

Kommunikationsdesign und Kreative Strategien (M. A.)

Media
University
of Applied Sciences



Der Studiengang

Das Masterstudium bietet einen Booster an Kreativität, Fachwissen und strategischem Denken. Das Studium bietet verschiedene forschungsbasierte Perspektiven zu visueller und strategischer Kommunikation, Human Centered Design, Design Thinking, Persuasive Design, Markenstrategie, Innovation, Transformation und mehr.

Sie lernen, schönes, gutes und aussagekräftiges Design zu schaffen. Aber unsere Mission geht noch weiter. Wir helfen Ihnen, Ihre Designentscheidungen auf Expertenwissen zu stützen, um Kund:innen und andere Designer:innen anzuleiten und mit ihnen zu kommunizieren.

Das Studium bereitet Sie darauf vor ein eigenes Designunternehmen zu gründen oder in Designstudios, Werbe- oder Medienagenturen, Start-ups und Beratungsagenturen zu arbeiten – z.B. als Junior Art Director:in, UX Designer:in oder Produktmanager:in.



In Kürze

ABSCHLUSS

Master of Arts (M.A.)

DAUER

Vollzeit: 4 Semester

Teilzeit: 6 Semester

STUDIENFORM

Präsenzstudium
mit Online-Anteilen

SPRACHE

Deutsch (Köln, Frankfurt/Main)
oder Englisch (Berlin,
Frankfurt/Main)

DIE MEDIA UNIVERSITY

– staatlich anerkannte Hochschule
– institutionelle Akkreditierung
durch den Wissenschaftsrat
– Programmakkreditierung
durch die FIBAA

START

April (Sommersemester)

Oktober (Wintersemester)

STANDORTE

Berlin, Frankfurt/Main und Köln

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNG

– Sehr guter Abschluss eines
Design- oder Kunst- bzw.
vergleichbaren Studiums (Uni/FH)
– Plus hochschulinternes
Auswahlverfahren

GEBÜHREN

Vollzeit: € 850,- monatlich

Teilzeit: Preis auf Anfrage

Aufnahmegebühr für
alle Nicht-EU/Nicht-Schengen-
Bürger:innen (ohne gültigen
Aufenthaltstitel):

€ 1000,-



Ein Boost an Fachkompetenz für Ihre 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

Kommunikationsdesign und Kreative Strategien (M. A.)



Studiengangübergreifender Kompetenzbereich 3 von 9 Wahlmodulen (15 % aller CPs)

Grundlagen

EMPIRISCHE SOZIALFORSCHUNG
Quantitative und qualitative Methoden, Konzeption und Umsetzung von empirischer Sozialforschung → 6 CP / 4 SWS

MEDIENRECHT
Copyright, DRM, Datenschutz und andere ethisch-rechtliche Themen → 6 CP / 4 SWS

WIRTSCHAFTSENGLISCH
Geschäftskorrespondenz, Präsentation und Moderation → 6 CP / 4 SWS



Technologie

MEDIA ASSET MANAGEMENT
Organisation von Daten/ Dokumenten: Formate, Versionierung, Suche/ Retrieval, Distribution etc. → 6 CP / 4 SWS

KONVERGIERENDE TECHNOLOGISCHE TRENDS
Konvergenz der Kommunikations-, Computing- und Broadcasting-Technologien → 6 CP / 4 SWS

MEDENPRODUKTION
Einführung in die wichtigsten Techniken der kreativen, professionellen Medienproduktion → 6 CP / 4 SWS



Humanfaktoren

INTERKULTURELLE FÜHRUNGSKOMPETENZEN
Teamarbeit und Leitungskompetenzen in der globalisierten Welt → 6 CP / 4 SWS

MEDIENPSYCHOLOGIE
Psychologische Grundlagen der Medienrezeption → 6 CP / 4 SWS

GAMIFICATION AND GAMES FOR ORGANIZATIONS
Gamification-Methoden zur Förderung von Lernen, Innovation und Entrepreneurship → 6 CP / 4 SWS



Kerndaten

SWS: Semesterwochenstunde
1 SWS: 1 Unterrichtseinheit (à 45 Min.) pro Vorlesungswoche

WORKLOAD UND CP

16 Wochen Vorlesungszeit pro Semester
65 SWS insgesamt
30 Credit Points (CP) im Semester
120 CP insgesamt
30 Workload-Stunden (WL à 60 min.) pro CP

Studiengangspezifischer Kompetenzbereich (85% aller CPs)

Grundlagen 3 allgemeine Module

KRITISCHES & KREATIVES DENKEN
Praktisches Training und kritische Reflexion des kreativen Problemlösens in komplexen Szenarien → 6 CP / 4 SWS

DESIGN & FORSCHUNG
User-zentrierte Analyse und zielgruppengenaues Marketing, UX- und Service-Design-Strategien → 6 CP / 4 SWS

DESIGN MANAGEMENT
Art Direction als kreative Prozess-/ Wertanalyse und Führungsfunktionen in Designagenturen → 6 CP / 4 SWS



Medien, Disziplinen, Techniken 8 vertiefende praktische Module

VISUELLE KOMMUNIKATION
Projekte zu visuellen Kommunikationsstrategien → 6 CP / 5 SWS

DESIGN THINKING
Management-Techniken in heterogenen, eklektischen und schnell sich wandelnden Arbeitswelten → 6 CP / 5 SWS

STRATEGIC COMMUNICATION
Projekte mit Schwerpunkt auf strategischer Kommunikation → 6 CP / 5 SWS

BRAND-STRATEGIE
Projekte, die sich auf die systematische Entwicklung von Marken und Corporate Identities konzentrieren → 9 CP / 5 SWS



Abschlussmodul (4. Semester) 1 weiteres Modul

MASTER-KOLLOQUIUM UND -ARBEIT
Kolloquium zu M.A.-Abschlussarbeiten, Schreiben der M.A.-Arbeit → 30 CP / 2 SWS

