

## ZULASSUNG

Bewerben können sich alle Absolventen mit dem ersten akademischen Diplom-/Bachelor-Grad einer staatlich anerkannten Hochschule insbesondere der Fachrichtungen Design, BWL (mit Vertiefung Werbung oder Marketing). Bewerbungen sind auch möglich mit anderer BWL-Vertiefung, Kunst, Architektur, Technik oder sonstiger relevanter Studiengänge von Deutschen oder anderen Hochschulen, sofern diese Titel als dem deutschen Abschluss gleichwertig anerkannt werden.

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

Senden Sie uns bitte Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen (Lebenslauf, Zeugniskopien, Motivationsschreiben, Tätigkeitsnachweise, Nachweise über sehr gute Deutschkenntnisse bei Ausländern, zwei Lichtbilder und zwei Empfehlungsschreiben) an die umseitige Adresse.

Ab dem Sommersemester 2008 werden keine Bewerbungen zum Sommersemester mehr zugelassen, mit Beginn des Wintersemesters 2008/09 ist der Studienbeginn nur noch zum Wintersemester möglich. Der Bewerbungsschluss für das Wintersemester ist jeweils der 15. Juni eines Jahres.

## STUDIENDAUER

3 Semester für Studenten mit mindestens 7 semestrigem Erststudium (Regelstudienzeit), bzw. 4 Semester für Studenten mit mind. 6 semestrigem Erststudium (Regelstudienzeit). Bei entsprechender Vorqualifikation kann bei BWL-Absolventen das erste Semester, bzw. Vorleistungen anerkannt werden.

## ADRESSE

**Hochschule Pforzheim**  
Graduate School  
Tiefenbronner Straße 65  
D – 75175 Pforzheim  
Email: [graduate-school@hs-pforzheim.de](mailto:graduate-school@hs-pforzheim.de)

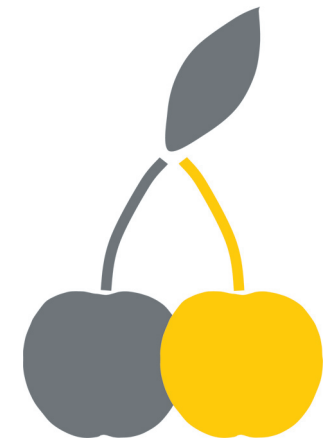
Sekretariat Bereich Marketing / Kommunikation  
Frau Gudrun Hesselschwerdt  
Telefon: ( 07231) 28 – 6075  
Fax: (07231) 28 – 6070  
E-Mail: [gudrun.hesselschwerdt@hs-pforzheim.de](mailto:gudrun.hesselschwerdt@hs-pforzheim.de)

## STUDIENANGLEITUNG

**Prof. Dipl.-Kfm., Dipl.-Des. Richard Linxweiler**  
Email: [richard.linxweiler@hs-pforzheim.de](mailto:richard.linxweiler@hs-pforzheim.de)  
Tel: (07231) 28 – 6288  
Assistenz: (07231) – 28 6363

Weitere Informationen unter:  
[www.hs-pforzheim.de](http://www.hs-pforzheim.de)

Stand: 20.06.07 (Version 2)



FAKULTÄT FÜR WIRTSCHAFT UND RECHT

(MCM) MASTER OF ARTS IN  
**COMMUNICATION MANAGEMENT**

## COMMUNICATION / CREATIVE BRAND MANAGEMENT DIE HERAUSFORDERUNG DER ZUKUNFT

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

Die Intensivierung auch 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 in der Folge zu immer größeren Wirkungsverlusten und damit zu steigenden Kosten. Angesichts dieser Entwicklung rückt die Frage nach effizientem integrierten Marken- und Kommunikations-Management 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 bisher einmalige und unique Master-Studiengang MCM (Master of Arts in Communication Management) konzipiert und mittlerweile akkreditiert.

Durch seine ungewöhnliche 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 6 Module zzgl. der Master-Thesis aufgebaut.

Modul 1 (Grundlagen der BWL) sowie Modul 2 (Grundlagen der Kommunikation) werden im 1. u. im 3. Semester (SS) angeboten.

Modul 3 bis Modul 5 werden im 2 Semester (WS) angeboten. Modul 6 (Projekte und Praxis) wird im 3. Semester angeboten.

Diese Informationen sind noch bis zum 15.08.08 gültig, danach gilt eine neue Studien- und Prüfungsordnung.

### Modul 1: Grundlagen der BWL

- 1.1 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre
- 1.2 Marketingspezifische Rechtsfragen
- 1.3 Buchhaltung und Bilanzerstellung

### Modul 2: Grundlagen der Kommunikation

- 2.1 Psychologische Grundlagen d. Komm./Werbung
- 2.2 Kommunikationspolitik
- 2.3 Kommunikationstechnologie der Neuen Medien
- 2.4 Marketingmanagement

### Modul 3: Forschung und Instrumente

- 3.1 Markentheorie /-führung
- 3.2 Kommunikations- und Werbeforschung
- 3.3 Ethische & ästhetisch-kulturelle Aspekte der Kommunikation

### Modul 4: Design und Gestaltung

- 4.1 Designtheorie/ -geschichte/ -management
- 4.2 Visuelle Gestaltung und Produktion
- 4.3 Corporate Communication  
Textgestaltung in Werbung und PR

### Modul 5: Methoden und Management

- 5.1 Sektorales u. internationales  
Kommunikationsmanagement
- 5.2 Konfliktmanagement
- 5.3 Rhetorik / Präsentation

### Modul 6: Projekte und Praxis

- 6.1 Business- Agenturmanagement
- 6.2 Fachübergreifendes Projekt / Konzeption und Gestaltung
- 6.3 Kreativitäts-/ Akquisitionstechnik

### Thesis (Masterarbeit)

## 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,
- Dienstleistungs- und Investitionsgütersektor, etc.
- Promotion oder Position im höheren öffentlichen Dienst (z.B. Lehrer in Sekundarstufe II), etc.

