



# MARKETINGKOMMUNIKATION M.A.

## HIGH POTENTIALS FÜR DAS MARKETING VON MORGEN

### STUDIENGANG

Im Master-Studiengang Marketingkommunikation treffen sich Absolventen der unterschiedlichsten Fachrichtungen, um gemeinsam eine bestmögliche Startposition für eine Karriere in Werbung und Marketing zu besetzen. Das Studium umfasst alle relevanten Bereiche der Marketingkommunikation im digitalen Zeitalter. Dabei legen wir vor allem Wert auf souveränen Umgang mit den wichtigsten Werkzeugen: Die Absolventen werden auf künftige Führungspositionen vorbereitet. Dazu gehört natürlich viel Wissensvermittlung von Markenführung über Marketing-Instrumente bis zum kreativen Handwerkszeug - aber genauso die praktische Erprobung unter realen Bedingungen.

### PRAXISPARTNER

Ein wesentlicher Bestandteil des Studiums sind Praxisprojekte. Unsere Praxispartner sind Unternehmen, Organisationen und Werbeagenturen. Die Studierenden setzen ihre Kompetenzen bereits während des Studiums in der Praxis um.

### BERUFSPERSPEKTIVEN

Werbung und Marketing gehören zu den spannendsten Berufsfeldern überhaupt. Hier bieten sich großartige Herausforderungen für Menschen aus den unterschiedlichsten Fachrichtungen und Interessengebieten. Die Branche ist vielfältig – und so offen für Quereinsteiger wie kaum eine andere. Genau das leistet der Master-Studiengang Marketingkommunikation. Er ist perfekt auf High Potentials ausgerichtet, die in Werbung und Marketing arbeiten wollen: Er bereitet direkt auf die berufliche Praxis vor – und zwar auf höchstem akademischen Niveau.

### Sie arbeiten als:

**Marketing Manager**  
**CMO**  
**Strategischer Planer**  
**Markenberater**  
**Unternehmensberater**  
**Account Manager**

### FAKTEN

**Semesterstart**  
Wintersemester (1. Oktober)

**Studiendauer**  
4 Semester

**Studienform**  
Vollzeit

**Credit Points**  
120 ECTS

**Abschluss**  
Master of Arts

**Kosten**  
850 Euro pro Monat

**Lehrsprache**  
Deutsch



# STUDIENVERLAUFSPLAN MARKETINGKOMMUNIKATION M.A.

1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester
<b>GRUNDLAGEN 1</b>	<b>GRUNDLAGEN 2</b>	<b>GRUNDLAGEN 3</b>	<b>MASTER- THESIS</b>
<b>Grundlagen der Marketingkommunikation</b> Marktorientierung + Kundenorientierung Media-Strategie und Kundenbeziehungen Marketingethik	<b>Digitale Medien</b> Online-Marketing Datenbasierte Marketingstrategie Digitale Kommunikation	<b>Future Communications</b> Innovativ-futuristische Strategie + Umsetzung Konzeption, Planung, Gestaltung	
<b>INSTRUMENTE 1</b>	<b>INSTRUMENTE 2</b>	<b>INSTRUMENTE 3</b>	
<b>Kommunikationsinstrumente</b> Einsatz der unterschiedlichen Instrumente Media-Strategie und Channel-Planning Public Relations	<b>Konsumpsychologie</b> Konsum- + Werbepsychologie Consumer-Insight-Forschung Trendforschung	<b>Empirische Forschung</b> Methoden empirischer Forschung Eigene Studien	
<b>PRAXISPROJEKT 1</b>	<b>PRAXISPROJEKT 2</b>	<b>PRAXISPROJEKT 3</b>	
Planung von Kommunikationskampagnen Positionierung + Segmentierung Praxistransfer	Strategische Konzeption + Umsetzung von Kampagnen Forschung + Analyse Planung des Kommunikationsmixes	Anwendung von Markenstrategien Komplexe Zielgruppenstrategien Umsetzung über alle sinnvollen Kanäle	
<b>THEORIE FÜR DIE PRAXIS 1</b>	<b>THEORIE FÜR DIE PRAXIS 2</b>	<b>THEORIE FÜR DIE PRAXIS 3</b>	
<b>Kommunikationstheorie</b> Kommunikationstheorie + -soziologie Massenmedien Medientheorie: verbale + visuelle Theorie	<b>Markenführung</b> Markentheorie + Markenstrategie Positionierung + Controlling Marke im digitalen Zeitalter	<b>Management</b> Managementtheorie Management in der Praxis Projektmanagement	
<b>KREATION + INNOVATION 1</b>	<b>KREATION + INNOVATION 2</b>	<b>KREATION + INNOVATION 3</b>	
<b>Ideation 1</b> Idea Management Creative Leadership Übungen und Anwendungsbeispiele	<b>Ideation 2</b> Innovationsmanagement Design Management Designorientierte Unternehmensstrategie	<b>Design Driven Innovation</b> Value Thinking Design Thinking Tools + Techniques	
<b>WIRTSCHAFT + GESELLSCHAFT 1</b>	<b>WIRTSCHAFT + GESELLSCHAFT 2</b>	<b>WIRTSCHAFT + GESELLSCHAFT 3</b>	
<b>BWL + VWL</b> Grundlagen (Pflichtmodul für Nicht-BWLER) Wirtschaftswissenschaften für das Marketing	<b>Non-Profit- + Sozio-Marketing</b> Besonderheiten des Non-Profit-Marketing Campaigning Akteure + Marktstrukturen	<b>Unternehmenskommunikation</b> Kommunikationsmanagement Strategische Unternehmenskommunikation Planspiel	
<b>WISSENSCHAFTLICHES KOLLOQUIUM 1</b>	<b>WISSENSCHAFTLICHES KOLLOQUIUM 2</b>	<b>WISSENSCHAFTLICHES KOLLOQUIUM 3</b>	<b>MASTER-KOLLOQUIUM</b>
Fachdiskussion aktueller Themen Interdisziplinäre Debatten Analyse + Argumentation	Fachdiskussion aktueller Themen Interdisziplinäre Debatten Analyse + Argumentation	Fachdiskussion aktueller Themen Interdisziplinäre Debatten Analyse + Argumentation	gemeinsam mit dem Master-Studiengang Unternehmenskommunikation / PR
<b>Wahlangebote (gesamtes SRH Berlin Hochschulangebot)</b>			
30 ECTS	+ 30 ECTS	+ 30 ECTS	+30 ECTS = 120 ECTS

Pflichtmodule Wahlpflichtmodule

## BEWERBUNG + ZULASSUNG

Der Studiengang Marketingkommunikation richtet sich an Absolventen aller Fachrichtungen (sofern das Erststudium keinen Schwerpunkt in Marketingkommunikation hatte). Zulassungsvoraussetzung ist ein abgeschlossenes Erststudium. Sie durchlaufen ein Auswahlverfahren, welches aus einer schriftlichen Aufgabe und einem persönlichen Zulassungsgespräch besteht.

## GEBÜHREN + STUDIEN-FINANZIERUNGSMÖGLICHKEITEN

Unsere Hochschule ist staatlich anerkannt, wodurch unsere Studierenden BAföG beantragen können. Über weitere Finanzierungsmöglichkeiten (Studienkredite, Bildungskreditprogramm der Bundesregierung, Nebenjobs, etc.) können Sie sich in unserer Studienbera-

tung informieren. Bewerben Sie sich auf ein Vollstipendium – wir fördern herausragende Persönlichkeiten!

## ÜBER UNS

Unsere Hochschule bietet im kreativem Umfeld von Berlin-Kreuzberg seit 2007 deutsch- und englischsprachige Bachelor- und Masterstudiengänge in den Fachbereichen Kommunikation und Design an. Die Integration von Praxisprojekten, Mobilitätsphasen, regelmäßige Teilnahme an Wettbewerben, enge Zusammenarbeit mit Projektpartnern aus Wissenschaft und Wirtschaft sowie die individuelle Betreuung bis über das Studium hinaus zeichnen uns besonders aus. Der SRH Hochschulverbund – ein starkes Netzwerk: Die Hochschule ist eine von neun SRH Hochschulen mit bundesweit über 9.000 Studierenden und neun Standorten im In- und Ausland. Träger ist die SRH Holding.

## LERNEN SIE UNS KENNEN



Studiengangsleiter Prof. Dr. Benjamin Schwenn  
schwenn@design-akademie-berlin.de  
T +49 (0)30 61 65 48 0

Termine für unsere Veranstaltungen

**+ Master Preview**  
**+ Open House**

finden Sie auf unserer Website:  
[www.design-akademie-berlin.de](http://www.design-akademie-berlin.de)

**design akademie berlin**  
**SRH Hochschule**  
**für Kommunikation und Design**  
Prinzenstr. 84.1  
10969 Berlin