



## 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

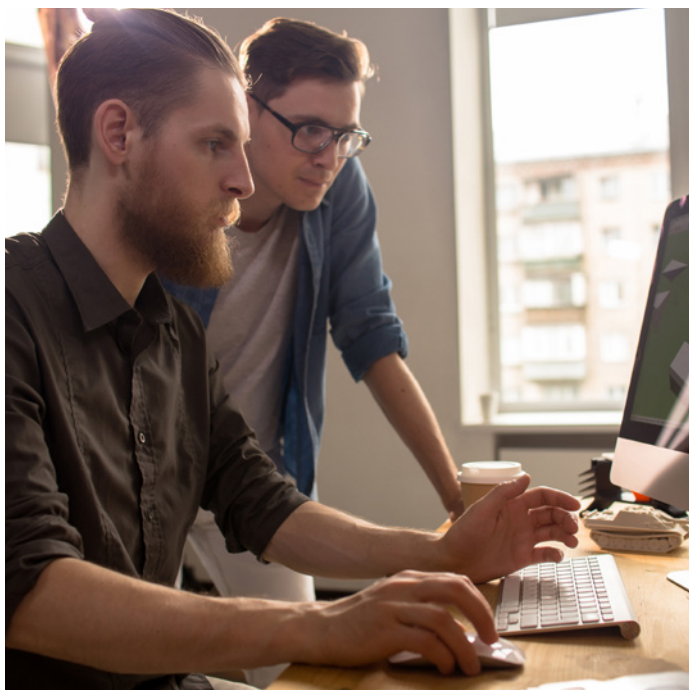
(Die Kooperationsbetriebe übernehmen die monatlich anfallenden Studiengebühren von € 850,- und

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

# Internationales Marketing und Medienmanagement <sup>(M.A.)</sup> dual



## 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



Änderungen vorbehalten. Stand: 07/2024