

W\_MCBM\_2022/2023: Studien- und Prüfungsplan für den Master-Studiengang Creative Communication and Brand Management (M.A.)

Stand: 14.07.2022

Module und Lehrveranstaltungen	Modules and Courses	LV- Sprache	Modul- / LV Nummer	Gesamt		Prüfungsleistungen										
				SWS	Credits	1. Sem.			2. Sem.			3. Sem.			Prüfungsart <sup>1)</sup>	Klausur- dauer in Minuten
						SWS	Credits	SWS	Credits	SWS	Credits	SWS	Credits			
<b>Grundlagen BWL und Markenkommunikation</b> (für Studenten ohne entspr. Vorbildung, z. B. Designer)																
<b>1b. Grundlagen der BWL</b>	<b>Basics in Business Administration</b>		<b>GMT5150</b>	<b>4</b>	<b>5</b>											
Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	Basics in Business Administration	D	GMT5111			4	5						PLK/PLR/PLM	60		
<b>2b. Grundlagen der Psychologie u. Online Marketing</b>	<b>Fundamentals of Psychology and Online Marketing</b>		<b>MKT2050</b>	<b>4</b>	<b>6</b>											
Markt- und Werbepsychologie	Market- and Consumer Psychology	D	MKT 2051			2	3						PLH			
Digital Marketing	Digital Marketing	D	MMM 2051			2	3						PLK	60		
<b>3.1b Grundlagen Kommunikationsmanagement</b>	<b>Management of communication</b>		<b>MCO2410</b>	<b>4</b>	<b>6</b>											
Kommunikationsmanagement	Management of communication	D	MCO2401			4	6						PLR/ PLH/ PLK/PLM	90		
<b>3.2b Grundlagen Marketing</b>	<b>Fundamentals of Marketing</b>		<b>MCO 2050</b>	<b>4</b>	<b>5</b>											
Grundlagen des Marketing	Fundamentals of Marketing	D oder E <sup>2)</sup>	MCO2051			4	5						PLK	<b>60</b>		
<b>Summe der Module für Designer (1B-3.2B + 4)</b>				<b>16</b>	<b>22</b>	<b>16</b>	<b>22</b>									
<b>Grundlagen Design</b> (für Studenten ohne entspr. Vorbildung, z. B. Betriebswirte)																
<b>1d. Grundlagen Design 1<sup>3)</sup></b>			<b>CDC5010</b>	<b>6</b>	<b>9</b>											
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 oder E <sup>2)</sup>	MCO5012			2	3						PLH/PLR/PLP			
DTP Desk Top Publishing	DTP Desk Top Publishing	D	MCO5013			2	3						PLH/PLR/PLP			
<b>2d. Grundlagen Design 2 (Multidisciplinary Design Project 1)<sup>3)</sup></b>			<b>MDP 2010</b>	<b>6</b>	<b>8</b>											
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									
<b>3d. Modul 3D: Grundlagen Design 3 (Design Methodology)</b>			<b>CDC2050</b>	<b>4</b>	<b>5</b>											
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		
<b>Summe der Module für Betriebswirte (1D-3D + 4)</b>				<b>16</b>	<b>22</b>	<b>16</b>	<b>22</b>									
<b>4. Wahlpflichtfächer (Auszug)<sup>3)4)</sup></b>	<b>Electives</b>		<b>MCO2070</b>	<b>4</b>	<b>6</b>											
Markenspezifische Rechtsfragen	Brands and Trademark Law	D	MCO5091			(2)	(3)						PLK/PLR/PLM	60		
Künstlerische Intelligenz und Kreativität	Artificial Intelligence and Creativity	D	MCO5073			(2)	(3)						PLR/PLK			
Leadership	Leadership	E	HRM 5112			(2)	(3)						PLR/PLK	60		
Interdisziplinäre Studien	Interdisciplinary Studies	E/D	IDS 5010			(2)	(3)						je nach konkreter Anrechnung			
Fundamentals of Strategic Management (für BWLer)	Fundamentals of Strategic Management	E	GMT5423E			(2)	(3)						PLK	60		
Entrepreneurship 4.0 in the digital era	Entrepreneurship 4.0 in the digital era	E	GMT6216			(2)	(3)						PLR/PLH			
Social robots and artificial intelligence	Social robots and artificial intelligence	E	MCO2072			(2)	(3)						PLR/PLH			
<b>5. Management</b>	<b>Management</b>		<b>MCO 5090</b>	<b>4</b>	<b>6</b>											
Internationales Kommunikationsmanagement und Inter-Brand Relations	Managing International Communications and Inter-Brand Relations	D	MCO 5091					2	3				PLH/PLR/PLP			
Agenturmanagement	Agency Management	D	MCO 5092					2	3							
<b>6. Training</b>	<b>Trainings</b>		<b>MCO5070</b>	<b>4</b>	<b>4</b>											
Interdisziplinäre Einführung	Interdisciplinary Induction	D	MCO2071			2	2						UPL			
Konfliktmanagement und Führungspersönlichkeit	Conflict Management and Leadership	D	SIC5022					2	2				UPL			
<b>7. Forschung</b>	<b>Research</b>		<b>MAR5080</b>	<b>4</b>	<b>7</b>											
Researching Brands and Consumers	Researching Brands and Consumers	D oder E	MAR5081					2	4							
Research in Innovation and Communication	Research in Innovation and Communication	D oder E	MAR 5062					2	3				PLH/PLR/PLP			
<b>8. Branding</b>	<b>Branding</b>		<b>MAR5070</b>	<b>4</b>	<b>8</b>											
Digital Brand Transformation	Digital Brand Transformation	E	MAR5072					2	4				PLK/PLR/PLH	60		
Global Marketing and Branding	Global Marketing and Branding	E	MAR5073					2	4							
<b>9. Markenstrategie</b>	<b>Brand strategy</b>		<b>MCO5150</b>	<b>4</b>	<b>7</b>											
Markentheorie: Psychologie und Management	The Theory of Brands: Psychology and Management	D oder E														
Brandstrategie und -design: Interdisziplinäres Praxisprojekt I	Brand Strategy and Design: Interdisciplinary Practical Project I	D oder E	MCO5151 MCO5152					2	3 4				PLP/PLK/PLH	60		
<b>10. Instrumente</b>	<b>Tools</b>		<b>MCO5140</b>	<b>4</b>	<b>6</b>											
Ethische Aspekte in der Markenkommunikation	Ethical Issues ins Brand Communications	D oder E	MCO5141							2	3		PLK/PLR/PLH	60		
Social Media Marketing	Social Media Marketing		MCO5142							2	3					
<b>11. Interdisziplinäres Praxisprojekt</b>	<b>Interdisciplinary Pratical Project</b>		<b>MCO6040</b>	<b>4</b>	<b>8</b>											
Brandstrategie und -design: Interdisziplinäres Praxisprojekt II	Brand Strategy and Design: Interdisciplinary Practical Project II	E	MCO6041							4	8		PLP			
<b>12. Thesis</b>	<b>Thesis</b>		<b>MCO6100</b>	<b>1</b>	<b>16</b>											
Thesis-Kurs Communication and Brand Management	Thesis Course Communication and Brand Management	D oder E	MCO6112							1	1		UPL			
Masterthesis	Master Thesis	D oder E	THE6101									15	PLT			
<b>Summe</b>				<b>49</b>	<b>90</b>	<b>22</b>	<b>30</b>	<b>18</b>	<b>30</b>	<b>9</b>	<b>30</b>					

<sup>1)</sup> Sind mehrere Prüfungsarten genannt, bestimmen die Prüfer nach Maßgabe von §12 Abs. 6 StuPO die Art und Anzahl der Prüfungsleistungen.

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

<sup>3)</sup> Es sind insgesamt 6 Credits zu erreichen. Die obligatorischen 6 Credits im Wahlpflicht-Modul 4 können nach Genehmigung durch den Studiendekan durch andere Master-Veranstaltungen der Hochschule Pforzheim ersetzt werden. Bitte Fußnote 4) beachten.  
Anrechnungen aus dem Vorstudium sind nicht möglich. Abweichendes Angebot vorbehalten.