

#### Studiendauer

Vollzeitstudium mit 90 ECTS in 3 Semestern inkl. Master-Thesis

#### Titel

Master of Arts (M. A.)

#### Unterrichtssprache

Deutsch und Englisch (B2)

#### Zielgruppe

Der Studiengang richtet sich an Studierende, die sich für Marke und Design interessieren. Voraussetzung ist ein Vorstudium im Bereich BWL mit Schwerpunkt Marketing bzw. ein Designstudium.

#### Berufsbild

Der Masterstudiengang qualifiziert für leitende Tätigkeiten im Brand Management der Markenartikelindustrie. Die Absolventen haben aufgrund ihrer besonderen Qualifikation an der Schnittstelle zwischen Kreativität und Management verbesserte Einstiegschancen in folgenden Berufsbereichen:

- Design-Management
- PR-Management
- Brand-Management
- Account Management
- Product Management
- Communication Manager in Werbe-, Design-, Kommunikations-, PR-Agenturen sowie in der Industrie im Bereich Marketing, Markenführung, Public Relations

#### Zulassung

Die Zulassung zum Masterstudiengang Creative Communication & Brand Management erfolgt einmal jährlich zum Wintersemester. Vorausgesetzt wird ein Hochschulgrad in einem betriebswirtschaftlichen oder einem designspezifischen Studiengang. Absolventen aus anderen Fachgebieten, mit mehrjähriger berufsspezifischer Erfahrung im Bereich Design oder Marketingkommunikation, können ebenfalls zu diesem Master zugelassen werden. Voraussetzung ist ein Vorstudium mit mindestens 180 ECTS-Punkten.

#### Bewerbung

Bewerbungsfrist ist jeweils der 15. Juni eines Jahres. Nähere Informationen zur Bewerbung und zum zweistufigen Auswahlverfahren erhalten Sie auf der Homepage des Studiengangs.

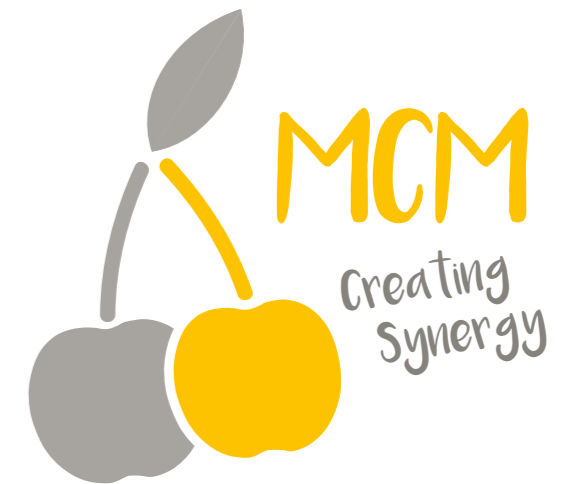
[businesspf.hs-pforzheim.de/studium/studierende/master/creative\\_communication\\_brand\\_management\\_ma/bewerberinnen/bewerbung\\_und\\_zulassung/](https://businesspf.hs-pforzheim.de/studium/studierende/master/creative_communication_brand_management_ma/bewerberinnen/bewerbung_und_zulassung/)

#### Fachstudienberatung

mcm@hs-pforzheim.de  
T +49 7231 28 6075  
F +49 7231 28 6190

Follow us on Instagram: [hspf\\_mcm](https://www.instagram.com/hspf_mcm)

## Business PF Creative Communication and Brand Management Master (M. A.)



#### Business PF

Hochschule Pforzheim  
Fakultät für Wirtschaft  
und Recht  
Business School  
Tiefenbronner Straße 65  
75175 Pforzheim



**Auf kreative Herausforderungen der Zukunft vorbereiten. Interdisziplinäre Führungsaufgaben übernehmen. Management-Fähigkeiten entwickeln.**

## Der Studiengang

In einer Informationsgesellschaft, in der immer mehr dynamische Medien um die Gunst der menschlichen Wahrnehmung konkurrieren und die Informationsüberlastung gleichzeitig stetig wachsen lässt, wird es für Unternehmen und andere Organisationen zunehmend schwieriger, im Informationsdschungel „gehört“ zu werden. Das flexible und agile Management von Kommunikation, Marken und Medien wird zum entscheidenden Erfolgsfaktor. Der Bedarf an kreativen Kommunikationsmanagement-Skills und die Nachfrage an entsprechend ausgebildeten Mitarbeitern und insbesondere Führungskräften werden steigen, und zwar in allen kommunikations-, medien- und markennahen Bereichen.

Der Masterstudiengang „Creative Communication and Brand Management“ (MCM) der Hochschule Pforzheim wird diesen Anforderungen seit vielen Jahren in hohem Maße gerecht. Er ist ein dynamischer, strikt interdisziplinärer Studiengang, der gleichzeitig Betriebswirtschafts-Bachelor und Design-Bachelor sowie Bachelor in Medien- und Kommunikationswirtschaft ins Studium aufnimmt („Y-Modell“). Die Zusammensetzung der Studierenden sowie das Ausbildungsprofil des MCM haben bundesweit im Hochschulvergleich auch nach fast zwei Jahrzehnten ihres Bestehens ihre Eigenständigkeit und Alleinstellung bewahren können.

Durch die Kombination von Marken- und Medienkommunikation mit Kurations- und Designaspekten vermittelt das Studium alle notwendigen Management-Fähigkeiten im Bereich des Kommunikations-, Medien- und Brandmanagements und bereitet optimal auf die kreativen Herausforderungen der Zukunft vor. Er qualifiziert in besonderem Maße für die Übernahme von interdisziplinären Führungsaufgaben an der Schnittstelle zwischen Kreation, Konzeption, Kommunikation und Management von Marken und Medien.

Danach wird für die angestrebte Kompetenz an der Schnittstelle von betriebswirtschaftlichem Kommunikations-, Marken- und Designmanagement ein wachsender Bedarf sowohl in den spezialisierten Agenturen als auch bei industriellen und serviceorientierten Unternehmen gesehen.

## Die Studieninhalte

Mit dem Masterstudiengang werden die Studierenden in die Lage versetzt, komplexe management- und designorientierte Kommunikations- und Markenaufgaben aus betriebswirtschaftlicher Sicht zu analysieren sowie integrierte Problemlösungen zu konzipieren, zu koordinieren und zu implementieren. Sie erwerben die Fähigkeiten, wie ein Dialog und dauerhafte Beziehungen mit allen relevanten Zielgruppen einer Organisation aufgebaut werden können, wie die reibungslose Zusammenarbeit aller an der Kommunikation Beteiligten sichergestellt und die Kommunikations- und Markeninstrumente integriert eingesetzt werden. Damit sind sie prädestiniert für interdisziplinäre und kreativitätsorientierte Führungsaufgaben an den Schnittstellen zwischen Kreation und Management in modernen Organisationen.

Durch die Kombination von Marketing/Kommunikation und Designaspekten vermittelt das Studium notwendige Fähigkeiten zur Analyse und Lösung komplexer Fragestellungen im Kommunikations- und Markenmanagement.

Das besondere Ausbildungsprofil der gemeinsamen Ausbildung von Betriebswirten und Designern wird derzeit in Deutschland nur von der Hochschule Pforzheim angeboten.

### Grundlagen BWL und Markenkommunikation (für Designer)

- 1b Grundlagen der BWL
- 2b Grundlagen der Psychologie u. Onlinemarketing
  - Markt- und Werbepsychologie
  - Digital Marketing
- 3.1b Grundlagen Kommunikationsmanagement
  - Kommunikationsmanagement
- 3.2b Grundlagen Marketing

### Grundlagen Design (für Betriebswirte)

- 1d Grundlagen Design 1
  - Corporate Communication/ Textgestaltung in Werbung und PR
  - Visuelle Gestaltung und Produktion
  - DTP Desk Top Publishing
- 2d Grundlagen Design 2 (Multidisciplinary Design Project)
  - Identity Building Project / oder Intercultural Design Project
  - Brand-, Corporate-, Product-Identity
- 3d Grundlagen Design 3 (Design Methodology)  
Visioneering, Creative Strategies and Artistic Perception
  - Systems Theory

- 4 Wahlpflichtfächer Modul 4 (für Betriebswirte und Designer)
  - Interdisziplinäre Einführung (u.a. Students teach Students)
  - Rhetorik und Präsentation
  - Markenspezifische Rechtsfragen
  - International Management
  - Buchführung und Bilanzanalyse / Kostenrechnung
  - Leadership
  - Brand Management
  - zusätzliche Kurse in Englisch (IMEP-Programm)
  - Interdisziplinäre Studien

- 5 Management
  - Sektorales und internationales Kommunikationsmanagement
  - Business- und Agenturmanagement

- 6 Training
  - Strategisches Unternehmensplanspiel
  - Konfliktmanagement und Führungspersönlichkeit
  - Kreativitäts- und Akquisetechniken

- 7 Forschung
  - Markt- und Marketingforschung
  - Research in Innovation and Communication

- 8 Branding
  - Digital Brand Transformation
  - International Marketing and Brand Management

- 9 Instrumente
  - Ethische/ästhetische Aspekte der Markenkommunikation
  - Methoden der Markenforschung

- 10 Markentheorie und Projektmanagement in der Markenführung

- 11 Projekte
  - Fachübergreifendes Projekt/Fallstudie Konzeption und Gestaltung

- 12 Thesis

In Wahlfächern arbeiten die Studierenden teilweise in transdisziplinären Teams mit Kommilitoninnen und Kommilitonen aus anderen nationalen und internationalen Masterprogrammen der Business School zusammen.

## Ihre Vorteile

- **Einzigartige Management-Kompetenz an der Schnittstelle zwischen Kreativität und Management**
- **Zahlreiche interdisziplinäre Projekte (in Design und Brand-Management)**
- **Enge Verzahnung von Theorie und Praxis**
- **Solides Fundament durch breite Qualifizierung**
- **Kleine Gruppen und persönliche Kultur**
- **Individuelle Profilbildung ab dem ersten Semester**
- **Planbarkeit und Flexibilität mit Freiraum**
- **Weltweit anerkannter Abschluss (AACSB-Akkreditiert)**

## Labore

### Videolabor

Das Videolabor ist mit einem Aufnahmestudio mit Bluebox ausgestattet. Für die Postproduktion steht ein Videoschnittraum mit sechs identischen Arbeitsplätzen basierend auf dem Apple-Betriebssystem mit Schnitt-, Compositing- und Animationssoftware zur Verfügung.

### Studio Computergestützte Medienerstellung

Ein Schulungs- und ein Projektraum mit insgesamt 32 Computerarbeitsplätzen (basierend auf Apple Betriebssystem) stehen Ihnen rund um die Uhr per Codekartenzugang zur Verfügung. Die Rechner sind mit gängiger Software aus den Bereichen Layout, Bildbearbeitung, Statistik, Webdesign und Officeprogrammen ausgestattet. Der Projektraum bietet eine ideale Arbeitsumgebung für Projekt- und Gruppenarbeiten.