

Marketing- und Brand Management (berufsbegleitend)

FOM Hochschule für Oekonomie & Management gemeinnützige GmbH
Master of Science



Überblick

Strategisches Marketingwissen für starke Marken und innovative Kundenerlebnisse

Erfolgreiche Marken und Marketingstrategien basieren auf klaren Analysen, kreativen Konzepten und fundiertem Fachwissen. Der Master-Studiengang **Marketing- und Brand Management (M.Sc.)** qualifiziert dich dafür, Konsumentenbedürfnisse zu erkennen, Marken systematisch zu entwickeln und nachhaltige Kundenerlebnisse zu gestalten.

Du vertiefst dein Know-how in Bereichen wie Customer Experience, Mediaplanung und digitalem Branding. Dabei setzt du dich auch mit aktuellen Themen wie Künstlicher Intelligenz und Voice Marketing auseinander. Analysemethoden und Prognosetools helfen dir, datenbasierte Entscheidungen zu treffen. Dein Wissen setzt du praxisnah in Projekten um – etwa bei der Entwicklung einer digitalen Marketingkampagne mit echtem Anwendungsbezug.

Du schließt dein berufsbegleitendes Studium „Marketing- und Brand Management (M.Sc.)“ mit einem staatlich und international anerkannten Master-Abschluss der FOM Hochschule ab, der dich zu einer Promotion berechtigt.

Fakten kompakt

Studienmodelle zur Auswahl:

- 1. Campus-Studium+** Gemeinsam studieren – im Hörsaal plus digital:
Berlin | Dortmund | Düsseldorf | Frankfurt a. M. | Hamburg | Hannover | Köln | München | Münster | Stuttgart | Essen
- 2. Digitales Live-Studium** Vorlesungen live gestreamt aus den FOM Studios

Leistungsumfang

120 ECTS-Punkte

Dauer

4 Semester + Thesis

Sprache

Deutsch

Studiengebühren

12.300 Euro zahlbar in **30 Monatsraten à 410 Euro**, zzgl. einmaliger Prüfungsgebühr in Höhe von 500 Euro und einmaliger Immatrikulationsgebühr von 1.580 Euro. **Gut zu wissen:** Die FOM ist gemeinnützig – nicht kommerziell. Studiengebühren werden vollständig in Lehre, Forschung und moderne Lernformate reinvestiert. Dein Studium ist steuerlich absetzbar. Vorleistungen können angerechnet werden – das spart Zeit und Geld. In Notlagen unterstützt dich die FOM Hochschule. Mehr unter Gebühren.

Hochschulabschluss

Master of Science (M.Sc.) – staatlich und international anerkannt

Die Hochschule.
Für Berufstätige.



Campus

Franklinstraße 52
60486 Frankfurt a. M.

Kontakt

Sie erreichen die
Studienberatung von Mo-Fr
8:00-19:00 Uhr und Sa 7:30-14:00
Uhr gebührenfrei unter:

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

[Zur Webseite >](#)

Studieninhalte

Das lernst du im Studiengang Marketing- und Brand Management (M.Sc.)

Vorbereitung (Kursangebot)

Grundlagen auffrischen & sicher starten

Zu Studienbeginn frischst du in kostenlosen Vorbereitungskursen relevante fachliche Grundlagen auf – für einen optimalen Einstieg ins Master-Studium.
Spezifischer Vorbereitungskurs: Marketing- & Brand Management

Generalistische Vorbereitungskurse: BWL Mathematik (e-learning) Statistik (e-learning) 1. Semester

(21 ECTS) Marketingstrategien entwickeln & Marken verstehen

Du lernst, wie du strategische Marketing- und Markenentscheidungen triffst und Konsumentenverhalten gezielt analysierst. **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 Kompetenzreflexion 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 (17 ECTS) **Kommunikation planen & nachhaltig handeln**

Du entwickelst Kommunikationsstrategien, lernst Mediaplanung und befasst dich mit nachhaltiger Markenführung. **Markenkommunikation & Mediaplanung (6 ECTS)**
Kommunikationsziele und -strategien (Positionierung) Medienplanung und Mediaselektion KI in Werbebotschaften, Kreativität Marketingkommunikation mit Effektivitätsmessung und Erfolgskontrolle

Nachhaltigkeit (6 ECTS)

Nachhaltigkeitsmanagement im Unternehmen Akteure und Anreizmechanismen für nachhaltige Entwicklung Technologie- und Technologietransfer Social Business
Studienleistungen können alternativ im Ausland durch FOM Auslandsprogramme erbracht werden. Für weitere Informationen kontaktieren Sie das International Office.

Qualitative Forschung (5 ECTS)

Untersuchungsplanung Methodenanwendung Ergebnisauswertung 3. Semester (17 ECTS) **Digital vermarkten & Kundenerlebnisse gestalten**

Du vertieft dein Wissen in Digital Marketing, Customer Experience Management und statistischer Datenanalyse. **Digital Marketing-Management (6 ECTS)**

Digitale Marketingstrategien Online-Marketingkanäle und -instrumente Suchmaschinenmarketing (SEM) und Suchmaschinenoptimierung (SEO) Social Media Marketing Content-Marketing und Influencer-Marketing (KI) Mobile Marketing und App-Strategien Messung und Erfolgskontrolle

Customer Experience Management (6 ECTS)

Customer Experience Value
Chain Kundenerwartungsmanagement Kundenzufriedenheitsmessung Mapping und Data Analytics Experience Research-Methoden Multisensuale Gestaltung von Touchpoints
Studienleistungen können alternativ im Ausland durch FOM Auslandsprogramme erbracht werden. Für weitere Informationen kontaktieren Sie das International Office. Modul mit Leuchtturm Vortrag einer Expertin oder eines Experten aus der Praxis oder Forschung.

Statistische Modellierung (5 ECTS)

Unsupervised Learning (z. B. Positionierung und Clusteranalysen) Supervised Learning (z. B. für Prognosen und Effizienzmessungen)

Forschungsforum

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

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 (15 ECTS) **Markt analysieren & Projekt umsetzen**

Du wendest dein Know-how in einem Praxisprojekt an, erstellst dein Exposé und bereitest deine Master-Thesis vor. **Marketing Intelligence & Marketing Controlling (5 ECTS)**

Datenanalyse und -interpretation Key Performance Indicators (KPIs) bzw. Kennzahlen Marketingeffektivität und -effizienz Wettbewerbsanalyse und Benchmarking Marketingreporting und Entscheidungsunterstützung
Modul mit Leuchtturm Vortrag einer Expertin oder eines Experten aus der Praxis oder Forschung.

Marketing-Projekt (5 ECTS)

Anwendung in einem praktischen Marketingprojekt (z. B. Strategieentwicklung, Branding, Marketing Analytics, CRM, Category Management, Key Account Management, Social Impact Marketing)

Studienleistungen können alternativ im Ausland durch FOM Auslandsprogramme erbracht

werden. Für weitere Informationen kontaktieren Sie das International Office.

Exposé zur Master-Thesis (5 ECTS)

Literaturrecherche und wissenschaftliches Arbeiten Themenfindung und Forschungsfrage

Forschungsmethoden Forschungsphasen und Erstellung eines Zeitplans

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. 5. Semester (49 ECTS) **Wissenschaftlich forschen & Abschluss sichern**

Du schreibst deine Master-Thesis, präsentierst die Ergebnisse im Kolloquium und reflektierst deine Entwicklung im Transfer Assessment. 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.

Fakten

Semesterstart & Zeitmodelle

- **Semesterstart:** März (Sommersemester) oder September (Wintersemester)
- **Zeitmodelle:** Abend- und Samstags-Studium | Tages- und Abend-Studium | Abend-Studium
- **Semesterferien:** im August sowie von Mitte bis Ende Februar

Ob Campus-Studium+ oder Digitales Live-Studium – dein Studienmodell und das Hochschulzentrum legen fest, welche Zeitmodelle möglich sind und wann du mit dem Studium starten kannst.

Zulassung zum Studium

Du kannst diesen Master-Studiengang an der FOM studieren, wenn du einen ersten Hochschulabschluss hast – zum Beispiel einen Bachelor, ein Diplom, Magister oder Staatsexamen. Auch Abschlüsse von akkreditierten Berufsakademien werden anerkannt.

Abhängig von deinen Vorkenntnissen gilt:

- Du hast einen Studienabschluss mit einem wirtschaftswissenschaftlichen Anteil von **mindestens 40 ECTS** – dann kannst du dein Studium direkt beginnen.
- Du hast einen Studienabschluss in einer anderen Fachrichtung und bringst **anderthalb Jahre Berufserfahrung** mit, die fachlich zum Master passt – in diesem Fall empfehlen wir die Teilnahme am Vorbereitungskurs BWL.
- Zusätzlich brauchst du eine **aktuelle Berufstätigkeit**.

Wenn du gerade nicht berufstätig bist, melde dich bei der [FOM Studienberatung](#) – wir schauen gemeinsam, wie du trotzdem starten kannst.

Probevorlesung

Du überlegst, ob ein Studium an der FOM zu dir, deinem Alltag und deinen Interessen passt? Dann probier es aus – ganz unkompliziert bei einer **kostenfreien Probevorlesung**. Ob live vor Ort am Campus oder digital aus unseren FOM Studios: Du bekommst echte Einblicke, lernst Lehrende kennen und erlebst, wie Inhalte vermittelt werden.

[Mehr erfahren >](#)

Zusatzangebote

SmartStart: Mit Vorsprung ins Master-Studium starten

Starte mit frischem Wissen in dein Studium: Die kostenlosen Grundlagenmodule helfen dir, Inhalte aufzufrischen und Lücken zu schließen – digital, kompakt und passend zu deinem Studiengang.

[Dein SmartStart ins Studium >](#)

Vorbereitungskurse: Fit für den Studienstart

Unsere Vorbereitungskurse helfen dir, Fachkenntnisse aufzufrischen und Wissenslücken zu schließen – flexibel und digital, noch vor Studienbeginn.

[Mehr Infos >](#)

Master your Career: Kompetenzen stärken, Karriere gestalten

Mit „Master Your Career“ entwickelst du deine Kompetenzen gezielt weiter – freiwillig und

kostenfrei. Das speziell für Master-Studierende konzipierte Programm bietet Inhalte zu Themen wie Leadership und Selbstmanagement.

[Mehr Infos >](#)

Promotion: Dein Weg zum Dokortitel

Mach den nächsten Karriereschritt – mit einem flexiblen Promotionsprogramm an internationalen Partnerhochschulen. Du promovierst berufsbegleitend, digital unterstützt und wirst dabei intensiv betreut.

[Mehr Infos >](#)

Anmeldung

Schnell und flexibel: Melde dich mit wenigen Klicks online zu deinem FOM Studium an. Einfach die Online-Anmeldung ausfüllen und absenden. Alternativ kannst du deine Angaben auch speichern und später vervollständigen.

[Jetzt online anmelden! >](#)

Perspektiven

Deine beruflichen Perspektiven sind vielfältig

Mit deinem Master-Abschluss in **Marketing- und Brand Management (M.Sc.)** eröffnen sich dir vielfältige berufliche Möglichkeiten – in unterschiedlichen Branchen und Unternehmensbereichen. Je nach deinen Interessen und Schwerpunkten kannst du u. a. in folgenden **Positionen (m/w/d)** und **Bereichen** tätig werden:

Marketing Analyst

Konsumentenverhalten analysieren und nutzen

Du analysierst Marktdaten, identifizierst Konsumtrends und leitest datenbasierte Empfehlungen ab. Dein Wissen aus Statistik und Konsumpsychologie fließt in die strategische Marketingplanung ein.

Brand Manager

Markenstrategie entwickeln und umsetzen

Du verantwortest die Positionierung und Entwicklung starker Marken. Mit deinem Know-how steuerst du Design, Kommunikation und Markenarchitektur entlang der Customer Journey.

Digital Marketing Manager

Digitale Kanäle strategisch nutzen

Du planst und koordinierst digitale Marketingmaßnahmen wie SEO, Social Media und Content-Marketing. Dabei analysierst du KPIs und optimierst kanalübergreifend die Performance.

Marketing Controller

Marketingprozesse steuern und bewerten

Du überwachst Budgets, analysierst die Wirksamkeit von Kampagnen und erstellst Entscheidungsgrundlagen für das Management. Dein Fokus liegt auf Effizienz und ROI.

Customer Experience Manager

Erlebnisse entlang der Customer Journey gestalten

Du entwickelst Maßnahmen zur Optimierung der Kundenerfahrung an allen Touchpoints. Dabei berücksichtigst du psychologische Erkenntnisse und digitale Interaktionsmodelle.

Wirtschaftswissenschaften