

Master of Science (M.Sc.) Marketing & Communication

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.

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

Zeitmodelle:

- Abend- und Samstags-Studium
- Abend-Studium

Marketing & Communication

Für Virtuosen und Strategen

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 Studium mit dem
akademischen Grad
Master of Science (M.Sc.)



"Eine gute Produktargumentation und ein vermeintlich wettbewerbsfähiger Preis reichen nicht mehr. Vielmehr sind heute exzellente analytische Fähigkeiten gefragt, um kundenorientierte Nutzenstrategien zu entwickeln. Aus der vormals operativen Funktion 'Marketing' ist eine strategische Wertschöpfungsfunktion geworden, die signifikant für den Unternehmenserfolg verantwortlich ist. Hier setzt die Forschungsarbeit des KCMS KompetenzCentrum für Marketing- & Sales Management an. Wir erarbeiten innovative und effiziente Lösungsansätze für praxisrelevante Marketing- und Vertriebsfragen und übertragen sie in die Studienangebote der FOM Hochschule."



Prof. Dr. Marcus Stumpf

Wissenschaftlicher Leiter des KompetenzCentrums Marketing & Sales Management (KCMS) und Professor für Betriebswirtschaft, insbesondere Marketing und Markenmanagement

Auszug aus dem Studienverlaufsplan

1. Semester

Kompaktkurs¹ 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 Assessment²: 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 Assessment²: Transfer-Bericht 2

4. Semester

4. Semester

International Marketing Management

- Markt- und Umfeldanalyse
- Zielgruppenansprache/Konsumverhalten
- 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 Assessment²: Transfer-Bericht 3

5. Semester

Master-Thesis und Kolloquium

Hochschulabschluss:
Master of Science
(M.Sc.)
Im Studiengang
Marketing &
Communication



GO International!

Einzelne Studienleistungen können Sie alternativ im Ausland mit einem FOM Auslandsprogramm erbringen. Für weitere Informationen kontaktieren Sie das International Office unter 0800 660 88 00.

Änderungen vorbehalten.

1) 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.

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.

Auf einen Blick

Zeitmodelle

Die FOM bietet je nach Studienort und Studienbeginn (Winter- oder Sommersemester) unterschiedliche Vorlesungszeiten an. Studienortsspezifische Informationen zu Semesterbeginn und Vorlesungszeiten erhalten Sie unter www.fom.de oder bei der Zentralen Studienberatung, unter 0800 1 95 95 95

Abend- und Samstags-Studium

In der Regel 2-3x monatlich an einem Abend in der Woche von 18:00 - 21:15 Uhr sowie in derselben Woche Freitag von 18:00 - 21:15 Uhr und Samstag von 8:30 - 17:00 Uhr

Abend-Studium

2-3 Abende/Woche (Mo.-Fr.) 18:00 - 21:15 Uhr

Zulassungsvoraussetzungen

Hochschulabschluss¹

- mit einem wirtschaftswissenschaftlichen Anteil von mindestens 60 Credit Points²

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**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.

Studienorte

Berlin | Dortmund | Düsseldorf | Essen | Frankfurt a. M. | Hamburg | Hannover | Köln | Leipzig | Mannheim | München | Münster | Nürnberg | Saarbrücken | Siegen | Stuttgart

Studiengebühren

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.

Studiengebühr: 10.500,00 Euro zahlbar in 30 Monatsraten à 350 Euro

Prüfungsgebühr: 350,00 Euro Einmalzahlung (mit Anmeldung zur Abschlussarbeit)*

Gesamtkosten: 12.430,00 Euro beinhaltet Immatrikulationsgebühr, Studiengebühr und Prüfungsgebühr

*Bei Wiederholung der Abschlussarbeit erfolgt eine erneute Berechnung der Prüfungsgebühr.

Leistungsumfang

120 ECTS-Punkte

Dauer

4 Semester + Thesis

Semesterferien

August und Mitte bis Ende Februar

Akkreditierung

Die FOM Hochschule ist durch den Wissenschaftsrat für ihre besonderen Leistungen in Lehre und Forschung akkreditiert und wurde 2012 als erste private Hochschule bundesweit durch die FIBAA systemakkreditiert. Dieses Gütesiegel belegt, dass das Qualitätsmanagement der FOM Hochschule den hohen Standards des Akkreditierungsrates, dem wichtigsten Gremium für Qualität in Studium und Lehre an deutschen Hochschulen, entspricht. 2018 wurde die FOM für weitere acht Jahre systemakkreditiert. Alle von der FOM angebotenen Studiengänge sind somit akkreditiert. Ein Master-Abschluss der FOM Hochschule befähigt zu einer anschließenden Promotion.

Anmeldung

Alle Informationen zur Anmeldung finden Sie unter:

fom.de/anmeldung

Wir beraten Sie gerne

 0800 1 95 95 95

 0800 1 95 95 95

 www.fom.de

 studienberatung@fom.de

 /fom

 /FOMHochschule

 /company/fomhochschule

 /user/FOMChannel

 /fomhochschule

 /school/fom-hochschule-für-oekonomie-&-management