

Studienrichtung Medien und Marketing

FACHBEREICH WIRTSCHAFT

MASTER IN BUSINESS MANAGEMENT (M. A.)



Der Duale Master am DHBW CAS

BERUFSBEGLEITEND UND BERUFSINTEGRIEREND STUDIEREN



Der Duale Master am DHBW CAS ist berufsintegrierend. Studierende verbinden das wissenschaftliche Fach- und Methodenstudium mit eigenen Erfahrungen aus der Berufspraxis. Aktuelle Erkenntnisse aus der Forschung werden mit realen Fragestellungen aus dem Berufsalltag verknüpft – so nutzt der Studierende die erlernte Theorie unmittelbar in seiner Praxis.

Das Master-Studium besteht aus Präsenzphasen und begleitendem Selbststudium, wobei die Präsenztage einen hohen Stellenwert einnehmen: Die Studierenden pflegen einen intensiven Austausch zu den Lehrenden und untereinander und erweitern durch die interdisziplinäre Zusammensetzung der Studiengänge ihren fachlichen Horizont.

Die kompakten Präsenzphasen an der Hochschule und der individuelle Zeitplan für das Selbststudium ermöglichen dem Studierenden die Vereinbarkeit von Beruf und Studium, zudem ist er durch seine Berufstätigkeit finanziell unabhängig. Der Vorlesungsbetrieb findet am DHBW CAS in Heilbronn und an den Standorten der DHBW statt.

Der Studierende kann passend zu seinen vorhandenen Vorkenntnissen, seinen beruflichen Zielen und dem Bedarf seines Arbeitgebers die Studieninhalte flexibel auswählen. Das Master-Studium am DHBW CAS bildet die Studierenden zu handlungskompetenten Fach- und Führungskräften aus, die die gelebte Praxis kritisch hinterfragen und erfolgreich weiterentwickeln.

DER WEG ZUM DUALEN MASTER

- Mindestens ein Jahr Berufserfahrung nach dem Bachelor-Abschluss
- Bachelor-Abschluss mit wirtschaftswissenschaftlichen Grundlagen (ansonsten sind entsprechende Grundlagenmodule zu belegen)
- Abschlussnote in der Regel 2,5 oder besser
- Berufliche Tätigkeit im Fachgebiet des Bachelor-Abschlusses
- Zustimmung des Arbeitgebers zum dualen Studium (Master-Vereinbarung)

BEWERBUNG AM DHBW CAS



MASTER-STUDIUM

- Mit **90 ECTS-Punkten**, falls das Vorstudium 210 ECTS-Punkte umfasst und fachliche Grundlagen vorhanden sind
- Mit **ergänzenden Modulen**, um notwendige ECTS-Punkte zu sammeln oder um fachlichen Einstieg zu ermöglichen (Grundlagenmodule)

MASTER-ABSCHLUSS M. A. (mit 300 ECTS-Punkten)

Master in Business Management

BERUFLICHE HANDLUNGSKOMPETENZ ERWEITERN



Das Business Management fordert vertiefte Kenntnisse von betriebswirtschaftlichen Funktionen und Branchen, Zusammenhänge müssen erkannt, strukturiert und auf das Wesentliche reduziert werden. Der Master in Business Management ist deshalb in mehrere Teile untergliedert.

General-Management-Module vertiefen das Verständnis für unternehmerisches Denken und Handeln. Die Studierenden reflektieren eigene und fremde Führungsfähigkeiten und setzen sich intensiv mit spezifischen

Managementthemen auseinander. Das fachübergreifende Kompetenzstudium stärkt die berufliche Handlungskompetenz über das Fachwissen hinaus. In den Studienrichtungen können sich die Studierenden spezialisieren, um auf ihre beruflichen Ziele hinzuarbeiten. In drei wissenschaftlichen Arbeiten entwickeln die Studierenden Lösungen für betriebliche Problemstellungen. Mit den Projekten können sie sich beruflich profilieren, sie wenden fachwissenschaftliche Methoden an und übertragen theoretische Konzepte auf die Praxis.

GENERAL MANAGEMENT 6 Pflichtmodule (30 ECTS-Punkte)		STUDIENRICHTUNG 6 Wahlmodule (30 ECTS-Punkte)	
GM I: Anwendungsorientierte Forschung	(5 ECTS-Punkte)	<i>Mindestens 3 Studienrichtungskernmodule*</i>	
GM II: Strategisches Management	(5 ECTS-Punkte)		
GM III: Managerial Economics und Recht	(5 ECTS-Punkte)	<i>Bis zu 3 Studienrichtungswahlmodule*</i>	
GM IV: Führung, Organisation und Ethik	(5 ECTS-Punkte)		
GM-Wahlpool: (Wahl 1 aus 7 Modulen) Aktuelle Managementthemen	(5 ECTS-Punkte)	<i>* Keine Mindest- oder Maximalbeschränkung in MBM General Business Management</i>	
Fachübergreifende Kompetenzen oder Studienbegleitendes Kompetenztraining	(5 ECTS-Punkte)		
3 WISSENSCHAFTLICHE ARBEITEN: FORSCHUNGSPROJEKTARBEITEN UND MASTER-ARBEIT (30 ECTS-Punkte)			
Forschungsprojektarbeit I	(5 ECTS-Punkte)	Forschungsprojektarbeit II	(5 ECTS-Punkte)
		Master-Arbeit	(20 ECTS-Punkte)

Studienrichtung Medien und Marketing

INNOVATIV UND INTERDISZIPLINÄR ZUKUNFT STUDIEREN



Marketing von Medien und Medien im Marketing sind in unserer heutigen Informationsgesellschaft unverzichtbare Bestandteile marktorientierter Unternehmensführung. Medienunternehmen waren als Erstes den Folgen der Digitalisierung ausgesetzt. Zunehmend sind jedoch alle Branchen und Unternehmen von den Auswirkungen betroffen. Das Marketing nimmt dabei eine Schlüsselfunktion ein. Wie das Marketing auf Medienunternehmen und Medienprodukte Einfluss nimmt und umgekehrt, welche innovativen Medienkanäle und Vermarktungsstrategien vom Marketing beherrscht werden müssen, ist Schwerpunkt dieser MBM-Studienrichtung.

Ziel des Master-Programms ist es, Studierende zu handlungskompetenten Fach- und Führungskräften zu qualifizieren, die die Unternehmenspraxis kritisch hinterfragen und zugleich multiperspektivisch weiterentwickeln. Das Fach- und Methodenstudium befähigt zur Übernahme von leitenden Aufgaben an der Schnittstelle von ökonomischer, technologischer und kreativer Wertschöpfung.

Zielgruppen

Das Studienangebot richtet sich an Hochschulabsolventen mit einem überdurchschnittlichen Bachelor-Abschluss im Bereich Wirtschaftswissenschaften, (Medien-) Informatik, Wirtschaftsinformatik, Gestaltung oder Geistes- und Sozialwissenschaften. Das Master-Programm vereint generelle Inhalte zu Themen der Führung und des Managements von Unternehmen mit spezifischen Inhalten der Marketing-, Medien-, Konsum- und Innova-

tionsforschung. Alle Studieninteressierten müssen eine mindestens einjährige Berufserfahrung im Marketing und/oder im Kommunikations-, Medien-/ (Medien-) Informatik-, Dienstleistungs- oder Kreativbereich vorweisen.

Berufsfelder

Das Studium befähigt Master-Absolventen zur Tätigkeit in verantwortungsvollen Positionen, wie z.B. im Produkt- oder Markenmanagement, in der Medien- und Werbewirkungsforschung, im Projektmanagement mobiler Angebote, im Innovationsmanagement medialer Produktlinien, in der Media-Planung, im Bereich Corporate Media, im Key-Account-Management, im Digital-Media-Management, im Vertrieb von Media- und Werbedienstleistungen sowie im Bereich Corporate Communication.



Das Modulangebot im Überblick

SPEZIALISIEREN ODER KOMBINIEREN



STUDIENRICHTUNG MEDIEN UND MARKETING				
FUNDIERUNG	Media Business und Marketing			
	Consumer Insights			
	Strategic Management in Dynamic Environments			
SPEZIALISIERUNG	MEDIA, MARKETING & COMMUNICATION		MEDIA & INNOVATION	
	Online und Social Media Marketing	Brand und Live Communication	Design Thinking	User Centered Design
	Multi Channel Management	Media Insights	Information Technology, Law and Ethics	Mobile Media I
	Krisen- und Nachhaltigkeitskommunikation	Social Software		Mobile Media II

Die Studienrichtung verknüpft führungsbezogenes, übergeordnetes Wissen des General Managements mit branchen- und fachspezifischer Lehre. Zunächst werden Inhalte zum strategischen Marketing- und Medienmanagement, zur Konsumenten- und Zielgruppenforschung sowie zur Marktkommunikation gelehrt.

Hierauf aufbauend können Studierende wählen, ob sie ihr Wissen in den angebotenen Spezialisierungen vertiefen möchten oder ob sie Module aus den Spezialisierungen kombinieren. Durch diese freie Modulwahl können individuelle Vorkenntnisse sowie berufsbezogene Qualifikationsanforderungen optimal berücksichtigt werden.

Exemplarische Studienverläufe

MASSGESCHNEIDERTE FÄCHERKOMBINATION FÜR IHRE BERUFLICHE KARRIERE



GENERAL MANAGEMENT
FACHÜBERGREIFENDE KOMPETENZEN

FORSCHUNGSPROJEKTARBEIT I
FORSCHUNGSPROJEKTARBEIT II
MASTER-ARBEIT

STUDIENVERLAUF 1

FUNDIERUNG

Media Business und Marketing
Consumer Insights
Strategic Management in Dynamic Environments

MEDIA, MARKETING & COMMUNICATION

Design Thinking
Media Insights
Social Software

STUDIENVERLAUF 2

FUNDIERUNG

Media Business und Marketing
Consumer Insights
Strategic Management in Dynamic Environments

MEDIA & INNOVATION

User Centered Design
Mobile Media I
Mobile Media II



Kathrin
Projektmanagerin
Customer Solutions,
Werbezeitenvermarkter



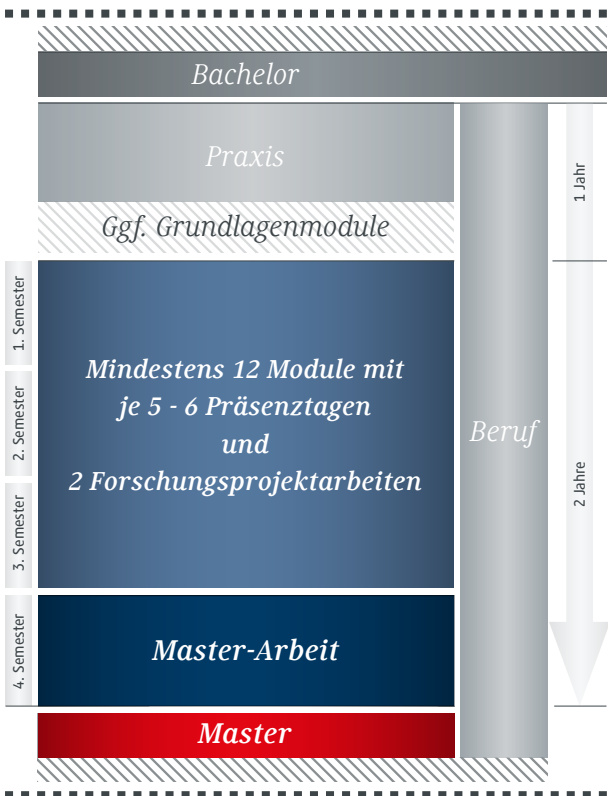
Paul
Projektmanager
Interaktive Produkte,
Spieleverlag

„Als Projektmanagerin für interaktive Produkte bin ich für die redaktionelle Betreuung, das Interactive Design, die Spezifikation und Betreuung der Softwareumsetzung sowie für die Vermarktung unserer Produkte zuständig.“

„Ob aufmerksamkeitsstarke Sonderwerbeformen, authentische Product Placements oder innovative Online Ads – unsere Kampagnen und die dazugehörige Auswahl der Plattformen sind immer individuell an den Kunden angepasst.“

Die exemplarischen Studienverläufe zeigen beispielhaft, wie die Module kombiniert werden können, um den individuellen Vorkenntnissen, Interessen und beruflichen Zielen gerecht zu werden.

ZEITPLAN – VOM BACHELOR ZUM MASTER



* Die individuelle Modulwahl ermöglicht keine allgemeinen Aussagen zum Semesterplan.

DER DUALE MASTER – ECKPUNKTE



ABSCHLUSS

Master of Arts (M. A.)

STUDIENART

Berufsintegrierend, Präsenzstudium mit hohen Anteilen Selbststudium

BERUFSINTEGRATION

Zustimmung und Kooperation des Arbeitgebers notwendig

STUDIENORTE

Standortübergreifend; mindestens 50 Prozent am CAS in Heilbronn sowie dezentral an den Standorten der DHBW

VERANSTALTUNGSGRÖSSE

Gruppen mit max. 25 Studierenden, durchschnittlich 15 Studierende

CREDITS

90 ECTS-Punkte, ggf. Zusatzmodule

REGELSTUDIENZEIT

Vier Semester, ggf. flexibel anpassbar

AKKREDITIERUNG

Die DHBW und alle ihre Studiengänge sind systemakkreditiert.

MASTER-ARBEIT

Durchführung im Unternehmen sichert Praxisrelevanz und Unterstützung des Arbeitgebers

STUDIENSTART

Jährlich zum Wintersemester (1. Oktober) und Sommersemester (1. April)

STUDIENGEBÜHREN

15.300 Euro für 90 ECTS-Punkte

Zzgl. 530 Euro für jedes weitere erforderliche Modul (je 5 ECTS-Punkte)

BEWERBUNG

Alle Informationen zur Einschreibung finden Sie unter

www.cas.dhbw.de/bewerbung

NEWSLETTER/REGISTRIERUNG

Bleiben Sie informiert:

- Per Newsletter, um allgemeine Informationen zu erhalten

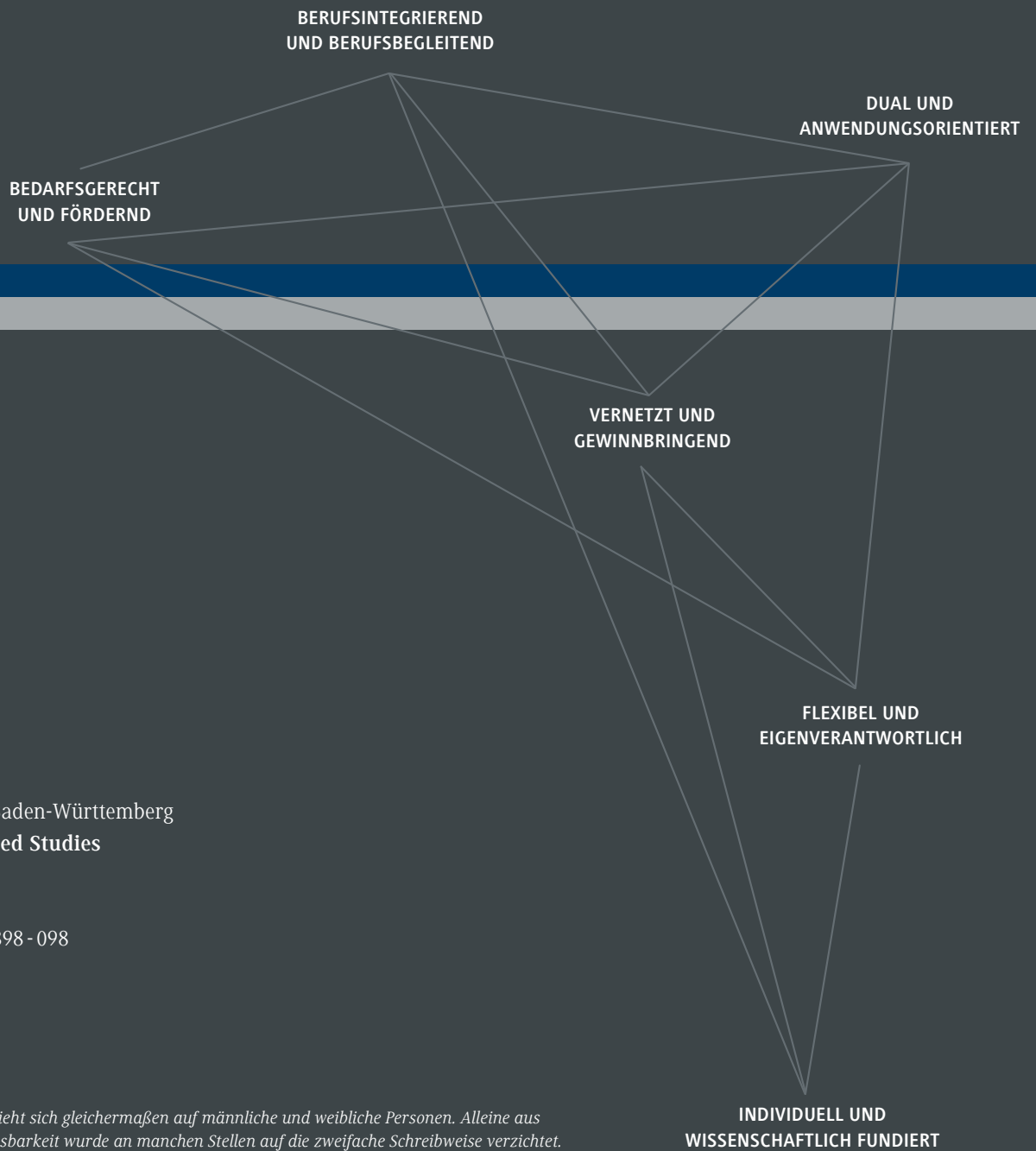
www.cas.dhbw.de/newsletter

oder

- Registrieren Sie sich, um den Kontakt mit Verantwortlichen des Studiengangs herzustellen

www.cas.dhbw.de/registrierung





Duale Hochschule Baden-Württemberg
Center for Advanced Studies
Bildungscampus 13
74076 Heilbronn
Tel.: +49 (0) 7131 . 3898 - 098
info@cas.dhbw.de

Der vorliegende Text bezieht sich gleichermaßen auf männliche und weibliche Personen. Alleine aus Gründen der besseren Lesbarkeit wurde an manchen Stellen auf die zweifache Schreibweise verzichtet.