

Universität St. Gallen

Institut für Medien und Kommunikationsmanagement

Institut für Medien und Kommunikationsmanagement
 Universität St. Gallen
 Blumenbergplatz 9
 CH-9000 St. Gallen
 071 224 22 97
 E-Mail-Formular auf Homepage
www.mcm.unisg.ch

Voraussetzungen und Zulassungsbedingungen	<p>Voraussetzung für die Aufnahme in die Studiengänge der Universität St. Gallen ist die Matura, alle Studierenden müssen für die endgültige Aufnahme in das Bachelorstudium die Assessment Stufe bestehen.</p> <p>Für ausländische Studierende ist eine Aufnahmeprüfung verpflichtend. Weitere Immatrikulationsbedingungen der Universität St. Gallen: www.unisg.ch</p>
Studiendauer	<p><u>Bachelor</u>: 3 Jahre</p> <p><u>Master</u>: 1,5 Jahre</p>
Mögliche Studiengänge	<p>Das Vorlesungsprogramm des MCM Instituts findet statt im Rahmen der wirtschaftswissenschaftlichen, juristischen und politikwissenschaftlichen Studiengänge der Universität St. Gallen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bachelor Major Betriebswirtschaftslehre • Master in Marketing-, Dienstleistungs und Kommunikationsmanagement • Doktorat in Betriebswirtschaftslehre (Dr. oec. HSG bzw. Ph.D. HSG), Doktorat in Organisation & Kultur (Dr. rer. soc. HSG bzw. Ph. D. HSG)
Titel nach erfolgreichem Abschluss des Studiengangs	<ul style="list-style-type: none"> • Bachelor of Arts HSG • Master of Arts HSG • Doctor oder Doctora oeconomiae bzw. Doctor of Philosophy in Management • Doctor oder Doctora rerum socialium bzw. Doctor of Philosophy in Organizational Studies and Cultural Theory
Ausbildung (Erstausbildung, Diplombildung, Aufbaustudium, Neben- und Ergänzungsfach)	<p>Alle Vorlesungen und Seminare finden im Rahmen der regulären Studiengänge auf Bachelor, Master und Doktoratsstufe statt, es werden sowohl Pflicht- und Wahlkurse sowie Kurse im Kontextstudium angeboten.</p>
Unterrichtssprache	<p>Deutsch und Englisch</p>

Notwendige Anzahl Credits	<ul style="list-style-type: none"> • <u>BA Fachstudium</u>: 64 ECTS, BA Wahlbereich: 16 ECTS, Kontextstudium: 24 ECTS, Bachelor Arbeit: 16 ECTS • <u>MA Fachstudium</u>: 42 ECTS, MA Wahlbereich: 12 ECTS, Kontextstudium: 18 ECTS, Masterarbeit: 18 ECTS
Studienkosten	<p>Immatrikulationskosten und Studiengebühren: BA/MA 1020 CHF pro Semester, inkl. Prüfungsgebühr</p> <p>Doktorat 520 CHF pro Semester</p> <p>Für ausländische Studierende etwas höher</p> <p>Weitere Auslagen (Bücher, Skripte, Kopien etc.): ca. 330 CHF pro Semester</p>
Studienbeginn	Jeweils zum Herbstsemester
Verortung, Strukturen (Fakultät, Institut etc.)	Betriebswirtschaftliche Fakultät und Kulturwissenschaftliche Fakultät
Institutsleitung	Prof. Dr. Martin J. Eppler
Anzahl ordentliche oder assoziierte Professuren	4 ordentliche Professuren
Anzahl Hochschullehrerinnen und Hochschullehrer (inkl. Privatdozenten)	2 Privatdozenten
Stellenprozente wissenschaftliches Personal (Mitarbeiter, Assistenzen, Oberassistenzen)	<p>Oberassistenten: 250%</p> <p>Assistenten: ca. 915%</p>
Stelleprozente Sekretariat, Bibliothek	Sekretariat: 100%
Anzahl Studierende 2006 (Haupt- und Nebenfach)	In den Veranstaltungen auf Bachelor, Master und Doktoratsstufe ca. 600
Anzahl Abschlüsse pro Jahr	<p>Absolventen in den Studiengängen unter Beteiligung des MCM:</p> <p>BA: 371</p> <p>MA: 58</p>
Bibliothek	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 460'000 Dokumente • ca. 70'000 E-Books • ca. 1'400 Titel von abonnierten gedruckten Fachzeitschriften • Zugriff auf über 16'000 elektronische abonnierte Fachzeitschriften (E-Journals)

	<ul style="list-style-type: none"> • Non-Books (DVD, Videos, CDs, Hörbücher) • Sammelschwerpunkte :Wirtschafts-, Rechts- und Sozialwissenschaften • Weitere Sammelgebiete: Politikwissenschaften, Soziologie, Psychologie, Pädagogik, Philosophie, Geschichte, Informatik, Mathematik, Sprach- und Literaturwissenschaften
Arbeitsplätze für Studierende	Die Bibliothek verfügt über WLAN, rund 370 Arbeitsplätze
Grundausrichtung des Studiengangs (sozial-, kultur- oder wirtschaftswissenschaftlich)	Wirtschafts- und kulturwissenschaftlich, je nach Masterprogramm
Beschreibung des Forschungsgegenstandes	<p>Das MCM Institut befasst sich mit organisationaler Kommunikation aus Management-Perspektive. Schwerpunkte unserer Forschung, Lehre und Anwendung sind die Wertschöpfung durch Kommunikation, Medien und der Medienwandel.</p> <p>MCM1: Der Lehrstuhl "Medien- und Kommunikationsmanagement" lehrt, forscht und berät in den Bereichen Wissensmanagement, Medien- und Kommunikationsmanagement, Wissensvisualisierung, soziale Netzwerkanalyse, Management- und Kommunikationstechnologien sowie Internetinhalte und mobile Medien.</p> <p>MCM2: Der Lehrstuhl Corporate Communication lehrt, forscht, und berät im Bereich der professionellen Unternehmenskommunikation.</p> <p>MCM3: Der Lehrstuhl „Medien und Kultur“ ist kulturwissenschaftlich ausgerichtet. Fachschwerpunkte sind Mediengeschichte und Medienkultur, Stoff- und Motivgeschichte, Theatralität sowie Themen aus dem Bereich Wirtschaft und Kultur.</p>
Aufbau des Studiengangs (Grobstrukturen)	<p>Assessment-Stufe Die Assessment-Stufe führt in die wissenschaftlichen Fächer, die Anforderungen und Zielsetzungen der Universität St. Gallen ein. Die Studierenden durchlaufen in diesem ersten Jahr alle gemeinsam die gleichen Etappen, um sich für die Bachelor-Stufe zu qualifizieren.</p> <p>Bachelor-Stufe Major BWL Das Pflichtprogramm deckt alle wesentlichen Aspekte der Betriebswirtschaftslehre ab: Marketing, Forschungsmethoden, Informations-, Medien- und Technologiemanagement, Controlling und Rechnungslegung, Organisieren und Führen, Finanzierung, Strategisches Management.</p> <p>Master-Stufe MSC: Das Curriculum des Master-Programms in Marketing, Dienstleistungs- und Kommunikationsmanagement ist in</p>

	<p>Fach- und Kontextstudium gegliedert. Die Fachdisziplinen werden durch die Vertiefung und Anwendung von interdisziplinärem Wissen insbesondere in den Bereichen Soziologie, Psychologie, Kommunikation und Sprachen (Kontextstudium) abgerundet.</p> <p>IMT: Erfolgreiche Innovationen spiegeln das integrierte Wissen über Methoden und Technologien, das ihre Initiatoren im Rahmen ihres Studiums erworben haben. Die Disziplinen Informations-, Medien-, Technologie- und Logistikmanagement stellen wesentliche Grundpfeiler dieses Wissens dar.</p>
<p>Berufsfelder</p>	<p>MSC:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Führungs- und Fachaufgaben mit direktem Marktbezug (wie z.B. Produktmanagement, Marketing, Marktforschung, Customer Relations Management, Service Quality Management), • Kommunikationsberufe (z.B. Mediensprecher/in, Journalisten, Manager/in Public Relations, Werber, E-Communicators), • Aufgaben in der öffentlichen Verwaltung (z.B. im Standortmarketing, Gestaltung und Führung von kundenorientierten Verwaltungsprozessen), • Fachaufgaben in den vertieften Branchen, • Unternehmensgründung, • Forschung und Lehre an Universitäten und Fachhochschulen. <p>IMT:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Absolvent(inn)en haben die Möglichkeit, Beratung oder Unternehmensführung mit den Potentialen neuer Technologien zu verbinden. • Die Absolvent(inn)en sind in der Beratung, in Führungs- oder Expertenfunktionen in der Wirtschaft und im Projektmanagement tätig. • Möglich sind Positionen im General Management, im Finanzwesen, in Forschung und Entwicklung oder in der Informatik. Dabei können sowohl Assistenz-, Führungs- und Projektleitertätigkeiten als auch Fachkarrieren verfolgt werden.