

# FASHION BUSINESS

# 7

**Semester**

**Vollzeit**

**Bachelor**



**MD.H**

MEDIADESIGN HOCHSCHULE

## STUDIUM FASHION BUSINESS

### 1 AUF EINEN BLICK

Starttermin	1. Oktober
Dauer	7 Semester
Abschluss	Bachelor of Arts

#### 1.1 BERUFSBILD

Das Berufsbild des Modemanagers / der Modemanagerin ist breit gefächert und in den unterschiedlichsten Bereichen der Modewirtschaft angesiedelt. Modemanager/innen müssen somit innerhalb des Studiums ein großes Spektrum professioneller Fähigkeiten entwickeln. Das Berufsbild umfasst strategische Design- und Kollektionsplanung, gezieltes Markenmanagement und Produktionsüberwachung ebenso wie den umfassenden Bereich der PR und Kommunikation für Mode- und Textilunternehmen. Der deutsche Modemarkt erlangt international immer größere Bedeutung. Gut ausgebildete Fach- und Führungskräfte im Management-Bereich mit besonderem Fokus auf die Modebranche sind gesuchte Spezialisten. Um im Bereich Modemanagement erfolgreich zu sein, benötigen die Berufseinsteiger nicht nur anwendungssichere Kenntnisse der Betriebswirtschaft und einen soliden wissenschaftlichen Background. Modemanager/innen verfügen zudem über ein exzellentes Fachwissen zu den Produkten und Technologien der Modewirtschaft, zur Markenführung und -entwicklung und zu branchenspezifischen Werkzeugen der Kommunikation. Das Studium im Fach Modemanagement an der Mediadesign Hochschule umfasst folgerichtig das vielfältige Themenspektrum dieses Berufes. Modemanager/innen arbeiten heute z. B. in den unterschiedlichsten Abteilungen der Textil- und Modeunternehmen des produzierenden Gewerbes, in spezialisierten PR-Agenturen, im Sales-Bereich freier Handelsagenturen, des Einzelhandels und der Modeindustrie, als Einkäufer großer Retailer oder als Modejournalisten. Die gestiegene Bedeutung von Mode sowohl im wirtschaftlichen als auch gesellschaftlich-kulturellen Kontext verlangt von dem/der heutigen Modemanager/in zusätzlich ein ausgeprägtes ökologisches und soziales Verantwortungsbewusstsein.

#### 1.2 ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN

Zulassungsvoraussetzung ist die allgemeine Hochschulreife, die Fachhochschulreife oder ein als gleichwertig anerkannter Abschluss. Studieren ohne Abitur ist gemäß § 11 BerlHG durch die fachgebundene Studienberechtigung möglich. Um den Anforderungen von Studium und Beruf gerecht zu werden, sollten die Bewerber/innen gute kommunikative Fähigkeiten in Wort und Schrift, grundsätzliches wirtschaftliches Verständnis, Kenntnisse in der englischen Sprache, Eigeninitiative, Spaß an Gruppenarbeit und Interesse an Mode mitbringen.

### 1.3 BEWERBUNGSVERFAHREN

Eine ausführliche Bewerbung (inklusive Abschlusszeugnissen und tabellarischem Lebenslauf mit Lichtbild), ein persönliches Gespräch und die erfolgreiche Teilnahme an einem Eignungstest entscheiden über die Aufnahme.

### 1.4 BESONDERHEIT

Es besteht jederzeit die Möglichkeit zu einem intensiven Austausch mit den Studierenden der Fachrichtungen Mediadesign, Modedesign, Medien- und Kommunikationsmanagement, Digital Film Design und Gamedesign. Als Gasthörer können auch Vorlesungen der anderen Fachbereiche besucht werden.

### 1.5 STUDIENGEBÜHREN

Monatliche Studiengebühr	600,00 EUR *
Anmeldegebühr	490,00 EUR
Bachelor - Prüfungsgebühr	1050,00 EUR

\* Wird eine Vorauszahlungsvariante gewählt (semesterweise, jährlich, komplett) reduzieren sich die Studiengebühren um bis zu 5 %.

## 2 STUDIENZIEL

Das Studium im Fachbereich Fashion an der MDH verfolgt die Idee, dass die Studierenden Kompetenzen erlernen sollen, die ihnen in ihrer beruflichen Zukunft verantwortliches, begründetes und nachhaltiges Handeln ermöglichen. Dazu gliedern sich die Studienschwerpunkte nach folgenden Kompetenzen:

Kompetenzen des Studiengangs Fashion Business (B.A.) im Detail:

- Create & Develop
- Develop & Design
- Discover & Explain
- Explore & Discuss
- Represent & Communicate
- Market & Manage
- Supply Chain
- Business Administration
- Bachelor-Abschluss

Das Studium ist speziell auf die Anwendung spezifischer Handlungskompetenzen in der Kreativwirtschaft, insbesondere im Bereich Fashion/Mode in Hinblick auf Führung von Unternehmen der Modebranche ausgerichtet und schließt mit dem staatlich anerkannten Abschluss "Bachelor of Arts (B.A.)" ab.

Durch das Niveau und die Qualität der Prüfungsergebnisse wird sichergestellt, dass die Studierenden in der Lage sind, über ein kritisches Verständnis der wichtigsten Theorien, Prinzipien und Methoden ihres Studienprogramms zu verfügen und ihre Kompetenzen und ihr Wissen vertikal, horizontal und lateral vertiefen zu können.

Der Praxisbezug, ein wesentliches konzeptionelles Merkmal des Studiengangs, wird in den Semestern drei, vier, fünf (integriertes Praxissemester) und sechs und der Bachelorarbeit (siebtes Semester) gesichert. Damit weisen die Studierenden nach, dass sie in der Lage sind, ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten sowie ihr Wissen und Verstehen auf ihre Tätigkeit und ihren Beruf anzuwenden und Problemlösungen und Argumente in ihrem Fachgebiet zu erarbeiten und weiter zu entwickeln.

## **2.1 1. SEMESTER**

Am Ende des ersten Semesters sind Sie in der Lage, grundlegende Inhalte aus dem Bereich Kultur und Bekleidung zu problematisieren, zu analysieren und durch eigene schriftliche Arbeit und Präsentation die Ergebnisse aufzuzeigen. Sie haben darüber hinaus grundlegende Kenntnisse gestalterischer Prozesse und Techniken sowie eine Vorstellung von Kreativität erlangt. Sie können wesentliche digitale Visualisierungsmethoden anwenden und verstehen darüber hinaus die Bedeutung der Wahl unterschiedlichster gestalterischer Mittel. Sie sind in der Lage, die in der Textil- und Bekleidungsbranche eingesetzten Materialien zu kategorisieren, qualitativ einzuschätzen und entsprechend ihrer Verwendbarkeit zu beurteilen. Darüber hinaus verstehen Sie die Methoden, Arbeits- und Denkweisen sowie Problemlösungsstrategien in der allgemeinen Betriebs- und Volkswirtschaftslehre. Sie wissen und verstehen, wie der Marketing-Managementprozess funktioniert und wie die entsprechenden Instrumente und Maßnahmen einzusetzen / umzusetzen sind.

Die Schwerpunkte des ersten Semesters im Detail (sortiert nach Kompetenzgebiet / Modul):

Create & Connect / CC I / Kreativität & Gestaltung

Develop & Design / DD I / Visuelle Kommunikation

Develop & Design / DD II / Textiltechnologie

Discover and Explain / DE I / Mode- & Kulturgeschichte

Market & Manage / MM I / Fashion Marketing

Business Administration / BI / Economics

## **2.2 2. SEMESTER**

Im zweiten Semester wird die Vermittlung der im ersten Semester bereits vermittelten Fähigkeiten und Kenntnisse fortgeführt.

Sie vertiefen Ihre diskursiven Fähigkeiten und Ihre Kenntnisse in der Anwendung wissenschaftlicher Methoden anhand von Beispielen aus der Modesoziologie. So können Sie den Modewandel unter soziologischen Aspekten erörtern und können Zusammenhänge in Bezug auf die Entstehung von Moden darstellen.

Sie erlernen darüber hinaus anhand der globalen Problemstellung nachhaltigen Wirtschaftens und Handelns die Methoden und die Anwendung empirischer Forschung, dazugehörig und ergänzend Grundlagen der Marktforschung und der Statistik.

Sie werden in die Lage versetzt, die grundlegende Verarbeitungstechniken nachzuvollziehen, zu diskutieren und unter ethischen Gesichtspunkten in den Wertschöpfungsprozess einzuordnen. Sie verstehen, welche Bedeutung logistische Prozesse entlang der textilen Wertschöpfungskette (WSK) haben und sind in der Lage, die Produktionsprozesse im Bereich Textil- und Bekleidung in technischer wie betriebswirtschaftlicher Hinsicht zu verstehen, zu verknüpfen, zu analysieren und darzustellen.

Sie verstehen grundlegende Vorgänge und Zusammenhänge im Finanzmanagement von Unternehmen und können diese nachvollziehen. Sie verstehen die Besonderheiten der Entscheidungsfindung von Unternehmen in der Mode- und Bekleidungsindustrie sowie die Struktur und den Strukturwandel in der Modebranche. Sie sind in der Lage, branchenspezifischer Geschäftsmodelle zu formulieren und deren Erfolgsaussichten zu diskutieren.

Die Kompetenzen des zweiten Semesters im Detail:

Discover & Explain / DE II / Modesoziologie

Explore & Discuss / ED I / Nachhaltigkeit

Explore & Discuss / ED II / Marktforschung & Statistik

Market & Manage / MM II / Fashion Entrepreneurship

Supply Chain / SI / Production & Logistics

Business Administration / B II / Financial Management

## **2.3 3. SEMESTER**

Im dritten Semester werden Sie befähigt, den Zusammenhang zwischen der Kommunikation und der Entstehung von Moden zu erörtern, zu verstehen und darzustellen.

Sie erlernen wesentliche Fähigkeiten und Kenntnisse in den Bereichen Produkt- & Projektmanagement sowie in der Kostenrechnung und Kalkulation und werden so in die Lage versetzt, die Zusammenhänge zwischen dem Absatz- und dem Produktmanagementbereich zu erkennen, zu analysieren und praktisch umzusetzen. Sie sind fähig, den in der Betriebspraxis der Branche typischen und elementaren Rückkopplungskreislauf zwischen beiden Bereichen wissenschaftlich zu durchdringen und praktisch zu handhaben. Dies wird mit dem ersten Projekt mit dem Schwerpunkt im Kompetenzbereich Business Administration erprobt; dabei ist beispielsweise eine Businessplanung als Arbeitsergebnis vorgesehen.

In Bezug auf das Produktmanagement und seinen Vorstufen entlang der branchenspezifischen Supply Chain liegt der Fokus in diesem Semester auf der globalen Beschaffung und den damit verbundenen visuellen und textuellen Beschreibungen und Konzepten der Kollektionsentwicklung.

Die Kompetenzen des dritten Semesters im Detail:

Create & Connect / CC II / Kreativer Prozess & Projektmanagement

Develop & Design / DD III / Produktmanagement

Supply Chain / S II / Sourcing & Buying

Represent & Communicate / RC I / Fashion Communication

Market & Manage / MM III / Costing

Business Administration / B III / Project Business Plan

## **2.4 4. SEMESTER**

Das vierte Semester setzt den Weg entlang der textilen Wertschöpfungskette mit einem Schwerpunkt im Bereich Sales und Retail fort. Sie wissen und verstehen, wie erfolgreiches Retail Management auf Kommunikationskompetenzen und moderne Methoden des Customer-Relationship-Managements gründet. Im Bereich der Markenführung werden Ihnen Instrumente an die Hand gegeben, mit denen Sie Marken etablieren und positionieren können. So sind Sie in der Lage, eigene Konzepte zur Markenentwicklung und Kollektionsgestaltung zu entwickeln, die dem Absatz von modischen Produkten unter nachhaltigen Gesichtspunkten dienen.

Abgestimmt darauf ermöglicht das zweite Praxisprojekt, die in dem vorhergehenden Semester grundgelegten Kenntnisse umfassend im Bereich der Produktions- und Kollektionsplanung anzuwenden und bei der Durchführung des Projektes in Gruppen Führungsverantwortung zu erlernen und zu übernehmen.

Die Kompetenzen des vierten Semesters im Detail:

Develop & Design / DD VI / Projekt Kollektion

Represent & Communicate / RC II / Business Communication

Represent & Communicate / RC III / Sales Management

Market & Manage / MM IV / Brand Management

Supply Chain / SS III / Retail Management

## **2.5 5. SEMESTER**

Das fünfte Semester ist ein Praxissemester, in dem Sie in der beruflichen Praxis mit Hilfe des bisher erworbenen theoretischen und praktischen Wissens wirtschaftliche und kreative Aufgabenstellungen verstehen und diese anwendungsorientiert lösen. Ebenso erweitern Sie im beruflichen Umfeld Ihre sozialen Kompetenzen, lernen Entscheidungskriterien kennen und die Notwendigkeit, rational begründete Entscheidungen zielorientiert zu treffen. Sie arbeiten in echten Unternehmen konstruktiv und kritisch an realen Problemstellungen. Dabei vertiefen Sie Ihr Wissen über operative Managementprozesse und erwerben wesentliche Kenntnisse in ausgewählten Bereichen der Unternehmenskommunikation. Sie können nach dem Praxissemester Ihre erworbenen Fähigkeiten in die Prozesse entlang der textilen Wertschöpfungskette einordnen und so ihre Stärken und Schwächen in den verschiedenen Kompetenzbereichen identifizieren und sich mit diesen während des restlichen Studiums und auch nach Abschluss des Studiums kontinuierlich auseinandersetzen.

## 2.6 6. SEMESTER

Im sechsten Semester werden die bisher von Ihnen erworbenen Kompetenzen um die Perspektive der Makroumwelt ergänzt. Der Gesamtüberblick über die textile Wertschöpfungskette erweitert sich um die rechtliche und internationale Perspektive, ebenso wie um die Perspektive der technologischen Entwicklungen. Gleichzeitig wird auch die Bedeutung und Funktionsweise der Unternehmenskommunikation vermittelt, so dass Sie in der Lage sind, Entwicklungen für und von Unternehmen im zukünftigen Umfeld zu initiieren und zu gestalten.

Die Module des sechsten Semesters bieten einen komplett aufeinander abgestimmten Blick auf die weitgehend globalisierte Branche und befähigen Sie, nahezu sämtliche Aufgabenstellungen mit internationalem Bezug zu bewältigen. Sie sind in der Lage, sowohl bestehende Marken mit Hilfe entsprechender Methoden und Instrumente zu stärken als auch bestehende und neue Marken auf den globalen Markt zu bringen und zu positionieren. Dies stellt zugleich die Grundlage für das dritte Projekt mit Schwerpunkt im Markenmanagement dar.

Die Kompetenzen des sechsten Semesters im Detail:

Develop & Design / DD VII / Innovative Technologien & Materialien

Represent & Communicate / RC IV / CSR

Market & Manage / MM V / International Management

Market & Manage / MM VII / Brand Project

Business Administration / B IV / Law

## 2.7 7. SEMESTER

Das siebte Semester rundet das Studium nach Kompetenzen mit einigen Modulen ab, die Sie auf Ihre weitere Laufbahn in der Führung von Unternehmen oder im Erwerb und Vertiefen von wissenschaftlichen Tätigkeiten in Ihrem Fachgebiet vorbereiten. Sie lernen Führungstechniken ebenso kennen wie Grundlagen des Personalmanagements. Ein besonderer Fokus liegt dabei darauf, dass Sie befähigt werden, lebenslang zu lernen und sich stets mit aktuellen Themen, die Ihr Fachgebiet betreffen (könnten), zu beschäftigen und als kompetente Change-Manager sich diesen Herausforderungen im Unternehmenskontext stellen können.

Das Semester schließt mit der Erarbeitung der Bachelorarbeit ab, in der Sie Ihr erlerntes Wissen in einer Forschungs- und Projektarbeit höheren Komplexitätsgrades unter Beweis stellen. Die Abschlussarbeit besteht aus einer schriftlichen Konzeption. Sie muss erkennen lassen, dass Sie zu selbstständiger Arbeit fähig sind.

Die Kompetenzen des siebten Semesters im Detail:

Discover & Explain / DE III / Wissenschaftliches Arbeiten

Discover & Explain / DE IV / Transformationsprozesse

Explore & Discuss / ED III / Fashion Studies & Research

Business Administration / B V / Leadership & Human Resources

Bachelor-Abschluss / BA / Bachelorarbeit und Kolloquium

### 3 CURRICULUM

#### 3.1 ÜBERSICHT

1. SEMESTER	
CREATE & CONNECT	- KREATIVITÄT & GESTALTUNG
DEVELOP & DESIGN	- VISUELLE KOMMUNIKATION - TEXTILTECHNOLOGIE
DISCOVER & EXPLAIN	- MODE- UND KULTURGESCHICHTE
MARKET & MANAGE	- FASHION MARKETING
BUSINESS ADMINISTRATION	- ECONOMICS
2. SEMESTER	
DISCOVER & EXPLAIN	- MODESOZIOLOGIE
EXPLORE & DISCUSS	- NACHHALTIGKEIT - MARKTFORSCHUNG & STATISTIK
MARKET & MANAGE	- FASHION ENTREPRENEURSHIP
SUPPLY CHAIN	- PRODUCTION & LOGISTICS
BUSINESS ADMINISTRATION	- FINANCIAL MANAGEMENT
3. SEMESTER	
CREATE & CONNECT	- KREATIVER PROZESS & PROJEKTMANAGEMENT
DEVELOP & DESIGN	- PRODUKTMANAGEMENT
REPRESENT & COMMUNICATE	- FASHION COMMUNICATION
MARKET & MANAGE	- COSTING
SUPPLY CHAIN	- SOURCING & BUYING
BUSINESS ADMINISTRATION	- PROJECT BUSINESS PLAN
4. SEMESTER	
DEVELOP & DESIGN	- PROJEKT KOLLEKTION
REPRESENT & COMMUNICATE	- BUSINESS COMMUNICATION - SALES MANAGEMENT
MARKET & MANAGE	- BRAND MANAGEMENT
SUPPLY CHAIN	- RETAIL MANAGEMENT



**5. SEMESTER**

PRAXISSEMESTER

- PRAXISSEMESTER UND PRÄSENTATION

**6. SEMESTER**

DEVELOP & DESIGN

- INNOVATIVE PRODUKTE

REPRESENT & COMMUNICATE

- CSR

MARKET & MANAGE

- INTERNATIONAL MANAGEMENT

- PROJECT BRAND

BUSINESS ADMINISTRATION

- LAW

**7. SEMESTER**

DISCOVER & EXPLAIN

- WISSENSCHAFTLICHES ARBEITEN

- TRANSFORMATIONSPROZESSE

EXPLORE & DISCUSS

- FASHION STUDIES & RESEARCH

BUSINESS ADMINISTRATION

- LEADERSHIP & HR

BACHELOR-ABSCHLUSS

- BACHELORARBEIT UND KOLLOQUIUM

## HOCHSCHULSTANDORTE

MEDIADESIGN HOCHSCHULE  
 FÜR DESIGN UND INFORMATIK GMBH

- PRIVATE HOCHSCHULE
- STAATLICH ANERKANNT

HOCHSCHULSTANDORT	ANSPRECHPARTNER
FRANKLINSTR. 28-29 10587 BERLIN T 030   399 266 - 0   F - 15 info-ber@mediadesign.de	YVONNE HEINICKE Y.HEINICKE@MEDIADESIGN.DE  HERMANN FURIN H.FURIN@MEDIADESIGN.DE
CLAUDIUS-KELLER-STR. 7 81669 MÜNCHEN T 089   450 605 - 0   F - 17 info-muc@mediadesign.de	STEFANIE FRELKE S.FRELKE@MEDIADESIGN.DE  JANA HILLER J.HILLER@MEDIADESIGN.DE  STEFANIE MEIER S.MEIER@MEDIADESIGN.DE  DANIELA WARRAS D.WARRAS@MEDIADESIGN.DE
WERDENER STR. 4 40227 DÜSSELDORF T 0211   179 393 - 0   F - 17 info-dus@mediadesign.de	SOO SEUN AN S.AN@MEDIADESIGN.DE  KIMBERLY DOUANGDARA K.DOUANGDARA@MEDIADESIGN.DE  ALEXANDRA NAUEN A.NAUEN@MEDIADESIGN.DE