

Eignungsverfahren
Masterstudiengang
Digitale Kommunikation in der Musik- und Entertainmentindustrie

Master of Arts (1. / 3. Semester)

Der Zugang zum Masterstudiengang Digitale Kommunikation in der Musik- und Entertainmentindustrie setzt einen ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschluss oder einen gleichwertigen Abschluss aus dem Inland oder Ausland voraus.

Erste Stufe des Eignungsverfahrens (Auswahl)

Zusätzlich zu den allgemeinen Angaben sind bei der Bewerbung über das Online-Bewerbungsportal einzureichen:

1. Nachweise (z. B. Praktikumszeugnisse) über praktische Erfahrungen im Arbeitsfeld der digitalen Kommunikation von mindestens drei Monaten Dauer in einfacher Kopie
2. Aufsatz (PC- bzw. maschinengeschrieben; Umfang maximal 1500 Wörter): Motivationsschreiben, aus dem unter Berücksichtigung der praktischen Erfahrungen hervorgeht, aufgrund welcher spezifischen Kenntnisse, Interessen und Begabungen Sie sich für den Masterstudiengang Digitale Kommunikation in der Musik- und Entertainmentindustrie besonders für geeignet halten; zudem sind die aktuellen Herausforderungen und Entwicklungen im Arbeitsfeld Digitale Kommunikation in der Musik- und Entertainmentindustrie zu reflektieren.
3. Schriftliche Darlegung einer noch nicht realisierten digitalen Kommunikationsstrategie, inkl. Umsetzungskonzept, welche für mindestens drei unterschiedliche digitale Plattformen bei einem Projekt der Musik- und Entertainmentindustrie zielgruppenspezifisch eine reichweitenstarke Kommunikation sicherstellt (maximal drei PC- bzw. maschinengeschriebene DIN A4-Seiten, Schriftgröße 12, Standard-Zeilenumbruch). Gegenstand der Konzeption können plattformspezifische Inhalte und digitale Kampagnen sein, sowie Strategien, welche KI und Machine Learning Frameworks nutzen.

Die eingereichten Unterlagen werden nach folgenden Kriterien bewertet:

- inhaltliche und strategische Relevanz der eingereichten Konzeption,
- theoretische und praktische Validität des Konzepts,
- Medien- und Technikkompetenz,
- digitale Vermittlungskompetenz und schriftliche Ausdrucksfähigkeit,
- content- und plattformspezifische Erfahrungen

Bei Bestehen der ersten Stufe des Eignungsverfahrens (Auswahl) erfolgt eine Einladung zur Präsenzprüfung bzw. den Prüfungen der zweiten Stufe des Eignungsverfahrens.

Zweite Stufe des Eignungsverfahrens

Erarbeitung einer Kurzpräsentation **(in Teams von bis zu 5 Bewerbern)**

- Bearbeitungszeit: 90 Min., davon 30 Min. unter Beobachtung durch die Mitglieder der Prüfungskommission;
- Zeit für die Präsentation pro Team: 20-25 Min.

Gegenstand der Aufgabenstellung ist eine Problemstellung aus dem Bereich der Digitalen Kommunikation in der Musik- und Entertainmentindustrie.

Die Vorbereitungsphase sowie die Kurzpräsentation werden von den Mitgliedern der Prüfungskommission im Rahmen eines Gesamturteils auf der Grundlage folgender Kriterien bewertet:

- Ist der Bewerber in der Lage, kreative, strategisch durchdachte Ansätze für ein digitales Kommunikationskonzept im Bereich der Musik- und Entertainmentindustrie zu entwerfen und diese nach strategischen, ökonomischen und technologischen Gesichtspunkten angemessen zu bewerten und einzuordnen?
- Ist ein kreatives, analytisches und zielorientiertes Vorgehen erkennbar?
- Ist der Bewerber in der Lage, seine Kenntnisse im Team einzubringen?
- Kann der Bewerber die erarbeiteten Ergebnisse überzeugend vertreten und präsentieren?

Auswahlgespräch **(mündlich, Dauer ca. 20 Minuten)**

Das Auswahlgespräch beinhaltet allgemeine Fragen zur Musik- und Entertainmentindustrie sowie zu Handlungs- und Problemfeldern der Branche.

Das Auswahlgespräch wird im Rahmen eines Gesamturteils aufgrund der folgenden Kriterien bewertet: Verfügt der Bewerber über Grundkenntnisse der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie der digitalen Kommunikation?

Zeigt der Bewerber eine Grundkompetenz im Feld digitale Kommunikation und ist er in der Lage, dies überzeugend darzulegen?

Diese Kriterien gehen im Rahmen eines Gesamturteils in die Bewertung des Auswahlgesprächs ein.