

# Medien- und Kommunikationsmanagement M.A. Vertiefung Brandmanagement

Semesterübersicht 3 und 4 Semester

1. Semester	Einstieg mit 180 ECTS	2. Semester	Einstieg mit 210 ECTS	3. Semester	4. Semester
Advanced Digital Technologies 5 ECTS   3 SWS		Globale Entwicklungen in Wirtschaft und Gesellschaft 5 ECTS   3 SWS		Strategie- und Innovationsprozesse 5 ECTS   3 SWS	Leadership and Entrepreneurial Thinking 5 ECTS   3 SWS
Aktuelle Themen im Medienmanagement 5 ECTS   3 SWS		Statistik und Wirtschaftsmathematik 5 ECTS   3 SWS		Medienökonomie und -management 5 ECTS   3 SWS	Media and Communication Research 5 ECTS   2 SWS
Praxisorientiertes Projekt 10 ECTS   3 SWS		Kommunikationstheorien und -modelle 5 ECTS   3 SWS		Finanz- und Rechnungswesen 5 ECTS   3 SWS	Master Thesis 20 ECTS   individuelle Betreuung
		Marketingstrategien 5 ECTS   3 SWS		Marken und Markeneinführung 5 ECTS   3 SWS	
Forschungsorientiertes Projekt 10 ECTS   3 SWS		Interdisziplinäres Projekt 10 ECTS   3 SWS		Fokusprojekt 10 ECTS   3 SWS	
<b>30 ECTS / 12 SWS</b>		<b>30 ECTS / 15 SWS</b>		<b>30 ECTS / 15 SWS</b>	

## Mögliche Jobprofile

- (Digital) Brand Manager/in
- Strategy Director
- Senior Product Manager/in
- Senior Strategic Planner
- Senior Consultant Brand Communications

## Projekte aus dem Studium

- Creative Briefs inkl. Consumer Insight und Positionierung u.a. für TUI Cruises in Zusammenarbeit mit der Agentur Yours Truly
- Benchmark-Studie zur Inszenierung von Luxus in digitalen Medien sowie Ableitung von Marketingmaßnahme für die Marke Rolls-Royce
- Entwicklung einer digitalen Kanal- und Content-Strategy im Bereich Oral Care für die Marken Elmex, Meridol und Colgate