

# *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)	<div style="text-align: center; background-color: #4a6984; color: white; padding: 10px; margin-bottom: 5px;"> <i>Mindestens 3 Studienrichtungskernmodule*</i> </div> <div style="text-align: center; background-color: #4a6984; color: white; padding: 10px; margin-bottom: 5px;"> <i>Bis zu 3 Studienrichtungswahlmodule*</i> </div> <p style="text-align: center; font-size: small; margin-top: 5px;">* Keine Mindest- oder Maximalbeschränkung in MBM General Business Management</p>	
GM II: Strategisches Management	(5 ECTS-Punkte)		
GM III: Managerial Economics und Recht	(5 ECTS-Punkte)		
GM IV: Führung, Organisation und Ethik	(5 ECTS-Punkte)		
GM-Wahlpool: (Wahl 1 aus 7 Modulen) Aktuelle Managementthemen	(5 ECTS-Punkte)		
Fachübergreifende Kompetenzen <b>oder</b> 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



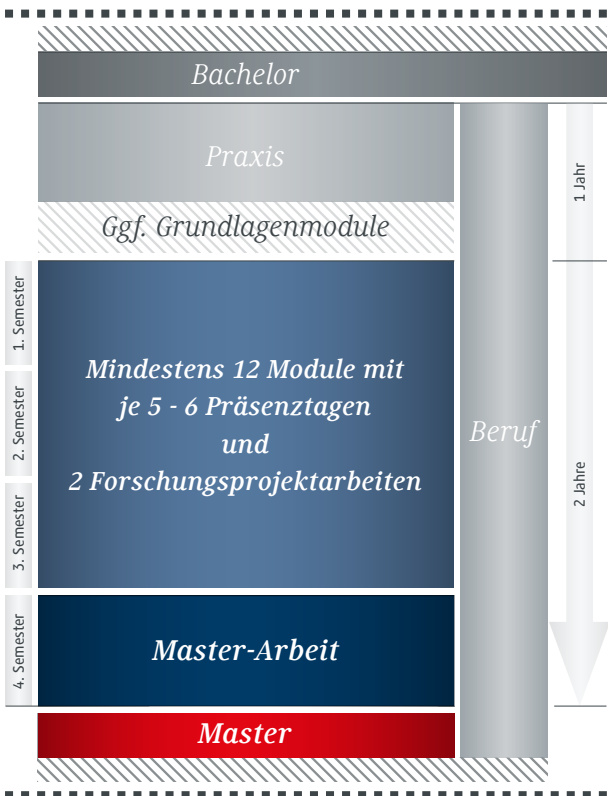
**Paul**  
Projektmanager  
Interaktive Produkte,  
Spieleverlag

„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**

Durchschnittlich 15 Studierende je Modul

**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)

**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](http://www.cas.dhbw.de/bewerbung)

**NEWSLETTER/REGISTRIERUNG**

Bleiben Sie informiert:

- Per Newsletter, um allgemeine Informationen zu erhalten

[www.cas.dhbw.de/newsletter](http://www.cas.dhbw.de/newsletter)

oder

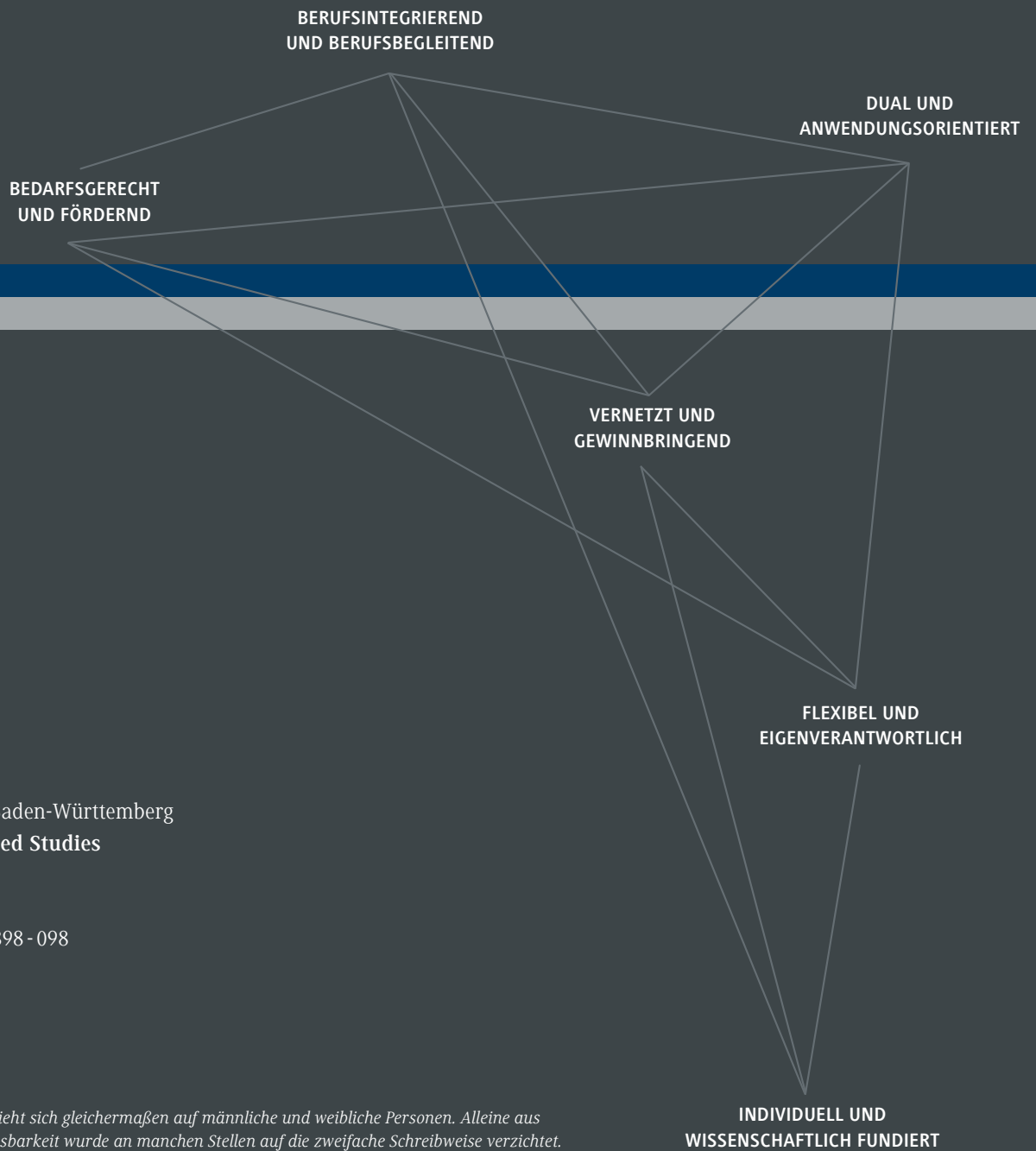
- Registrieren Sie sich, um den Kontakt mit Verantwortlichen des Studiengangs herzustellen

[www.cas.dhbw.de/registrierung](http://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.*