Welcome to Masterinfo 15. April 2020. !!

Creative Communication and Brand Management (M.A.)

HS PF

Creative Communication and Brand Management (M.A.)

Richard Linxweiler
Studiengangleiter MCM

Julia Jähnert M.A.
Wiss. Mitarbeiterin MCM

HS PF

Agenda MCM Vorstellung

1. Begrüßung durch Studiengangleiter (5 min)

2. Informations-Block (20 min)

- Aufbau des MCM, Berufsperspektiven, Zulassungsvoraussetzungen (10 min)
- Einblick in Inhalte, z.B. Praxisprojekte, Wahlfächer (5 min)
- Bewerbungsverfahren (5 min)
- parallel: Sammlung von offenen Fragen der Teilnehmer über eine **Chat-Funktion**

3. „Talk-Runde“, Fragen aus dem Chat beantworten (15 min)

Creative Communication and Brand Management (M.A.)

- Kombination aus Marketing Kommunikation, Brand Management und Gestaltung
- Entwicklung von Fähigkeiten, um komplexe Kommunikations- und Gestaltungsaufgaben zu analysieren und zu lösen
- Einstieg für Absolventen sowohl aus der Betriebswirtschaft wie aus der Gestaltung

MCM
Creating Synergy

AACSB ACCREDITED

Akkreditiert durch AQAS
www.aqas.de

Home > Country > Germany > **Corporate Communication**

Key icons

Additional information / brochure | Video interview with the program director | Request info / Application

See filters

COUNTRY	RANK	SCHOOL / PROGRAM	INFORMATIONS
Germany	8 ★★★★	**Master of Media and Communication Studies: Digital Communication - School of Humanities** University of Mannheim	
Germany	38 ★★★	**MA Intercultural Communication** LMU München - Faculty of Cultural Studies	
Germany	41 ★★★	**Master Creative Communication and Brand Management (M.A.)** Pforzheim University - Business School	

HS PF

ServiceLand

ECHO ruft die Region

MCM Creating Synergy

caracole

HS PF

Abschlussgrad
Master of Arts (M.A.)
Unterrichtssprache
Deutsch/Englisch

Bewerbungsschluss
für Master in der Fakultät Wirtschaft und Recht: 15. Juni

Beginn
Jeweils zum Wintersemester (aktuell: ab 1. November 2020).

Dauer
3 Semester für 210 Credits aus Vorstudium / 4 Semester bei 180 Credits aus Vorstudium

FRISTEN ZUR BEWERBUNG

Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen müssen die Hochschule bis zu den aufgeführten Bewerbungsfristen erreichen.

Es handelt sich bei den Bewerbungsfristen jeweils um sogenannte Ausschlussfristen, d.h. wenn eine Bewerbung nach dem Termin die Hochschule erreicht, kann diese nicht mehr berücksichtigt werden.

Fristen für Bachelor-Studiengänge

	Fakultät für Technik	Fakultät für Wirtschaft und Recht	Fakultät für Gestaltung
Wintersemester	15. Juli	15. Juli	30. April* 15.Juli
Sommersemester	15. Januar	15. Januar	30. Oktober* 15. Januar

*) Bei den Studiengängen der Gestaltung muss eine Aufnahmeprüfung durchlaufen werden. Liegt noch keine bestandene Aufnahmeprüfung vor, so gelten der 30. April bzw. 30. Oktober.

Fristen für Master-Studiengänge

	Fakultät für Technik	Fakultät für Wirtschaft und Recht
Wintersemester	15. Juni	15. Juni

HS PF

Bewerbungsverfahren zum WS 2020/21

Ausschließlich Online Bewerbungsverfahren!!

Online-Portal wird **heute** freigeschaltet!!

https://campus.hs-pforzheim.de

Online-Bewerbung

Die Bewerbung erfolgt papierlos über unser Bewerbungsportal.

Bitte registrieren Sie sich dort zunächst mit Ihren persönlichen Daten, um Ihre Zugangsdaten für das Bewerbungsportal zu erhalten.

Im Laufe des Bewerbungsvorgangs werden Sie aufgefordert, Ihre Bewerbungsunterlagen im PDF-Format hochzuladen.

Bitte beachten Sie, dass die Bewerbung nur fortgesetzt werden kann, wenn das jeweilige Dokument hochgeladen wurde. Wir empfehlen daher, die Bewerbung erst durchzuführen, wenn alle Dokumente vorliegen. Für die Bewerbungsphase genügt der vollständige PDF-Upload Ihrer Dokumente; beglaubigte Nachweise sind nicht erforderlich. Im Falle eines Zulassungsangebots erhalten Sie dann im Bewerberportal nähere Informationen, welche Dokumente mit der Immatrikulation in beglaubigter Form einzureichen sind.

Im Rahmen Ihrer Online-Bewerbung über das Master-Bewerbungsportal halten Sie bitte folgende Unterlagen zum Upload bereit:

- Tabellarischer Lebenslauf
- Nachweis der Hochschulzugangsberechtigung
- Nachweis des Erststudiums (Bachelor-/Diplomzeugnis sowie Bachelor-/Diplomurkunde, alternativ eine vorläufige Leistungsübersicht)
- Nachweis **Englischkenntnisse*** (Sprachniveau B2 gemäß dem Europäischen Referenzrahmen)
- ggf. Nachweis **Deutschkenntnisse** (für Bewerber*innen, deren Muttersprache nicht die deutsche ist)
- Nachweis über Berufserfahrung in Teil- oder Vollzeit (falls vorhanden; Tätigkeiten ab einer Dauer von 12 Monaten)
- Nachweis Praktika im In- oder Ausland, studienrelevante oder berufliche Auslandsaufenthalte (falls vorhanden)
- Nachweis: Zertifikate, Zusatzqualifikationen, Projekte, Zusatzfächer (falls vorhanden)

1. Bitte beachten Sie, dass Sie der Hochschule Pforzheim den **im Master-Bewerbungsportal generierten Antrag vollständig** ausgefüllt zukommen lassen müssen, um beim Auswahlverfahren berücksichtigt zu werden. Unvollständige Bewerbungen können nicht berücksichtigt werden bzw. werden unvollständig eingereichte Bewerbungsbestandteile nicht bewertert.

2. Bitte stellen Sie alle Unterlagen als **PDF** im Portal ein.

Ihre Englischkenntnisse sollten **mindestens dem Niveau B2** des Europäischen Referenzrahmens entsprechen, üblicherweise **nachgewiesen z.B. über TOEFL, Cambridge Certificate, IELTS, LCCI, TELC oder TOEIC**.
Als **gleichwertig mit B2** wird zudem der Nachweis über den **Studienabschluss an einer englischsprachigen Hochschule** akzeptiert (ein Auslandssemester reicht hingegen nicht).

Alternativ wird im Zuge der Bewerbung auch eine **explizite Bestätigung des Niveaus B2 durch eine staatlich anerkannte deutsche Hochschule** akzeptiert.

Nicht anerkannt werden Nachweise des B2-Niveaus im Abiturzeugnis bzw. Zeugnis der Fachhochschulreife sowie andere Nachweise als die genannten.

ZULASSUNGSSATZUNG FÜR DIE MASTERSTUDIENGÄNGE

der Hochschule Pforzheim
– Gestaltung, Technik, Wirtschaft und Recht –

Allgemeiner Teil

Einschließlich

12. Änderungssatzung vom 23.01.2019

HS PF

§ 3 Zulassungsvoraussetzungen

Die Zulassungsvoraussetzungen für die Aufnahme eines Studiums sind in allen Masterstudiengängen:

a) Ein abgeschlossenes Hochschulstudium (siehe § 11 Abs. 1 [Ma] der Studien- und Prüfungsordnung der Hochschule Pforzheim) mit folgendem fachspezifischen Bezug zum angestrebten Masterstudium:

MCBM	Betriebswirtschaftlicher Hochschulgrad mit Vertiefungsfächern Marketing, PR, Markenführung, Marktforschung, Werbung Medien oder vergleichbarer Vertiefung oder designspezifischer Hochschulgrad. Bei Vorliegen anderer Hochschulgrade müssen besondere berufsspezifische Leistungen im Bereich Design oder Marketingkommunikation erbracht worden sein im Umfang von mindestens einem Jahr Berufserfahrung in den Bereichen Markenführung, Design, PR bzw. Marketingkommunikation.

Fachrichtungen BWL	**Design**
Internationale BWL	Produktdesign
Internationale BWL Schwerpunkt Marketing	Retail Design
International Management	Kommunikationsdesign
BWL/Marketingkommunikation und Werbung	Mode- und Designmanagement
BWL/ Int. Marketing	Visuelle Kommunikation
BWL/ Marketing	Modedesign
BWL/ Int. Marketing	Schmuckdesign
BWL / Marktforschung	Accessoire Design
BWL/ Mediamanagement und Werbepsychologie	Schmuck und Objekte der Alltagskultur
Medienwirtschaft	Interior Design
Int. Culture & Management	Texxtildesign
Int. Management	Service Design
BWL+Kultur - & Freizeitmanagement	Automobildesign
Int. Marketing	Transportation Design
Business and Marketing	Umweltdesign
Medienmanagement	Industrial Design
Medientechnik	sonstige Desdigndisziplinen
Medienwirtschaft	
Digitale Medien	
Werbung und Marktkommunikation	
International Business (Marekting and Strategy)	
Wirtschaftsingenieurwesen	
Betriebswirschaft	
Business Administration	
BWL Dienstleistungsman. Und Kommunikation	
Online Medien Management	

Englisch: B2 Level

Studiengang Creative Communication & Brand Management (M.A.)
- Zulassungsordnung und -richtlinien -

Auswahlverfahren: 1. Stufe

Kriterien bei der Bewerber-Vorauswahl:

	Kriterium	Gewichtung
1.	Note der Hochschulzugangsberechtigung (HZB)	15
2.	Note des Hochschulabschlusses	30
3.	verwertbare fachspezifische Berufs- oder Ausbildungsinhalte*	55**

***) **) Erläuterung zu § 6 Abs. 3 lit. 6: Zusammensetzung der 55 Bewertungspunkte bei Kriterium 3**

	Erfahrungen	Beispiele	Punktevergabe
a	einschlägige Berufs-/Praktikumserfahrung	passendes studiengangsbezogenes Praktikum/Berufserfahrung (z.B. 6 Mo. Praktikum in Werbe-/Designbereich)	max 20 Pkte; Richtwerte: >1 Jahr = 20 Pkte., 6-12 Mo.= 12 Pkte; 3-6 Mo. = 3 Pkte
b	Auslandserfahrung/-aufenthalte		max 10 Pkte.; >1 Jahr 10 Pkte., 6-12 Mo.= 5 Pkte; 3-6 Mo. = 3 Pkte
c	Vertiefungsfächer/Engagement aus vorherigem Studium	z.B. einschlägige Zertifikatsprogramme (z.B. PR , Design, Marketing, Werbung) u. einschlägiges Engagement aus vorherigem Studium (in Werbung /Markenführung/ Design/z.B. Events/Projekte, etc.)	max 25 Pkte.; pro Zertifikat 6 Pkte.; pro einschlägigem Engagement 1-3 Pkte.

Es wird lediglich eine formale Prüfung auf Basis der schriftlichen Unterlagen vorgenommen. Eine Überprüfung der Belastbarkeit ausgewählter Kompetenzen wird im Rahmen des Auswahlgesprächs

§ 3 Zulassungsvoraussetzungen

Die Zulassungsvoraussetzungen für die Aufnahme eines Studiums sind in allen Masterstudiengängen:

a) Ein abgeschlossenes Hochschulstudium (siehe § 11 Abs. 1 [Ma] der Studien- und Prüfungsordnung der Hochschule Pforzheim) mit folgendem fachspezifischen Bezug zum angestrebten Masterstudium:

Auswahlverfahren: 1. Stufe

	MEM	MPE	MES	MMS	MIS	MCBM	MACFA	MBA IM	MHRM	MBAM	MLICS	MIDM	MCCM	MMI
1. Note der Hochschul-zugangsberechtigung (HZB)°)					15	15			7,5		15	15	15	15
2. Note des Hochschulabschlusses°)	30	45	45	45	30	30	45	-	30		30	30	30	30
3. GMAT bzw. Note der Hochschulzugangsberechtigung entsprechend § 2 h°)								45		45				
4. Qualität des Motivationsschreibens	15	15	25	20	15	0	0	15	15	15	15	15	15	15
5. Referenzschreiben gemäß § 3e	10	10	15	15	10	0	0	0	10			10		
6. verwertbare fachspezifische Berufs- oder Ausbildungsinhalte,	45[a)]	15	15	20[h)]	30	55[b)]	55[c)]	40[d)]	30	40[e)]	40[f)]	30	40[g)]	40[i)]
7. Methoden der empirischen Sozialforschung									7,5					
8. Exposé		15												

°) Zur genauen Punktevergabe siehe Anlage

[a)] MEM: Die Gewichtung wird wie folgt vorgenommen:
- Bewertung Studieninhalte Erststudium hinsichtlich des Qualifikationsrahmens WI — max. 30 Punkte
- Praxis- und Auslandserfahrung — max. 15 Punkte

[b)] MCBM: Die Gewichtung wird wie folgt vorgenommen:
- einschlägige Praktika Inland — max. 9 Punkte
- einschlägige Praktika/Studienaufenthalte Ausland — max. 9 Punkte
- einschlägige Vollzeit-Berufstätigkeit (Inland oder Ausland) — max. 12 Punkte
- Vertiefungsfächer Gestaltung (für BWLer) / BWL für Gestalter — max. 13 Punkte
- Zertifikate / Großprojekte im Marketing / Design, außercurricular — max. 12 Punkte

§ 7 Auswahlgespräch (zweite Stufe)

(1) Das Auswahlgespräch erfolgt grundsätzlich persönlich. [2]Bei Bewerbern, die sich zum Zeitpunkt des Auswahlgesprächs im Ausland befinden, ist in Ausnahmen auch ein telefonisches Gespräch möglich. [3]Das Gespräch wird in der Regel in einem Zeitraum von vier Wochen nach Bewerbungsschluss an der Hochschule Pforzheim durchgeführt. [4]Die Bewerber werden von der Hochschule zum Gespräch rechtzeitig eingeladen.

(2) Die Mitglieder der Auswahl- bzw. Gesprächskommission bewerten nach Abschluss des Gesprächs den Bewerber nach den nachfolgend genannten Kriterien, wobei maximal die in der Tabelle genannten Punktzahlen erreicht werden können:

	MEM	MPE	MES	MMS	MIS	MCBM	MACFA	MBA IM	MHRM	MBAM	MLICS	MIDM	MCCM	MMI
a) Punktzahl des Vorverfahrens (§ 6 Abs. 3)	maximal 100													
b) Studienmotivation (als Ergebnis des Gesprächs)	15	25	25	20	10	10	10	25	20	25	20	30	10	10
c) Soziale Kompetenz	15	20	20	20	20	10	10	25	20	25	15	20	20	20
d) Darstellungsfähigkeit	20	20	20	20	20	10	10	25		25	15	20	20	20
e) Studienrelevante Sprachkenntnisse (als Ergebnis des Gesprächs)	10	10	10	10	10	10	30	25	20	25	20		10	10
f) Fach- und Methoden-kompetenz, analytisches Denken	40[a)]	25	25	30[h)]	40[b)]	40[c)]	40[d)]		40[e)]		30[f)]	30	40[g)]	40[i)]
g) Weitere studienrelevante Qualifikationen (als Ergebnis des Gesprächs)						20								

[Anmerkung: Insgesamt können maximal 200 Punkte erreicht werden]

Modulaufbau des MCM

1. **Semester:**

Modul B (1-3) Grundlagen BWL und Marketingkommunikation (für Studenten ohne BWL- Vorkenntnisse, z.B. Designer)
Modul D (1-3) Grundlagen Design (für Studenten ohne Designvorkenntnisse, z.B. BWLer)
Modul 4 Wahlpflichtmodul für Designer und BWLer

2. Semester:

Modul 5 **Management** (gemeinsam) (tlw. Im 3. Semester)
Modul 6 **Training** (gemeinsam) (tlw. Im 3. Semester)
Modul 7 **Forschung** (gemeinsam)
Modul 8 **Branding** (gemeinsam)
Modul 9 **Instrumente** (gemeinsam)
Modul 10 **Markentheorie** und Projektmanagement i.d. Markenführung

3. Semester:

Modul 11 **Projekte** (gemeinsam)
Modul 12 **Masterthesis**

MCM Studien- und Prüfungsplan (SPO)
gültig ab WS 20/21
Seite 1

Programmteil des 1. Semesters für Studierende mit Bachelorabschluss im Bereich Design

Wahlpflichtfächer siehe Modul 4

Programmteil des 1. Semesters für Studierende mit Bachelorabschluss im Bereich BWL

	Module und Lehrveranstaltungen	LV-Sprache	Modul- / LV Nummer	Gesamt SWS	Gesamt Credits	1. Sem. SWS	1. Sem. Credits	2. Sem. SWS	2. Sem. Credits	3. Sem. SWS	3. Sem. Credits	Prüfungsleistungen: Prüfungsart [1]	Prüfungsleistungen: Klausurdauer in Minuten
	Grundlagen BWL und Markenkommunikation (für Studenten ohne entspr. Vor												
1b.	**Grundlagen der BWL**		**GMT5150**	**4**	**5**								
	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	D	GMT5111			4	5					PLK/PLR/PLM	60
2b.	**Grundlagen der Psychologie u. Onlinemarketing**		**MKT2050**	**4**	**6**								
	Markt- und Werbepsychologie	D	MKT 2051			2	3					PLH	
	Digital Marketing	D	MMM 2051			2	3					PLK	60
3.1b	**Grundlagen Kommunikationsmanagement**		**MCO2410**	**4**	**6**								
	Kommunikationsmanagement	D	MCO2401			4	6					PLR/ PLH/ PLK/PLM	90
3.2b	**Grundlagen Marketing**		**MCO 2050**	**4**	**5**								
	Grundlagen des Marketing	D/E [4]	MCO2051			4	5					PLK	60
4.	**Wahlpflichtfächer (siehe Modul 4)**		**MCO2070**	**6**	**8**								
	siehe Modul 4					6	8						
	Summe der Module für Designer (1B-3.2B + 4)			**22**	**30**	**22**	**30**						
	Grundlagen Design (für Studenten ohne entspr. Vorbildung, z. B. Betriebswirte												
1d.	**Grundlagen Design 1** [2]		**CDC5010**	**6**	**9**								
	Corporate Communication/ Textgestaltung in Werbung und PR	D	MCO5011			2	3					**PLK**	60
	Visuelle Gestaltung und Produktion	D/E [4]	MCO5012			2	3					PLH/PLR/PLP	
	DTP Desk Top Publishing	D	MCO5013			2	3					PLH/PLR/PLP	
2d.	**Grundlagen Design 2 (Multidisciplinary Design Project 1)** [2]		MDP 2010	**6**	**8**								
	Identity Building Project / oder Intercultural Design Project	D	MPD2011/12			4	6					PLP/PLH	
	Brand-, Corporate-, Product-Identity	D	CDC 2031			2	2						
3d.	**Modul 3D: Grundlagen Design 3 (Design Methodology)**		**CDC2050**	**4**	**5**								
	Visioneering, Creative Strategies and Artistic Perception	D	CDC2051			2	3					PLR/PLK	
	Systems Theory	D	CDC2052			2	2						60
4.	**Wahlpflichtfächer (siehe Modul 4)**		**MCO2070**	**6**	**8**								
	siehe Modul 4					6	8						
	Summe der Module für Betriebswirte (1D-3D + 4)			**22**	**30**	**22**	**30**						

MCM Studien- und Prüfungsplan (SPO)
gültig ab WS 20/21
Seite 2

Wahlpflichtfächer siehe Modul 4

Wahlpflichtfächer Angebot für alle Studierenden im 1. Semester

Veranstaltungen des 2.+3. Semesters

Module 5- 11 gemeinsames Curriculum

	Module und Lehrveranstaltungen	LV-Sprache	Modul- / LV Nummer	Gesamt SWS	Gesamt Credits	1. Sem. SWS	1. Sem. Credits	2. Sem. SWS	2. Sem. Credits	3. Sem. SWS	3. Sem. Credits	Prüfungsleistungen: Prüfungsart [1]	Prüfungsleistungen: Klausur-dauer in Minuten
4.	**Wahlpflichtfächer** (gemeinsam) [3] [4]		**MCO2070**	6	8								
	Interdiziplinäre Einführung	D	MCO2071			(2)	(2)					UPL	
	Rhetorik und Präsentation	D	SIC5023			(2)	(2)					UPL	
	Markenspezifische Rechtsfragen	D	LAW5031			(2)	(3)					PLK/PLR/PLM	60
	International Management (TN Anzahl begrenzt)	E [4]	GMT5013			(2)	(3)					PLK/PLR/PLM	60
	Buchführung und Bilanzanalyse / Kostenrechnung	D	GMT5014			(2)	(3)					PLK/PLR/PLM	60
	Leadership (TN Anzahl begrenzt)	E [4]	HRM 5112			(2)	(3)					PLR/PLK	60
	Interdisziplinäre Studien	E [4] /D	IDS 5010			(2)	(3)					je nach konkreter Anrechnung	
5.	**Management**		**MCO 5090**	4	5								
	Sektorales und internationales Kommunikationsmanagement	D	MCO 5091					2	3			PLH/PLR/PLP	
	Business- und Agenturmanagement	D	MCO 5092							2	2		
6.	**Training**		**MCO5070**	6	6								
	Strategisches Unternehmensplanspiel	D	GMT5024					2	2			UPL	
	Konfliktmanagement und Führungspersönlichkeit	D	SIC5022					2	2			UPL	
	Kreativitäts- u. Akquisetechniken	D	MCO 6073							2	2	UPL	
7.	**Forschung**		**MAR5060**	4	6								
	Markt- und Marketingforschung	D	MAR 5041					2	3			PLH/PLR/PLP	
	Research in Innovation and Communication	E [4]	MAR 5062					2	3				
8.	**Branding**		**MAR5070**	4	6								
	Digital Brand Transformation	E [4]	MAR5072					2	3			PLK/PLR	60
	International Marketing and Brand Management	E [4]	MAR6073							2	3	PLK/PLR	
9.	**Instrumente**		**MCO5160**	4	6								
	Ethische/ästhetische Aspekte der Markenkommunikation	D	MCO5061					2	3			PLK/PLR/PLH	60
	Methoden der Markenforschung	D	MAR5053					2	3				
10.	**Markentheorie u. Projektmanagement i. d. Markenführung**		**MCO5120**	4	8								
	Markentheorie u. Projektmanagement i. d. Markenführung	D	MCO5121					4	8			PLK+PLP+PLR	60
11.	**Projekte**		**MCO6020**	4	8								
	Fachübergreifendes Projekt/Fallstudie Konzeption u. Gestaltung	D	MCO6021							4	8	PLP	
12.	**Thesis**		**MCO6100**		15								
	Masterthesis	D/ E	THE6101								15	PLT	
	Summe			52	90	22	30	20	30	10	30		

[1] Sind mehrere Prüfungsarten genannt, bestimmen die Prüfer nach Maßgabe von §12 Abs. 5 StuPO die Art und Anzahl der Prüfungsleistungen.

[2] Die Veranstaltungen der Module 1 bis 3 (B u. D) können nach Genehmigung durch den Studiendekan durch andere Veranstaltungen der HS Pforzheim ersetzt werden.

[3] Es sind insgesamt 8 Credits zu erreichen. Die obligatorischen 8 Credits im Wahlpflicht-Modul 4 können nach Genehmigung durch den Studiendekan durch andere Master-Veranstaltungen der Hochschule Pforzheim ersetzt werden. Bitte Fußnote 4) beachten.

[4] **Englisch-Credits:** Es sind insgesamt mindestens 15 Credits in Englisch zu erwerben. Diese können nach vorheriger Absprache mit den zuständigen Dozenten und dem Studiendekan auch über Angebote aus dem IMEP-Programm oder anderen englischsprachigen Masterangeboten der HS Pforzheim erworben werden. Der Erwerb der 15 Credits in Englisch kann nicht über die englischsprachige Master-Thesis vorgenommen werden.

Anrechnungen aus dem Vorstudium sind nicht möglich. Abweichendes Angebot vorbehalten.

Benefits des Masterstudiums

Interdisziplinäres Studium, neue Felder des Design und der Markenführung

Zweiter, zusätzlich qualifizierender Abschluss und damit Erhöhung der Chancen auf Arbeitsmarkt ggü. Bachelor-ab-solventen und Diplomabsolventen

Möglichkeiten des Zugangs in den höheren öffentlichen Dienst (z.B. Lehramt)

Zusätzlich bessere Chancen ggü. Universitätsabsolventen (da Master und praxisorientiertes Studium)

Wo arbeiten unsere Absolventen?

Internationale Markenunternehmen
Porsche, Blaupunkt, Lòreal, Hugo Boss, Mercedes Benz, Beiersdorf, BASF, Glaxo SmithKline, BMW, Audi, dm, EY, CapGemini, Google, SAP, etc.

Agenturen
industrial, Stuttgart, BBDO Düsseldorf, Y&R, FFM ., enterprise, Hamburg, WOB, Viernheim, Ogilvy,

Banken, Dienstleistungsunternehmen, Lehrdienst im öffentlichen Dienst, Medienunternehmen

Selbstständig als Agenturinhaber

Einstiegsgehälter: Unterschiedlich, jedoch höher als bei Diplom- oder Bachelorabschluss

Masterinfo April 2020

Danke!
Fragen!

Creative Communication and Brand Management (M.A.)

HS PF