hochschule macromedia
university of applied sciences

Masterstudium inkl. Online-Semester

# Medien- und Kommunikationsmanagement M.A.
# Vertiefung Brandmanagement

Einstieg mit 180 ECTS

| 1. Semester | 2. Semester | 3. Semester |
|---|---|---|
| Globale Entwicklungen in Wirtschaft und Gesellschaft<br>5 ECTS I 3 SWS | Strategie- und Innovationsprozesse<br>5 ECTS I 3 SWS | Führung und Entrepreneurship<br>5 ECTS I 3 SWS |
| Statistik und Wirtschaftsmathematik<br>5 ECTS I 3 SWS | Medienökonomie und -management<br>5 ECTS I 3 SWS | Medien- und Kommunikationsforschung<br>5 ECTS I 2 SWS |
| Kommunikationstheorien und -modelle<br>5 ECTS I 3 SWS | Finanz- und Rechnungswesen<br>5 ECTS I 3 SWS | Master Thesis<br>20 ECTS I individuelle Betreuung |
| Marketingstrategien<br>5 ECTS I 3 SWS | Marken und Markenführung<br>5 ECTS I 3 SWS | |
| Interdisziplinäres Projekt<br>10 ECTS I 3 SWS | Fokusprojekt<br>10 ECTS I 3 SWS | |
| Current Issues (Online Module) I EN<br>5 ECTS I 3 SWS | Digital Technologies (Online Module) I EN<br>5 ECTS I 3 SWS | |
| Practice-based Project (Online Module) I EN<br>10 ECTS I 3 SWS | Research-oriented Project (Online Module) I EN<br>10 ECTS I 3 SWS | |
| **45 ECTS / 21 SWS** | **45 ECTS / 21 SWS** | **30 ECTS / 5 SWS** |

## 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

Stand April 2021. Änderungen vorbehalten.

Online Module I EN