

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

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	Modules and Courses	LV-Sprache	Modul- / LV Nummer	Gesamt		1. Sem.		2. Sem.		3. Sem.		Prüfungsleistungen	
				SWS	Credits	SWS	Credits	SWS	Credits	SWS	Credits	Prüfungsart ¹⁾	Klausur-dauer in Minuten
Grundlagen BWL und Markenkommunikation (für Studenten ohne entspr. Vorbildung, z. B. Designer)													
1b. Grundlagen der BWL	Basics in Business Administration		GMT5150	4	5								
Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	Basics in Business Administration	D	GMT5111			4	5					PLK/PLR/PLM	60
2b. Grundlagen der Psychologie u. Onlinemarketing	Fundamentals of Psychology and Online-Marketing		MKT2050	4	6								
Markt- und Werbepsychologie	Market- and Consumer Psychology	D	MKT 2051			2	3					PLH	
Digital Marketing	Digital Marketing	D	MMM 2051			2	3					PLK	60
3.1b Grundlagen Kommunikationsmanagement	Management of communication		MCO2410	4	6								
Kommunikationsmanagement	Management of communication	D	MCO2401			4	6					PLR/ PLH/ PLK/PLM	90
3.2b Grundlagen Marketing	Fundamentals of Marketing		MCO 2050	4	5								
Grundlagen des Marketing	Fundamentals of Marketing	D/E 4)	MCO2051			4	5					PLK	60
4. Wahlpflichtfächer (siehe Modul 4) siehe Modul 4	Electives (see Module 4) see Module 4		MCO2070	6	8								
						6	8						
Summe der Module für Designer (1B-3.2B + 4)	Total Module Design (1B-3.2B + 4)			22	30	22	30						
Grundlagen Design (für Studenten ohne entspr. Vorbildung, z. B. Betriebswirte)													
1d. Grundlagen Design 1²⁾			CDC5010	6	9								
Corporate Communication/ Textgestaltung in Werbung und PR	Corporate Communication/ Text Layout in Advertising and PR	D	MCO5011			2	3					PLK	60
Visuelle Gestaltung und Produktion	Visual Design und Production	D/E 4)	MCO5012			2	3					PLH/PLR/PLP	
DTP Desk Top Publishing	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	Identity Building Project / or Intercultural Design Project	D	MPD2011/12			4	6					PLP/PLH	
Brand-, Corporate-, Product-Identity	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	Visioneering, Creative Strategies and Artistic Perception	D	CDC2051			2	3					PLR/PLK	
Systems Theory	Systems Theory	D	CDC2052			2	2						60
4. Wahlpflichtfächer (siehe Modul 4) siehe Modul 4	Electives (see Module 4) see Module 4		MCO2070	6	8								
						6	8						
Summe der Module für Betriebswirte (1D-3D + 4)	Total Module Design (1D-3D + 4)			22	30	22	30						
4. Wahlpflichtfächer (gemeinsam) ³⁾⁴⁾	Electives		MCO2070	6	8								
Interdisziplinäre Einführung	Interdisciplinary Introduction	D	MCO2071			(2)	(2)					UPL	
Rhetorik und Präsentation	Rhetorics and Presentation	D	SIC5023			(2)	(2)					UPL	
Markenspezifische Rechtsfragen	Specific Judicial Subjects of Brands	D	LAW5031			(2)	(3)					PLK/PLR/PLM	60
International Management (TN Anzahl begrenzt)	International Management	E 4)	GMT5013			(2)	(3)					PLK/PLR/PLM	60
Buchführung und Bilanzanalyse / Kostenrechnung	Fundamentals of Accounting	D	GMT5014			(2)	(3)					PLK/PLR/PLM	60
Leadership (TN Anzahl begrenzt)	Leadership	E 4)	HRM 5112			(2)	(3)					PLR/PLK	60
Interdisziplinäre Studien	Interdisciplinary Studies	E 4) /D	IDS 5010			(2)	(3)					je nach konkreter Anrechnung	
5. Management	Management		MCO 5090	4	5								
Sektorales und internationales Kommunikationsmanagement	Sectoral and International Communication Management	D	MCO 5091					2	3			PLH/PLR/PLP	
Business- und Agenturmanagement	Business and Agency Management	D	MCO 5092							2	2		
6. Training	Trainings		MCO5070	6	6								
Strategisches Unternehmensplanspiel	Corporate Strategy Games	D	GMT5024					2	2			UPL	
Konfliktmanagement und Führungspersönlichkeit	Conflict Management and Leadership	D	SIC5022					2	2			UPL	
Kreativitäts- u. Akquisetechniken	Creativity and Acquisition Tools	D	MCO 6073							2	2	UPL	
7. Forschung	Research		MAR5060	4	6								
Markt- und Marketingforschung	Market and Marketing Research	D	MAR 5041					2	3			PLH/PLR/PLP	
Research in Innovation and Communication	Research in Innovation and Communication	E 4)	MAR5062					2	3			PLH/PLR/PLP	
8. Branding	Branding		MAR5070	4	6								
Digital Brand Transformation	Digital Brand Transformation	E 4)	MAR5072					2	3			PL K/PI R	60

	International Marketing and Brand Management	International Marketing and Brand Management	E 4)	MAR6073								2	3		
9. Instrumente	Tools	MCO5160		4	6										
Ethische/ästhetische Aspekte der Markenkommunikation	Ethic / Aesthetic Aspects of Brand Communication	D	MCO5061						2	3				PLK/PLR/PLH	60
Methoden der Markenforschung	Methods of Brand Research	D	MAR5053						2	3					
10. Markentheorie u. Projektmanagement i. d. Markenführung	Brand Theory and Management	MCO5120		4	8										
Markentheorie u. Projektmanagement i. d. Markenführung	Brand Theory and Management	D	MCO5121						4	8				PLK+PLP+PLR	60
11. Projekte		MCO6020		4	8										
Fachübergreifendes Projekt/Fallstudie Konzeption u. Gestaltung	Interdisciplinary Project / Case Study Conception and Layout	D	MCO6021									4	8	PLP	
12. Thesis	Thesis	MCO6100			15										
Masterthesis	Master Thesis	D/ E 4)	THE6101										15	PLT	
Summe	Total			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.

Thesis kann in
Deutsch oder
Englisch
verfasst werden