



Der Studiengang

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

Du lernst, schönes, gutes und aussagekräftiges Design zu schaffen. Aber unsere Mission geht noch weiter. Wir helfen dir, deine Designentscheidungen auf Expert:innenwissen zu stützen, um Kund:innen und andere Designer:innen anzuleiten und mit ihnen zu kommunizieren.

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



In Kürze

ABSCHLUSS

Master of Arts (M.A.)

DAUER

Vollzeit: 4 Semester

Teilzeit: variabel

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

START

April (Sommersemester)

Oktober (Wintersemester)

STANDORTE

Berlin, Köln, Frankfurt/Main

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNG

– 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 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

Kommunikationsdesign und Kreative Strategien (M.A.)



Studiengangübergreifender Kompetenzbereich

3 von 8 Wahlpflichtmodulen (15% aller CPs)

Grundlagen

EMPIRISCHE SOZIALFORSCHUNG
Qualitative/Quantitative Grundlagen, Online-/Offline-Methoden, empir. Werkzeuge u. Anwendungen
→ 5 CP/3 SWS

MEDIENRECHT
Copyright, DRM, Datenschutz und andere ethisch-rechtliche Themen
→ 5 CP/3 SWS

WIRTSCHAFTSENGLISCH
Geschäftskorrespondenz, Präsentation und Moderation
→ 5 CP/3 SWS

Technologie

KONVERGIERENDE TECHNOLOGISCHE TRENDS
Konvergenz der Kommunikations-, Computing- und Broadcasting-Technologien
→ 5 CP/3 SWS

MEDIENPRODUKTION
Einführung in die wichtigsten Techniken der kreativen, professionellen Medienproduktion
→ 5 CP/3 SWS

GAMIFICATION UND SPIELE FÜR ORGANISATIONEN
Gamifizierte Methoden zur Förderung von Lernen, Innovation und Unternehmertum
→ 5 CP/3 SWS

Humanfaktoren

INTERKULTURELLE FÜHRUNGSKOMPETENZEN
Teamarbeit und Leitungskompetenzen in der globalisierten Welt
→ 5 CP/3 SWS

MEDIENPSYCHOLOGIE
Psychologische Grundlagen der Medienrezeption
→ 5 CP/3 SWS

Kerndaten

WORKLOAD UND CP

SWS: Semesterwochenstunde
1 SWS: 1 Unterrichtseinheit (à 45 min) pro Vorlesungswoche
1 CP: 30 Stunden Workload

16 WOCHEN Vorlesungszeit pro Semester

60 SWS im gesamten Studium
120 CP im gesamten Studium

Studiengangspezifischer Kompetenzbereich (85% aller CPs)

3 Grundlagenmodule

KRITISCHES UND KREATIVES DENKEN
Design-bezogene Wissenskulturen und sozialer Diskurs, kreative Methoden und Tools
→ 5 CP/3 SWS

DESIGN UND FORSCHUNG
Empirische Forschung, Forschungsdesign, Design-Forschungsmodelle, Forschung durch Design
→ 5 CP/4 SWS

KARRIEREMANAGEMENT
Berufseinstieg in die Kreativwirtschaft
→ 5 CP/2 SWS

10 vertiefende Module: Medien, Disziplinen, Techniken

VISUELLE KOMMUNIKATION
Multimodale Verbindung von Bild, Grafik und Sprache zu klarer und prägnanter Kommunikation
→ 5 CP/4 SWS

DESIGN THINKING
Der Design-Prozess als universales Template für die Produkt/Service-Entwicklung
→ 5 CP/4 SWS

STRATEGIC COMMUNICATION
Projekte mit Schwerpunkt auf strategischer Kommunikation
→ 5 CP/4 SWS

BRAND-STRATEGIE
Systemische, nachhaltige and zukunftssichere Markenbildung
→ 5 CP/4 SWS

HUMAN CENTERED DESIGN
Crossmediale und anwendungsorientierte Design-Projekte: Konzeption, Produktion, Präsentation
→ 5 CP/4 SWS

KREATIVE DESIGNPROZESSE
Holistische Design-Konzepte, berufspraktische Kenntnisse, Projektkommunikation und -präsentation
→ 5 CP/4 SWS

PERSUASION UND ENGAGEMENT
Fortgeschrittene Techniken und Strategien zur Initiierung von Verhaltensänderungen
→ 5 CP/4 SWS

INNOVATION UND TRANSFORMATION
Antizipation neuer Lebensformen mit Hilfe von Zukunftsforschung und spekulativem Design
→ 5 CP/3 SWS

DESIGNWISSENSCHAFTLICHES ARBEITEN
→ 5 CP/2 SWS

AUSSTELLUNGSGESTALTUNG
→ 5 CP/1 SWS

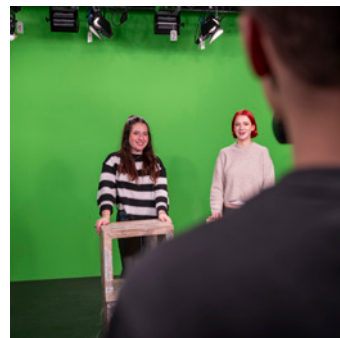
2 vertiefende Projektmodule

DESIGN-PROJEKT 1
→ 5 CP/3 SWS

DESIGN-PROJEKT 2
→ 5 CP/3 SWS

Letztes Modul (4. Semester):
Abschlussprüfung

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



Änderungen vorbehalten. Stand: 07/2024