



Der Studiengang

Besonderheiten: Der Studiengang kombiniert wirtschafts- und kommunikationswissenschaftliche Theorien und Methoden mit Praxis und fördert operative sowie strategische Kompetenzen, indem er aktuelle Forschung direkt mit der Unternehmenspraxis verknüpft.

Kompetenzziel: Befähigung zur fundierten wirtschaftswissenschaftlichen Analyse sowie zur Konzeption und Durchführung von Marketing-, Strategie- und Analyseprozessen in empirisch forschender und praktisch-beratender Funktion.

Zielberufe: Marketing in Agenturen, Marketingabteilungen oder als Consultant, Marktforschung in Instituten oder als betriebliche Marktforscher:in, Analyse von Geschäftsprozessen als Analyst:in, Business Intelligence Manager:in oder Unternehmensberater:in.

In Kürze

ABSCHLUSS

Master of Arts (M.A.)

START

April (Sommersemester)

Oktober (Wintersemester)

DAUER

Vollzeit: 4 Semester

Teilzeit: variabel

STANDORTE

Berlin, Köln, Frankfurt/Main

SPRACHE

Deutsch (Köln) oder

Englisch (Berlin, Frankfurt/Main)

STUDIENFORM

Präsenzstudium mit Online-Anteilen

DIE MEDIA UNIVERSITY

– Staatlich anerkannte Hochschule

– Institutionelle Akkreditierung durch den Wissenschaftsrat

– Programmakkreditierung durch die FIBAA

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNG

– Guter Abschluss eines allgemeinen oder speziellen Wirtschaftsstudiums (Uni/FH)

oder

– Guter Abschluss eines wirtschafts- oder sozial-wissenschaftlichen Studiums (Uni/FH) sowie Nachweis des Erwerbs von mindestens 20 CP in wirtschaftswissenschaftl. Fächern

– Auswahlgespräch und Motivationsschreiben

GEBÜHREN

dual: € 0,- monatlich

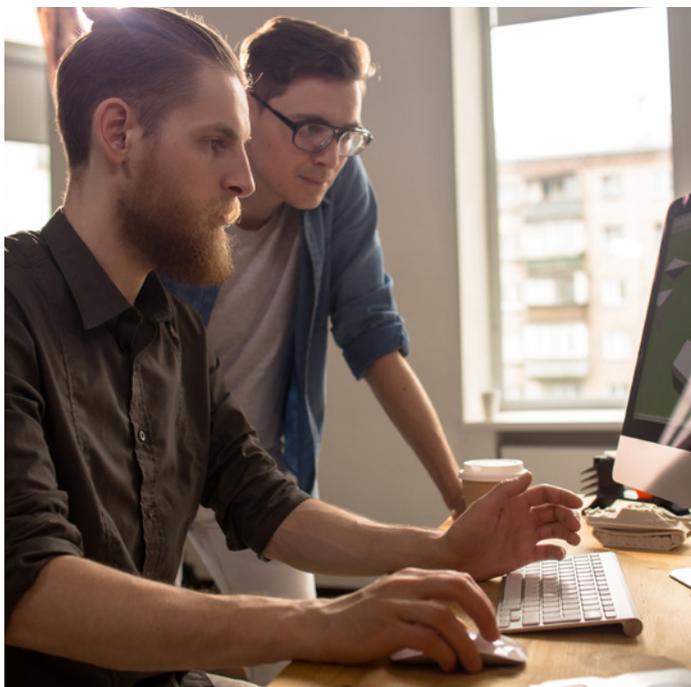
(Die Kooperationsbetriebe übernehmen die monatlich anfallenden Studiengebühren von € 850,- und

zahlen außerdem einen

Unterhaltsbeitrag.)

Aufnahmegebühr für alle Nicht-EU/Nicht-Schengen-

Bürger:innen (ohne gültigen Aufenthaltstitel): € 1000,-



Ein Boost an Fachkompetenz für deine kreative Karriere



Die Standorte

CAMPUS BERLIN

Tel +49 (0) 30 – 46 77 693 – 30

studienberatung-berlin@media-university.de

CAMPUS KÖLN

Tel +49 (0) 221 – 222 139 – 33

studienberatung-koeln@media-university.de

CAMPUS FRANKFURT

Tel +49 (0) 69 – 50 50 253 – 96

studienberatung-frankfurt@media-university.de



Studium und Job

Der Masterabschluss (M.A.) kann dual-praxisintegrierend in vier Semestern erreicht werden. „**Dual-praxisintegrierend**“ bedeutet, dass die Studierenden parallel zum Studium in einem Kooperationsbetrieb arbeiten. Neben der Vermittlung von theoretischem Fachwissen werden betriebliche Praxisprojekte in das Studium integriert. **Die Media University unterstützt die Bewerber:innen** bei der Vermittlung eines Kooperationsunternehmens auf Basis des eigenen Unternehmensnetzwerks.

Kerndaten

WORKLOAD UND CP

SWS: Semesterwochenstunde

1 SWS: 1 Unterrichtseinheit (à 45 min) pro Vorlesungswoche

1CP: 30 Stunden Workload

16 WOCHEN Vorlesungszeit pro Semester

50 SWS im gesamten Studium

120 CP im gesamten Studium

Studiengangspezifischer Kompetenzbereich

4 Grundlagenmodule:
Marketing und Management

EINFÜHRUNG INTERNATIONALES MARKETING UND MEDIENMANAGEMENT
Grundlagen des Medienmanagements, Einführung in Marketing, Markt- und Kampagnenanalyse
→ 5 CP/4 SWS

INTEGRIERTE MARKETING-KOMMUNIKATION
→ 5 CP/4 SWS

KONSUMENTENVERHALTEN
Konsumenten-Kultur und -Wahrnehmung, Marken-Management, Entscheidungsverhalten, Influencer
→ 5 CP/4 SWS

PREIS- UND VERTRIEBSMANAGEMENT
Preis-Strategien, Vertriebskanäle, Management und Organisation der Wertschöpfung
→ 5 CP/4 SWS

3 vertiefende Module:
Medienmanagement

MEDIENMANAGEMENTTHEORIE
Theoretisches Fundament, multidisziplinäre Forschung
→ 5 CP/4 SWS

MEDIEN-ÖKONOMIE
Medienprodukte/-märkte, ökonom. Relevanz, Indikatoren, Preispolitik, Regulierung, Medienstudien
→ 5 CP/4 SWS

DIGITALE TRANSFORMATION
Change-Management, digitale Strategien, Fallstudien-Forschung
→ 5 CP/3 SWS

3 vertiefende Module: Marke-
ting- und Medien-Intelligenz

METHODEN UND STATISTIKEN
Deskriptive Statistik, Korrelationen, multivariate Statistik, Skalen, Einführung in Daten-Visualisierung
→ 5 CP/4 SWS

MARKTFORSCHUNG
Methoden der Marktforschung, Instrumente und Techniken der Datenvisualisierung
→ 5 CP/4 SWS

BUSINESS INTELLIGENCE, DATENWISSENSCHAFT UND -VISUALISATION
Datengetriebenes Management und Forschen, Daten-Visualisierung und Innovation
→ 5 CP/4 SWS

Duale Praxis in Kooperation
mit dem Unternehmen

BETRIEBLICHE PRAXISPROJEKTE
Transferprojekte im Betrieb, betreut von Hochschul-Lehrenden
→ 55 CP/10 SWS

Letztes Modul (4. Semester):
Abschlussprüfung

MASTER-KOLLOQUIUM UND -ARBEIT
Kolloquium zu M.A.-Abschlussarbeiten, Schreiben der M.A.-Arbeit
→ 15 CP/1 SWS

