

Media, Management and Digital Technologies (MMT)

Der neue Masterstudiengang an der Munich School of Management

Mit Unterstützung durch die Initiative „Digitaler Campus Bayern“ führt die Fakultät für Betriebswirtschaft zum Wintersemester 2016/17 einen neuen Masterstudiengang mit dem Titel „Media, Management and Digital Technologies“ (MMT) ein. Das englischsprachige und konsekutive Masterprogramm soll gezielt hochqualifizierte Nachwuchskräfte für die Medien- und Internetbranche im Schnittfeld zwischen Medien, Management und digitalen Technologien ausbilden. Der Studienplan des MMT-Masters kombiniert dabei Inhalte aus BWL sowie Informatik und vermittelt neben theoretischen auch praktische Kompetenzen, die bis zur Konzeption und Realisierung von IT-Lösungen reichen. Mit der Einführung des MMT-Studiengangs soll letztlich ein Beitrag geleistet werden, um das medienbezogene Ausbildungsangebot an deutschen Hochschulen und damit auch die hiesige Medienbranche zu stärken.

Die Digitalisierung der Medienbranche erfordert neuartige Ausbildungsangebote

Durch die Digitalisierung steht die Medienbranche weltweit vor einem fundamentalen Wandel. Das Interesse der Nutzer verlagert sich immer stärker zu Online-Angeboten. Dort sind die Nutzer – wie beispielsweise im Fall von Social Media – zum Teil selbst in die Produktion von Inhalten integriert. Etablierte Medienunternehmen reagieren darauf mit einer Anpassung ihres Produktspektrums oder ihrer Kernkompetenzen. Die Folgen der Digitalisierung sind für den Medienstandort Deutschland Risiko und Chance zugleich. Bleibt die Branche passiv und verharrt sie in der analogen Medienwelt, dann werden die Online-Märkte immer mehr von Anbietern aus dem Ausland dominiert. Geht die deutsche Medienbranche dagegen den Wandel aktiv an und spielt ihre Möglichkeiten aus, dann besteht sogar die Chance, dass der Standort gestärkt aus dem Wandel hervorgeht.

Ein wesentlicher Ansatzpunkt zur Förderung und Sicherung der Zukunftsfähigkeit des Medienstandorts Deutschland liegt im Ausbau der medienbezogenen Ausbildung an Hochschulen. Mit dem Förderprogramm „Digitaler Campus Bayern“ als Teil der Landesinitiative „BAYERN DIGITAL“ setzt die bayerische Staatsregierung daher zusätzliche Impulse für den Ausbau von spezifischen Lehrangeboten zu Informationstechnologien im Freistaat. Da der Freistaat Bayern und insbesondere die Region München ein international anerkannter Medienstandort sind, hat sich die bayerische Staatsregierung gemeinsam mit der LMU München dazu entschlossen, ein neues „Leuchtturm“-Angebot zur Stärkung des medienbezogenen Ausbildungsangebots zu schaffen. Zielsetzung dieses neuen Angebots ist es, zukünftige Führungskräfte und Gründer im sich digitalisierenden Mediensegment auszubilden, die über eine besondere Expertise im Schnittfeld zwischen Medien, Management und

digitalen Technologien verfügen. Dafür sollen besonders talentierte und ambitionierte Studierende aus ganz Europa gewonnen werden.

Europaweit einzigartiges Studienangebot mit klarem Profil

Aus diesem Grund bietet die Fakultät für Betriebswirtschaft der LMU München in Zusammenarbeit mit der Fakultät für Mathematik, Informatik und Statistik ab dem Wintersemester 2016/17 ein neues Masterprogramm mit dem Titel „Media, Management and Digital Technologies“ (MMT) an, das auf eine Dauer von zwei Jahren bzw. vier Semestern (120 ECTS-Punkte) angelegt ist und mit dem akademischen Grad „Master of Science“ abgeschlossen wird. Das Curriculum des Studiengangs umfasst ein breites Spektrum an Veranstaltungen, bei denen die Studierenden die Fähigkeiten erlernen, um Produkte, Prozesse, Geschäftsmodelle und Strategien wie auch Algorithmen, Datenstrukturen und Systemarchitekturen für Unternehmen der sich digitalisierenden Medien- und Internetwirtschaft zu konzipieren und zu realisieren. Ferner lernen die Studierenden die wichtigsten aktuellen Konzepte in diesem Kontext (z.B. Social Media oder Big Data) kennen und werden in die Lage versetzt, neue Konzepte durch einen fundierten theoretischen Hintergrund in Ökonomie und Informatik zu entwickeln, einzuordnen und auch kritisch zu hinterfragen.

Bislang bestehen weder in Deutschland noch im europäischen Ausland fernab von Studiengängen der Medienwirtschaft oder der Wirtschaftsinformatik vergleichbare Studienangebote, bei denen integrierte Lerninhalte aus BWL und Informatik mit einem speziellen Branchenfokus kombiniert werden. Weltweit ist der MMT-Studiengang daher nur mit der von der New York University (NYU) für Bachelor- und MBA-Studierende angebotenen Spezialisierung „Entertainment, Media and Technology“ vergleichbar. Die Fakultät für Betriebswirtschaft möchte vor diesem Hintergrund mit der Einführung des Masterstudiengangs „Media, Management and Digital Technologies“ (MMT) auch einen Beitrag zur Steigerung der internationalen Sichtbarkeit der medienbezogenen Ausbildung an deutschen Hochschulen leisten.

Internationales Programm mit interdisziplinären Inhalten sowie hohem Praxisbezug

Der generell gebührenfreie Studiengang ist vollständig englischsprachig angelegt und wendet sich damit explizit auch an Bachelorabsolventen außerhalb des deutschsprachigen Raums. Neben dem Nachweis überzeugender Englischkenntnisse, müssen potenzielle Bewerber über ein Bachelorstudium verfügen, das mindestens mit der Note 2,3 oder besser abgeschlossen wurde. Da der MMT-Studiengang ein konsekutives Masterprogramm ist, muss bei der Bewerbung sowohl Basiswissen in Betriebswirtschaftslehre als auch in

Informatik nachgewiesen werden. Hierdurch kommen grundsätzlich Studierende der BWL mit Nebenfach Informatik oder der (Medien-)Informatik mit Nebenfach BWL infrage. Aber auch Absolventen integrierter Studiengänge wie der Wirtschaftsinformatik oder dem Wirtschaftsingenieurwesen zählen zur Zielgruppe des neuen Masterstudiengangs. Erfüllen die Bewerber diese Voraussetzungen, werden sie zu zwei aufeinander folgenden Auswahltagen an die LMU nach München eingeladen, wo sie zunächst eine schriftliche Eingangsklausur und anschließend ein fachliches Auswahlgespräch mit Professoren der BWL und der Informatik absolvieren müssen. Um in das Programm aufgenommen zu werden, müssen beide Prüfungen bestanden werden.

Haben die Studierenden diese Hürde genommen, erwartet sie in den darauf folgenden vier Semestern ein facettenreiches Studienprogramm, bei dem sie mit einem Mentoring-Konzept intensiv begleitet werden. Der MMT-Studiengang basiert dabei auf fünf wesentlichen Blöcken, die sich aus inhaltlicher Sicht zwischen BWL und Informatik bewegen (siehe Abbildung 1).



Abbildung 1: Die fünf zentralen Blöcke des MMT-Studiengangs.

Die Kurse des Bereichs „Media Business“ umfassen Lehrveranstaltungen der Informatik-nahen BWL, wohingegen der Block „Media Technologies“ aus Kursen der BWL-nahen Informatik besteht. Eine Schlüsselrolle nimmt der Block „Business and Technology“ ein, der als „Hybrid“ den interdisziplinären Charakter des MMT-Studiengangs prägt und Inhalte aus BWL sowie Informatik mit einem starken Anwendungsbezug umfasst. Dieser integrierte Block wird im Wesentlichen von einer für diesen Studiengang neu geschaffenen Professur für „Internet Business and Internet Services“ angeboten und teilweise – um einen ausreichenden Praxisbezug sicherzustellen – in Form von Projektkursen abgehalten. Bei letzteren bearbeiten die Studierenden reale Problemstellungen aus der Medien- und Internetbranche, deren Lösung stets die Verknüpfung von betriebswirtschaftlichen und informatischen Kompetenzen erfordert. Ein Teil der Projektkurse wird dabei in enger Kooperation mit dem Internet Business Cluster (IBC) durchgeführt, das ein Zusammenschluss der LMU München mit führenden Medienunternehmen aus der Region darstellt (siehe auch www.ibc-muenchen.com). Durch einen breit angelegten Wahlpflichtbereich aus BWL und Informatik haben die Studierenden außerdem die Möglichkeit, weitere Themenfelder gemäß ihrer eigenen Interessen und Präferenzen zu vertiefen. Abgerundet wird das Studium schließlich durch das Verfassen einer

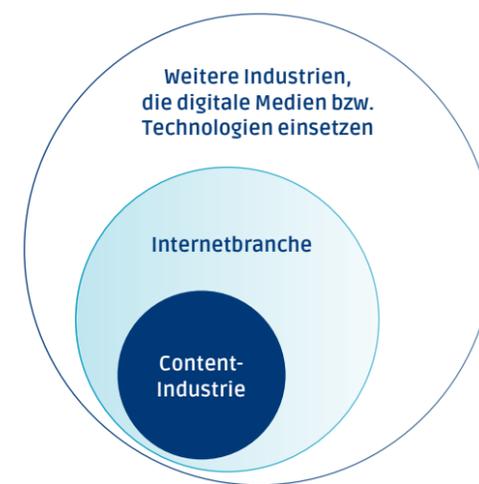


Abbildung 2: Mögliche Berufsfelder nach Abschluss des MMT-Studiengangs.

Masterarbeit an einem der beteiligten BWL- oder Informatik-Lehrstühle, für die eine Bearbeitungsdauer von insgesamt einem Semester vorgesehen ist.

Berufliche Perspektiven weit über die Medienbranche hinaus

Den Teilnehmern des MMT-Studiengangs eröffnen sich nach Abschluss ihres Studiums zahlreiche berufliche Möglichkeiten. Dies ist vor allem darauf zurückzuführen, dass der „Medien“-Begriff während des Studiums bewusst sehr breit interpretiert wird. So befinden sich mögliche Berufsfelder für die Absolventen sowohl in der klassischen „Content-Industrie“ und der Internetbranche als auch grundsätzlich in allen anderen Branchen, die verstärkt digitale Medien bzw. Technologien einsetzen (siehe Abbildung 2). Beispiele für letztere sind die Automobil- oder die Versicherungsbranche, die im Zuge der Digitalisierung neue Ansätze verfolgen und entsprechend auf neue Kompetenzen angewiesen sind. Neben einer Karriere in der Wirtschaft steht den Absolventen des MMT-Studiengangs natürlich auch der Weg zu einer wissenschaftlichen Karriere offen. //

Simon Chanias & Thomas Hess

MMT

Informationen und Kontakt:
www.mmt.bwl.lmu.de
mmt@bwl.lmu.de