichem oder kommunikations- bzw. medienwissenschaftlichem Hintergrund die Möglichkeit, sich eine Doppelqualifikation anzueignen, die sie dazu befähigen wird, als professionelle Kommunikatoren an den o. g. Schnittstellen im Sinne eines ehrlichen Maklers zu wirken.

Der Studiengang richtet sich in erster Linie an Absolventen eines B.Sc.- oder B.Eng.-Studiengangs aus dem Bereich der Agrar- und Ernährungswissenschaften, die sich Medien- und Kommunikationskompetenz vor allem in der CSR-Kommunikation aneignen wollen bzw. diese vertiefen wollen.

Eine zweite wesentliche Zielgruppe sind Studierende aus geisteswissenschaftlichen Studiengängen wie z. B. Medienkommunikations-, Politikwissenschaften oder Journalismus, die durch ihren Werdegang einen Bezug zur Branche Agrar-, Ernährungs-, Gartenbauwissenschaften oder -wirtschaft nachweisen können.

Sem.	Masterprofil „Medien- und CSR-Kommunikation“ (M.Sc.)					
1	Wissenschaftliches Schreiben	Ergänzung des Basiswissens		Journalistische Darstellungsformen für Print- und Onlinemedien	Grundlagen der Public Relations Arbeit Risiko- und Krisenkommunikation	Führungsseminare
2	Masterseminar und statistisch/methodisches Konzept	Teilnahme an Fachtagungen	Verbraucherorientierung in der medialen Ernährungskommunikation & Medienrecht	Crossmedia Management Betriebl. Nachhaltigkeitsmanagement	Methoden der Markt und Käuferanalyse Entrepreneurship	
3	Projekt / Masterarbeit					
4	Projekt / Masterarbeit					

### A Wissenschaftliche Basis

Modul: Masterseminar und statistisch-methodisches Konzept  
 Modul: Teilnahme an Fachtagungen  
 Modul: Wissenschaftliches Schreiben  
 Modulbereich: Ergänzung des Basiswissens mit verschiedenen Wahlmöglichkeiten

### B Führungsseminare

- Kurse:
- Führung – Kompakt (Teil 1)
  - Führung – Kompakt (Teil 2)
  - Personalmanagement
  - Rechtliche Grundlagen für die Unternehmensorganisation
  - Teambuilding
  - Gesprächsführung und Konfliktmanagement
  - Public Affairs
  - Interkulturelles Management
  - Besprechungs- und Konferenzleitung
  - Change Management
  - Organisationsmanagement
  - Professionelles Reden schreiben
  - Interviewtraining
  - Ethik der Unternehmensführung in der Agrarwirtschaft

■ Pflichtmodule    ■ Empfohlene Wahlpflichtmodule

### C Fachliche / methodische Spezialisierung = Masterprofile

### D Projekt / Masterarbeit

Zentrales Element des Studiums ist die praktische Forschungsphase über zwei Semester. Als Kooperationspartner stehen hierfür zahlreiche Unternehmen und Forschungseinrichtungen aus dem In- und Ausland zur Verfügung.

Folgende zwei Varianten stehen zur Auswahl:

- 1.) Ein Jahr lang Projekt- und Masterarbeit kombinieren und an einem großen Themenbereich arbeiten
- 2.) Ein Projekt im 3. Semester, davon getrennt die Masterarbeit, so dass zwei Themenbereiche bearbeitet werden