

ZULASSUNG

Bewerben können sich alle Absolventen mit dem ersten akademischen Diplom-/Bachelor-Grad einer staatlich anerkannten Hochschule der Fachrichtungen Design oder BWL (mit Vertiefung Werbung oder Marketing). Unter Nachweis ausreichender Vorkenntnisse bzw. nachträglicher Erbringung dieser Vorleistungen können Absolventen staatlich anerkannten Hochschulen sonstiger relevanter Studiengänge zugelassen werden (z.B. BWL-Vertiefung, Kunst, Architektur, Technik).

Der Abschluss sollte mindestens die Note „gut“ oder besser haben. Sehr gute Deutschkenntnisse sind Voraussetzung.

Bei Erfüllung der Zulassungsvoraussetzungen können Sie zu einem Auswahlgespräch eingeladen werden.

BEWERBUNG

Ihr Bewerbungsbogen steht Ihnen über die Homepage der Hochschule Pforzheim zum Download bereit oder kann im Studentensekretariat angefordert werden.

Senden Sie bitte den ausgefüllten Bewerbungsbogen zusammen mit den studiengangspezifischen Unterlagen, wie Lebenslauf, Zeugnisse, Motivationsschreiben, Tätigkeitsnachweise, zwei Lichtbilder und zwei Empfehlungsschreiben, sowie einen Nachweis über sehr gute Deutschkenntnisse bei Ausländern an die umseitige Adresse.

Bewerbungsschluss ist jeweils der 15. Juni eines Jahres.

STUDIENDAUER

3 Semester für Studenten mit mindestens siebensemestrigem Erststudium (Regelstudienzeit), bzw. 4 Semester für Studenten mit mind. sechssemestrigem Erststudium (Regelstudienzeit).

ADRESSE

Hochschule Pforzheim

Graduate School
Tiefenbronner Straße 65
D - 75175 Pforzheim
Email: graduate-school@hs-pforzheim.de

Sekretariat Bereich Marketing / Kommunikation

Frau Gudrun Hesselschwerdt
Email: gudrun.hesselschwerdt@hs-pforzheim.de
Telefon: (07231) 28 - 6075
Fax: (07231) 28 - 6070

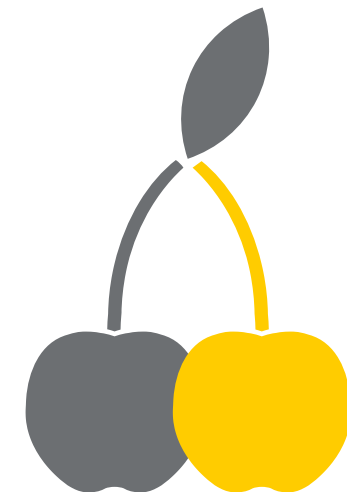
STUDIENGANLEITUNG

Prof. Dipl.-Kfm., Dipl.-Des. Richard Linxweiler

Email: richard.linxweiler@hs-pforzheim.de
Telefon: (07231) 28 - 6288
Assistenz: (07231) - 28 6511

Weitere Informationen finden Sie auf der Homepage der Hochschule Pforzheim unter www.hs-pforzheim.de

Stand: 09.09.08 (Version 3)



FAKULTÄT FÜR WIRTSCHAFT UND RECHT

(MCM) MASTER OF ARTS IN
**CREATIVE COMMUNICATION AND
BRAND MANAGEMENT**

CREATIVE COMMUNICATION AND BRAND MANAGEMENT DIE HERAUSFORDERUNG DER ZUKUNFT

Effiziente Kommunikation und kreative Markenführung, verbunden mit den Anforderungen an hohe personelle Führungsqualitäten - das sind zentrale Management - Skills im gegenwärtigen Wirtschaftsgeschehen. Das moderne Güter- und Dienstleistungsmanagement wird heutzutage weitgehend unter dem Aspekt der Marke betrachtet.

Die Intensivierung durch die Internationalisierung des Marktgeschehens, hat seit einigen Jahren eine regelrechte Inflationierung von Marken- und Medienauftritten entstehen lassen. Diese verschärft in erheblichem Maße die Informationskonkurrenz und -überlastung der Märkte und führt folglich zu immer größeren Wirkungsverlusten und damit zu steigenden Kosten. Angesichts dieser Entwicklung rückt die Frage nach integriertem Marken- und Kommunikationsmanagement in den Vordergrund. Hier wird die kreative, unique und effiziente Gestaltung und Kommunikation von Markenleistungen zum entscheidenden Erfolgsfaktor unternehmerischen Handelns.

Vor diesem Hintergrund wurde der im deutschsprachigen Raum einzigartige Master-Studiengang MCM (Master of Arts in Creative Communication and Brand Management) konzipiert und akkreditiert.

Durch seine besondere aber folgerichtige Kombination von Design, Markenführung, Marketing und Kommunikation vermittelt dieser Master-Studiengang alle notwendigen Fähigkeiten im Bereich des kreativen und integrierten Marken- und Kommunikationsmanagement und bereitet seine Studenten optimal auf die Herausforderungen der Zukunft vor.

Dieser Studiengang qualifiziert seine Absolventen ganz besonders zur Übernahme von Management- und Führungsaufgaben und bietet damit einmalige Karrierechancen.

STUDIENINHALTE UND STRUKTUR

Das Studium ist in 5 Module gegliedert.

Modul 1a (Grundlagen der BWL), Modul 1b (Grundlagen Design und Gestaltung), sowie Modul 5 werden im 1. Semester angeboten. Modul 2 und Modul 3 werden im 2. Semester angeboten. Modul 4 (Projekte und Praxis) wird Inhalt des 3. Semesters sein.

Modul 1a: Grundlagen der BWL u. Markenkommunikation

- 1.1a Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre
- 1.2a Markt- und Werbepsychologie
- 1.3a Marketingkommunikation / Werbung
- 1.4a Informations- u. Kommunikationstechniken im Marketing
- 1.5a Marketingplanung /-strategien und Markenführung
- 1.6a Grundlegende Instrumente des Marketing

Modul 1b: Grundlagen Design und Gestaltung

- 1.1b Allgemeine Designgeschichte
- 1.2b Design und Management
- 1.3b Visioneering and Creative Strategies
- 1.4b Aesthetics / Semiotics Theory of Design
- 1.5b Corporate Communication / Textgestaltung in Werbung
- 1.6b Visuelle Gestaltung und Produktion
- 1.7b DTP Desk Top Publishing

Modul 2: Methoden und Management (gemeinsam)

- 2.1 Strategisches Unternehmensplanspiel
- 2.2 Sektorales u. internationales Kommunikationsmanagement
- 2.3 Konfliktmanagement Kommunikation
- 2.4 Rhetorik und Präsentation

Modul 3: Forschung und Instrumente (gemeinsam)

- 3.1 Markentheorie / -führung
- 3.2 Kommunikations- und Werbeforschung
- 3.3 Ethische / ästhetische Aspekte der Markenkommunikation
- 3.4 Methoden der Markenforschung
- 3.5 Marketing- / Kommunikationsinstrumente auf elektronischen Märkten / e-commerce
- 3.6 Innovations- und Akzeptanzforschung im Servicebereich

Modul 4: Projekte und Thesis (gemeinsam)

- 4.1 Business- und Agenturmanagement
- 4.2 Fachübergreifendes Projekt / Fallstudie Konzeption u. Gestaltung
- 4.3 Kreativitäts- / Akquisetechniken
- 4.4 Masterthesis

Modul 5: Wahlpflicht-Modul und Lehrveranstaltungen

- 5.1 Markenspezifische Rechtsfragen
- 5.2 International Management (engl.)
- 5.3 Strategische Unternehmensführung
- 5.4 International Marketing (englisch)
- 5.5 Mitarbeiterführung

IHR NUTZEN

- Hochqualifizierter und akkreditierter Studienabschluss (Master of Arts, M.A.) mit einer in Deutschland einzigartigen Fächerkombination aus Design, Markenführung und Marketing-Kommunikation
- Erfüllung der Zugangsvoraussetzungen zum höheren öffentlichen Dienst in der Bundesrepublik.

BERUFSPERSPEKTIVEN

- Brand-Manager in der Markenartikelindustrie.
- Manager in Design- und Werbeagenturen, sowie im Dienstleistungs- und Investitionsgütersektor, etc.
- Promotion oder Position im höheren öffentlichen Dienst (z.B. Lehrer in Sekundarstufe II), etc.