

# Marketing & Communication (berufsbegleitend)

FOM Hochschule für Oekonomie & Management gemeinnützige GmbH  
Master of Science



## Programm

### Für Virtuosen und Strategen

**Um Produkte und Dienstleistungen öffentlichkeitswirksam zu vermarkten, braucht es kreative Kommunikationsexperten mit strategischem Weitblick. Der berufsbegleitende Master-Studiengang „Marketing & Communication“ vermittelt u. a. umfassendes Know-how zur Planung und Durchführung erfolgreicher Marketingmaßnahmen – offline und online.**

Erst eine richtige Marketingstrategie macht eine Marke, ein Produkt oder eine Dienstleistung erfolgreich! Kreative Vermarktungskampagnen können ausschlaggebend für eine erfolgreiche Produktplatzierung sein, in Unternehmen macht der Markenwert heute bereits einen großen Teil des bilanzierbaren Unternehmenswertes aus. Dies zeigt die hohe Verantwortung für Marketingexperten und ihre zielgerichteten Marketingkonzepte..

Der Master-Studiengang Marketing & Communication vermittelt Ihnen Fachwissen sowie umfangreiche Methodenkompetenzen, um Marketingstrategien in einer digitalisierten Welt zu planen und in Werbemaßnahmen erfolgreich durchzuführen. Sie analysieren Stakeholder und Märkte und entwickeln strategische Kommunikationskonzepte, vom Content-Marketing bis zum Touchpoint-Marketing. Kenntnisse der Werbe- und Medienpsychologie helfen Ihnen zusammen mit den notwendigen wissenschaftlichen Methoden, die Wirkung von Werbe- und Kommunikationskampagnen und Kundenbindungsprogrammen online wie offline erfolgreich zu verknüpfen, zu planen, durchzuführen und auszuwerten. Aus diesem Grund gehört das Customer Relationship Management der digitalen Welt (eCRM) ebenso grundlegend zu diesem Master-Studiengang wie die Digitalisierung im Marketing oder die empirische Markt- und Konsumforschung.

Die Nutzung von Big Data und die digitale Transformation des Marketings sind wichtige Entwicklungen der Branche. Sie lernen konkrete Projekte und Kampagnen des Online-Marketings kennen und beschäftigen sich mit Suchmaschinen- und E-Mail-Marketing sowie eingehend mit dem Bereich Social-Media. Um systematisch Werbemaßnahmen zu planen oder Markeneinführungen erfolgreich begleiten zu können, lernen Sie Instrumente der Marktanalyse, der Budgetplanung sowie des Kommunikations-Controllings kennen. Dies beinhaltet u.a. die Erstellung und Analyse von Kennzahlen und erlaubt es Ihnen, fundierte Aussagen über Wettbewerber und Marktentwicklungen zu treffen.

Mit erfolgreichem Abschluss des Studiums qualifizieren Sie sich für eine Vielzahl von Fach- und Führungspositionen in Marketing- und Kommunikationsabteilungen von Unternehmen, z.B. als Marketing Manager, Communication Manager oder in der Beratung, z.B. als PR-Berater sowie in Werbe- und PR-Agenturen.

**Sie beenden Ihr berufsbegleitendes Master-Studium in Marketing & Communication mit dem akademischen Grad Master of Science (M.Sc.).**

## Daten & Fakten

[Zur Webseite >](#)

Die Hochschule.  
Für Berufstätige.



Sie haben Fragen?

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

0800 1 95 95 95 (aus Deutschland)

0800 29 12 03 (aus Österreich)

[studienberatung@fom.de](mailto:studienberatung@fom.de)

[Zur Webseite >](#)

## Perspektiven

## Zielgruppe und Berufsfelder

Für Fach- und Führungskräfte, die bereits im Marketing tätig sind oder werden wollen und umfassende Kenntnisse in der Unternehmenskommunikation und im Marketing erlangen oder vertiefen möchten.

### Das Studium qualifiziert Sie u.a. für folgende Aufgaben:

- Konzeption und Umsetzung analoger und digitaler Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen
- Analyse und Bewertung der digitalen Transformation des Marketings
- Planung von Projekten in den Bereichen Marktforschung, Dialogmarketing, Customer Relationship Management und PR
- Erstellung von Marketing- und Kommunikationsplänen
- Budgetkontrolle und Werbeerfolgsmessung
- Strategische und operative Markenentwicklung und -einführung

## Zulassung & Gebühren

### Zulassungsvoraussetzung

#### Hochschulabschluss<sup>1</sup>

- mit einem wirtschaftswissenschaftlichen Anteil von mindestens 60 Credit Points<sup>2</sup>

#### oder

- gleich welcher Fachrichtung und anderthalbjährige Berufserfahrung vor, während oder nach dem Erststudium mit fachlichem Bezug zum Master-Studium (hierbei ist der Brückenkurs BWL erfolgreich zu absolvieren)

#### und aktuelle Berufstätigkeit<sup>3</sup>

» [Hier können Sie Informationen zu den Brückenkursen für das Master-Studium als PDF downloaden.](#)

### Studiengebühren

» [Hier finden Sie weitere Informationen zu den Finanzierungsmöglichkeiten und zu Fragen der steuerlichen Absetzbarkeit.](#)

» [Warum erhebt die FOM Studiengebühren und weitere Fragen zu Kosten und Finanzierung.](#)

## Zeitmodelle

### Zeitmodelle & Vorlesungszeiten

## Studienmodule

### 1. Semester

#### Kompaktkurs<sup>1</sup>

##### Digitalisierung im Marketing

- Digitale Transformation des Marketings
- Big Data
- Online Marketing
- Social Media & Mobile Marketing

##### Werbe- und Medienpsychologie

- Mediennutzung
- Psychologische Medienwirkung
- Psychologische Modelle der Werbewirkung
- Methoden der Werbe- und Medienpsychologie

##### Wissenschaftliche Methodik

- Qualitative und quantitative Forschungsmethoden
- Quantitative Datenanalyse (Anwendungen mit R, statistische Testverfahren, multivariate Verfahren)

### **Entscheidungsorientiertes Management**

- Klassische Entscheidungslehre
- Managemententscheidungen aus psychologischer Sicht
- Entscheidungen im Strategiekontext

## **2. Semester**

### **Kommunikationsinstrumente**

- Wahrnehmungskanäle und ihre Bedeutung für die Kommunikation
- Kommunikationsmodelle
- Integrierte Unternehmenskommunikation
- Public Relations
- Brand Management

### **Marketing- und Kommunikationsplanung**

- Phasen der Marketingplanung
- Kommunikationskonzeption
- Festsetzung des Kommunikationsbudgets
- Messung der Kommunikationswirkung
- Public Relations

### **Führung & Nachhaltigkeit**

- Führungstheorien, -stile, -techniken und -instrumente
- Normative & Strategische Unternehmensführung als Ausgangspunkt für Diversitäts- und Nachhaltigkeitsaspekte
- Verankerung von Nachhaltigkeit in der Wertschöpfungskette
- Ethische Aspekte bzgl. Führung und Nachhaltigkeit

### **Transfer Assessment?: Transfer-Bericht 1**

## **3. Semester**

### **(e)CRM**

- Grundlagen des CRM
- Kundenzufriedenheit
- Kundenbindung und Kundenbindungsmanagement
- Kundenwert
- Analytisches CRM
- Implementierung

### **Projekt: Empirische Forschung**

### **Electronic-Business**

- Aufbau und Konzeption von Systemen im E-Business
- Prozesse im E-Business
- Management im E-Business

### **Transfer Assessment?: Transfer-Bericht 2**

## **4. Semester**

### **International Marketing Management**

- Markt- und Umfeldanalyse
- Zielgruppenansprache/Konsumentenverhalten
- Dienstleistungsmarketing
- Sachgütermarketing
- Strategisches Marketing im internationalen Kontext
- Operatives Marketing

### **Projekt: Werbe- und Kommunikationskampagnen**

### **Wissenschaftliche Methoden in der Marketing- & Vertriebsforschung**

- Auswahl der Methoden in der Marketing- und Vertriebsforschung

- Erstellung eines Exposés zur Vorbereitung auf die Master-Thesis

**Transfer Assessment?: Transfer-Bericht 3**

5. Semester

**Master-Thesis und Kolloquium**

**Go International!**

Publizistik

Wirtschaftswissenschaften