

Marketing- und Brand Management (berufsbegleitend)

FOM Hochschule für Oekonomie & Management gemeinnützige GmbH
Master of Science



Allgemein

Marketing- und Brand Management (M.Sc.)

Erst eine klare Strategie macht eine Marke bzw. das Marketing eines Produktes oder einer Dienstleistung erfolgreich. Der Master-Studiengang „Marketing- und Brand Management“ vermittelt Ihnen umfassendes Know-how und Methodenkompetenz, um die Bedürfnisse von Konsumenten zu analysieren, attraktive Marken aufzubauen und innovative Kundenerlebnisse zu erschaffen.

Im Studium vertiefen Sie Ihr Fachwissen in Bereichen wie Customer Experience und Branding. Zudem setzen Sie sich intensiv mit der Mediaplanung im digitalen Zeitalter sowie weiteren Herausforderungen des Digital Marketing auseinander – darunter Voice Marketing und Künstliche Intelligenz. Prognose- und Analysetechniken helfen Ihnen dabei, Maßnahmen effektiv zu planen und umzusetzen. Ihr theoretisches Wissen wenden Sie auch in einem praktischen Projekt an – zum Beispiel bei der Entwicklung einer digitalen Marketingkampagne.

Sie beenden Ihr berufsbegleitendes Studium „Marketing- und Brand Management“ (M.Sc.) mit einem staatlich und international anerkannten Master-Abschluss der FOM Hochschule, der Sie zu einer Promotion berechtigt.

Daten und Fakten auf einen Blick

- **Studienmodell:** Campus+
- **Standorte:** Berlin, Dortmund, Düsseldorf, Frankfurt a. M., Hamburg, Hannover, Köln, Mannheim, München, Münster, Nürnberg, Stuttgart, Essen
- **Zeitmodelle:** Abend- und Samstags-Studium, Tages- und Abendstudium, Abend-Studium
- **Dauer:** 4 Semester + Thesis
- **Leistungsumfang:** 120 ECTS
- **Studiengebühr:** 12.300,00 Euro (zahlbar in 30 Monatsraten à 410 Euro)
- **Studienform:** berufsbegleitend

Überblick

Semesterstart

- **Semesterbeginn:** März oder September*
- **Semesterferien:** Mitte bis Ende Februar und August
- **Dauer:** 4 Semester + Thesis

*Je nach Studienort und Studienbeginn (Winter- oder Sommersemester) stehen Ihnen unterschiedliche Zeitmodelle zur Auswahl.

Was Sie für die Zulassung benötigen

Hochschulabschluss¹

Die Hochschule.
Für Berufstätige.



Campus

Rotebühlstrasse 121
70178 Stuttgart

Kontakt

Sie erreichen die
Studienberatung von
Mo-Fr 8-19 Uhr und Sa 7:30-14
Uhr gebührenfrei unter:

Tel. 0800 1 95 95 95
studienberatung@fom.de

- mit einem wirtschaftswissenschaftlichen Anteil von mindestens 40 Credit Points²

oder

- gleich welcher Fachrichtung und anderthalbjährige Berufserfahrung vor, während oder nach dem Erststudium mit fachlichem Bezug zum Master-Studium, sowie die ausdrückliche Empfehlung zur Teilnahme an dem Brückenkurs BWL

und **aktuelle Berufstätigkeit**³

1) Studienabschluss als Magister oder Bachelor bzw. mit Diplom oder Staatsexamen. Abschlüsse von akkreditierten Bachelor-Ausbildungsgängen an Berufsakademien sind hochschulischen Bachelor-Abschlüssen gleichgestellt.

2) Die FOM vergibt Credit Points nach dem Standard des European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS). Sie messen den Arbeitsaufwand für das Studium.

3) In Ausnahmefällen kann davon abgewichen werden.

Studiengebühren

- Studiengebühr 12.300,00 Euro zahlbar in 30 Monatsraten à 410 Euro
- Immatrikulationsgebühr 1.580,00 Euro einmalige Immatrikulationsgebühr. Teilnehmer, die bereits ein Studium oder eine anerkannte Fortbildung an einem der zur BCW-Gruppe gehörenden Institute absolviert haben oder absolvieren, zahlen eine hälftige Immatrikulationsgebühr.
- Prüfungsgebühr 500,00 Euro Einmalzahlung (mit Anmeldung zur Abschlussarbeit, bei Wiederholung der Abschlussarbeit erfolgt eine erneute Berechnung der Prüfungsgebühr)
- Gesamtkosten 14.380,00 Euro beinhaltet Immatrikulationsgebühr, Studiengebühr und Prüfungsgebühr

[Zu den Finanzierungsmöglichkeiten >](#)

Vertiefung

Auslandsprogramme für Master-Studierende

Die FOM bietet Ihnen zahlreiche Möglichkeiten, während Ihres Master-Studiums Auslandserfahrungen an Partneruniversitäten zu sammeln.

[Mehr Infos](#)

Master Your Career

Master-Studierende müssen - abhängig von der aktuellen Berufs- und Lebenssituation - oft viele Herausforderungen gleichzeitig meistern: neue Verantwortungen im Job, gleichzeitig muss das Studium organisiert und eine gute Work-Life-Balance geschaffen werden. Mit dem studienbegleitenden Programm der FOM werden Sie dabei unterstützt, Ihre Kompetenzen gezielt weiterzuentwickeln: von Career Skills über Leadership bis zu Selbstmanagement.

[Mehr Infos](#)

Berufsbegleitend promovieren

Sie möchten nach Ihrem Master-Abschluss promovieren? Die FOM Hochschule bietet in Kooperation mit internationalen Partnerhochschulen, der Universidad Católica San Antonio de Murcia in Spanien und der University of Sopron in Ungarn, zwei berufsbegleitende Promotionsprogramme an.

[Mehr Infos](#)

Erste Einblicke ins Studium

Hochschulatmosphäre live erleben

Besuchen Sie eine Probevorlesung an der FOM.

Wie fühlt sich gemeinsames Lernen im FOM Hörsaal an? Wie laufen die Vorlesungen im Digitalen Live-Studium ab? Diese Fragen können Sie sich nach einer kostenfreien Probevorlesung an der FOM ganz einfach selbst beantworten.

Sind Sie neugierig geworden?

[Jetzt zur Probevorlesung anmelden >](#)

Einfach und schnell online anmelden

Melden Sie sich einfach und mit wenigen Klicks online zu Ihrem FOM Studium an. Sie haben die

Möglichkeit die einzureichenden Unterlagen direkt Ihrer Anmeldung beizufügen. Alternativ können Sie sich auch ohne die Unterlagen anmelden - Sie reichen die notwendigen Dokumente einfach später nach.

[Jetzt online anmelden >](#)

Perspektiven

Ihre Berufsperspektiven

Das Studium qualifiziert für folgende Aufgaben:

- Wahrnehmung der Kundenbedürfnisse und Beeinflussung des Konsumentenverhaltens
- Entwicklung, Gestaltung und Führung attraktiver Marken
- Analyse und Planung analoger und digitaler Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen
- Erstellung von Marketing- und Kommunikationsplänen
- Schaffung einzigartiger Kundenerlebnisse entlang der Customer Journey
- Datenanalyse und -interpretation sowie Nutzung geeigneter Kennzahlen (KPI)

Studienmodule

Ihre Studieninhalte

1. Semester

Brückenkurs

Zu Studienbeginn bietet Ihnen die FOM einen kostenlosen Kompaktkurs an, in dem Sie nochmal relevante fachliche Grundlagen auffrischen und somit gut vorbereitet ins Studium starten können.

Strategisches Marketing-Management (5 ECTS)

verschiedene Marktsegmente, z.B. Konsumgüter, Dienstleistungen und Industrie
Marketingplanung und -analyse
Marktsegmentierung und Zielgruppenbestimmung
Ableitung und Umsetzung von Marketingstrategien

Brand Management (5 ECTS)

Herausforderungen und treibende Kräfte im Markenwettbewerb
Unternehmens- vs. Konsumentensicht
Markenportfolios: Markenführung, -positionierung und -strategie
Markenidentität, -versprechen
Markendesign, -image, Differenzierung und Unique Selling Proposition (USP)

Modul mit Leuchtturm Vortrag einer Expertin oder eines Experten aus der Praxis oder Forschung.

Konsumentenverhalten (5 ECTS)

aktivierende Prozesse (u.a. Involvement, Emotion)
Methoden zur Messung
physische, soziale und Medien-Umwelt von Konsumenten
Ableitung von (Kommunikations-)Maßnahmen

Change & Innovation (6 ECTS)

Trendmanagement
Innovationsmanagement
Change Management
Erfolgs- und Misserfolgskriterien

Transfer Assessment: Kick-off und Kompetenz-Check 1

Die Studierenden werden kontinuierlich dabei unterstützt, die Studieninhalte in ihre eigene berufliche Praxis zu übertragen. Durch verschiedene Methoden analysieren die Studierenden die Anwendbarkeit des Gelernten sowie ihre persönliche Kompetenzentwicklung.

2. Semester

Markenkommunikation & Mediaplanung (6 ECTS)

Kommunikationsziele und -strategien (Positionierung)
Medienplanung und Mediaselektion

KI in Werbefortschaften, Kreativität
Marketingkommunikation mit Effektivitätsmessung und Erfolgskontrolle

Nachhaltigkeit (6 ECTS)

Nachhaltigkeitsmanagement im Unternehmen
Akteure und Anreizmechanismen für nachhaltige Entwicklung
Technologie- und Technologietransfer
Social Business

Qualitative Forschung (5 ECTS)

Untersuchungsplanung
Methodenanwendung
Ergebnisauswertung

3. Semester

Digital Marketing-Management (6 ECTS)

Planung, Steuerung, Durchführung und Kontrolle
Interaktionen mit Kunden: Veränderungen und Herausforderungen durch den Einsatz neuer Methoden und Technologien, z. B. AR/VR, Künstliche Intelligenz, Social Media, Smart Devices, Service Roboter, Digitale Sprachassistenten

Customer Experience Management (6 ECTS)

Customer Experience Value Chain
Experience Research-Methoden: z.B. Clickstream Analysis, Eyetracking
Kundenerwartungsmanagement: Instrumente, Beeinflussung
multisensuale Gestaltung von Touchpoints
Messung der Kundenzufriedenheit

Modul mit Leuchtturm Vortrag einer Expertin oder eines Experten aus der Praxis oder Forschung.

Statistische Modellierung (5 ECTS)

Grundbegriffe, Stichprobenarten, Zufall und Kausalität
Explorative Datenanalyse
Lineare Regression

Forschungsforum

Einblicke in praxisnahe Forschung aus den FOM-Forschungsinstituten
Workshops zu spezifischen Themenfeldern, Methoden und Forschungsdesigns

Transfer Assessment: Coaching und Transfer-Bericht 1

Die Studierenden werden kontinuierlich dabei unterstützt, die Studieninhalte in ihre eigene berufliche Praxis zu übertragen. Durch verschiedene Methoden analysieren die Studierenden die Anwendbarkeit des Gelernten sowie ihre persönliche Kompetenzentwicklung.

4. Semester

Marketing Intelligence & Marketing Controlling (5 ECTS)

Marketingeffektivität und Marketingeffizienz
Wettbewerbsanalyse und Benchmarking
Datenanalyse und -interpretation

Modul mit Leuchtturm Vortrag einer Expertin oder eines Experten aus der Praxis oder Forschung.

Studienleistungen können alternativ im Ausland durch FOM Auslandsprogramme erbracht werden. Für weitere Informationen kontaktieren Sie das International Office.

Marketing-Projekt (5 ECTS)

Anwendung in einem praktischen (internationalen) Marketingprojekt, (z.B. Marketingstrategieentwicklung, Branding bzw. Markenmanagement, Digital Marketing-Kampagne, Category Management, Key Account Management)

Studienleistungen können alternativ im Ausland durch FOM Auslandsprogramme erbracht werden. Für weitere Informationen kontaktieren Sie das International Office.

Exposé zur Master-Thesis (5 ECTS)

Themenfindung und Forschungsfrage
Auswahl geeigneter Forschungsmethoden

Forschungsphasen und Erstellung eines Zeitplans
Literaturrecherche und wissenschaftliches Arbeiten

Transfer Assessment: Transfer-Bericht 2 und Kompetenz-Check 2

Die Studierenden werden kontinuierlich dabei unterstützt, die Studieninhalte in ihre eigene berufliche Praxis zu übertragen. Durch verschiedene Methoden analysieren die Studierenden die Anwendbarkeit des Gelernten sowie ihre persönliche Kompetenzentwicklung.

Thesis

Master-Thesis, Kolloquium (25 ECTS)

Transfer Assessment: Prüfung Theorie-Praxis-Reflexion (in Summe 24 ECTS)

Die Studierenden werden kontinuierlich dabei unterstützt, die Studieninhalte in ihre eigene berufliche Praxis zu übertragen. Durch verschiedene Methoden analysieren die Studierenden die Anwendbarkeit des Gelernten sowie ihre persönliche Kompetenzentwicklung.

Wirtschaftswissenschaften