

Master in Business Management (M.A.)



DESIGNMANAGEMENT//  
CREATIVE LEADERSHIP

# DESIGNMANAGEMENT AND CREATIVE LEADERSHIP – FÜR KREATIVE MIT WEITBLICK

Der Studiengang richtet sich an Berufstätige aus der Kreativ- oder Medienbranche, die ihren Horizont erweitern wollen. Er wendet sich darüber hinaus an Fach- und Führungskräfte, die ihre Managementfähigkeiten ausbauen und vertiefen oder die notwendigen Qualifikationen erwerben möchten, um in die Kreativ- oder Medienbranche zu wechseln.

## Zielgruppen

Der Schwerpunkt Design Management and Creative Leadership wendet sich im Wesentlichen an Kreativdirektoren in Agenturen, Designdirektoren in Unternehmen mit größeren Designabteilungen sowie selbständige Designunternehmer mit Personal- und/oder Budgetverantwortung.

## Berufsbild

Von Führungskräften in der Medien- und Kreativwirtschaft wird neben unternehmerischer Kompetenz auch die Fähigkeit erwartet,

- \* Visionen zu formulieren,
- \* Potenziale für kreative Fragestellungen zu identifizieren,
- \* kreative Lösungen zu erbringen oder zu beurteilen und deren – auch langfristige – Realisierung zu steuern und zu verantworten.

Designmanager haben die Aufgabe, gestaltungsrelevante Voraussetzungen für Unternehmensstrukturen und -prozesse zu schaffen. Dabei initiieren sie Forschungs- und Entwicklungsprozesse, sei es für Kommunikationslösungen zukunftsweisender Technologien wie z.B. Augmented Reality oder für mobile Endgeräte, wie Smartphones oder Tablet PCs. Sie entwerfen mediale Inszenierungen auf Messen oder Ausstellungen. Als Creative Leader treiben sie die Entscheidungsfindung im unternehmerischen Umfeld voran – eigenständig oder im Team, markt- und kundengerecht sowie unter Berücksichtigung designspezifischer Belange. Sie moderieren interdisziplinäre oder räumlich getrennte Teams und begleiten die Umsetzung der getroffenen Entscheidungen.

## Curriculum

Strategisches und operatives Designmanagement and Creative Leadership wird im Masterstudium mit wissenschaftlichem Anspruch durch die Kombination von Inhalten aus dem Bereich Wirtschaft (General Management) sowie theoretischen und praxisorientierten Aufgabenstellungen aus dem Designbereich vermittelt. Neben den Inhalten des General Managements werden die speziellen Teile des Studiums sowie die Masterarbeit design- oder medienspezifisch fokussiert.

*„DAS THEMA MEDIENDESIGN UNTERLIEGT EINEM EXTREMEN WANDLUNGSPROZESS. ALS PARTNER-UNTERNEHMEN DER DHBW RAVENSBURG ERLEBEN WIR, WIE DURCH DIE VERKNÜPFUNG VON THEORIE UND PRAXIS, DIE EINBINDUNG VON DOZENTEN, DIE SELBER DIESEN WANDLUNGSPROZESS GESTALTEN, UND NICHT ZULETZT DURCH EINE INTENSIVE BETREUUNG DAS WISSEN UND KÖNNEN VERMITTELT WIRD, DAS WIR FÜR ZUKUNFTSWEISENDE KONZEPTE FÜR UNSERE KUNDEN BRAUCHEN.“*

*MICHAEL MEIER, GESCHÄFTSFÜHRENDE GESELLSCHAFTER & SENIOR PARTNER, SCHINDLER PARENT*

## Curriculum Designmanagement and Creative Leadership

General Management (GM)						
Module	Lehrveranstaltungen	PStd*	CP*	Se*		
GM I	Forschung und Informationsmanagement (Research Methods & IT Management)	Forschungsmethoden Aktuelle Themen im Informationsmanagement	24 16	5	1	
GM II	Kultur und Organisationsverhalten (Intercultural Management & Organizational Behavior)	Interkulturelles Management Verhalten in und von Organisationen	24 16	5	1	
GM III	Strategische Unternehmensführung (Strategic Management)	Strategisches Management Wertorientierte Führung	24 16	5	2	
GM IV	Ethik und Führung (Business Ethics & Leadership)	Unternehmensethik Führung von Mitarbeitern und Gruppen	16 24	5	2	
GM V	Rahmenbedingungen des Managements (Managerial Framework)	Managerial Economics Recht	16 16	5	3	
GM VI	Spezielles Management (Special Management Topics) (2 aus 5)	Prozessmanagement Projektmanagement Innovationsmanagement Change Management Qualitätsmanagement	24 24	6	3	
			<b>240</b>	<b>31</b>		

Designmanagement and Creative Leadership						
Module	Lehrveranstaltungen	PStd*	CP*	Se*		
MDC I	Grundfragen der Medienwirtschaft (Economics in Media Business)	Grundfragen der Medienwirtschaft Planspiel Betriebswirtschaft Methodische Grundlagen	16 8 16	5	1	
MDC II	Konsumentenverhalten & Kommunikation (Consumer Behavior & Communication)	Verhaltenswissenschaftliche Aspekte des Marketing Medien- und Werbeforschung Integrierte Kommunikation	16 16 8	5	1	
MDC III	Medienmanagement I: Strategie & Führung (Media Management I: Strategy & Leadership)	Strategisches Medienmanagement Einsatz, Führung und Entwicklung von Mitarbeitern in der Kreativwirtschaft	24 16	5	2	
MDC IV	Designtheorie & Designkonzeption (Design Theory & Design Concepts)	Designforschung Methode & Konsequenz	24 16	5	2	
MDC V	Informationsdesign (Information Design)	Knowledge Media Design Informationsvisualisierung	24 16	5	3	
MDC VI	Experimentelle Mediengestaltung (Experimental Media Design)	Innovative Konzepte der Markenkommunikation Narratives und performatives Gestalten	24 16	5	3	
			<b>240</b>	<b>30</b>		

Integration und Transfer					
Module		PStd*	CP*	Se*	
Forschungsarbeit (Research Project) I				2	
Forschungsarbeit (Research Project) II			6	3	
Masterarbeit inkl. Kolloquium			23	4	
			<b>29</b>		
			<b>480</b>	<b>90</b>	

PStd\* Präsenzstunden  
CP\* Credit Points  
Se\* Semester

## Zeitplan Designmanagement and Creative Leadership

Studienform	1. Jahr			2. Jahr			3. Jahr						4. Jahr						Gesamt							
	Okt	Nov	Dez	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Jan	Feb	Mrz		Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	
Präsenzwoche	40			40			48		48	32			56	48		24	32									368
WE Präsenz	16	24	8		16	16		32																		112
Selbststudium	40	72	88	56	80	80	48	64	48	64	96	96	40	48	80	56	48	80	80	28	28					1.320
Master-Thesis																			160	160	160	150				630
<b>Gesamt je Monat</b>	<b>96</b>	<b>96</b>	<b>96</b>	<b>96</b>	<b>96</b>	<b>96</b>	<b>96</b>	<b>96</b>	<b>96</b>	<b>96</b>	<b>96</b>	<b>96</b>	<b>96</b>	<b>96</b>	<b>80</b>	<b>80</b>	<b>80</b>	<b>80</b>	<b>80</b>	<b>240</b>	<b>188</b>	<b>188</b>	<b>150</b>			2.430
Forschungsarbeit																										180
Kolloquium																										90
	<b>erstes Semester</b>						<b>zweites Semester</b>						<b>drittes Semester</b>						<b>viertes Semester</b>						<b>2.700*</b>	

\* Stunden

### Zeitplan

Der zeitliche Studienverlauf gliedert sich in Präsenzveranstaltungen, die in der Regel am Wochenende (Freitag/Samstag) oder in Blockveranstaltungen abgehalten werden, sowie in Phasen des Selbststudiums.

### Studien- und Prüfungsformen

Das Curriculum besteht in Abhängigkeit der jeweiligen Modulinhalte aus verschiedenen Lehr- und Lernformen, wie Vorlesungen, Seminaren, Fallstudien, Projekten, E-Learning sowie Gruppenarbeiten, wahlweise in Vorlesungen, Seminaren und Übungen.

### Kontakt

Wissenschaftliche Leitung  
Masterstudiengang Medien/  
Designmanagement and Creative Leadership



Prof. Dr. Holger Lund  
Duale Hochschule  
Baden-Württemberg Ravensburg  
Oberamteigasse 4  
88214 Ravensburg  
Telefon: +49.751.18999.2153  
lund@dhbw-ravensburg.de

### Auf einen Blick

- \* Auf wissenschaftlicher Grundlage **anwendungsorientierter** und **berufsintegrierter, berufsbegleitender Weiterbildungsstudiengang**
- \* **Akkreditiert** durch ZEvA
- \* **Studienstart:** Oktober
- \* **Regelstudienzeit:** 4 Semester (24 Monate)
- \* **Umfang:** 90 ECTS-Punkte
- \* **Abschluss:** „Master of Arts“ (M.A.)
- \* **Studiengebühren:** 12.000 Euro