

Digitales Marketing und E-Commerce (B.A.) dual

Media University
of Applied Sciences



Der Studiengang

Digitales Marketing und E-Commerce – zwei Märkte auf Wachstumskurs, die durch die Digitalisierung entstanden sind und durch die Pandemie angekurbelt wurden. Mit ihrem neuen B.A.-Programm mit genau diesen beiden Qualifikationsbereichen reagiert die Media University auf die wachsende Nachfrage an fachlich qualifizierten Arbeitskräften in der boomenden Branche des Online-Handels und -Marketings. Denn hier sind mit Digital Marketing Manager:in, Social Media Consultant, Business oder Data Analyst:in und weiteren Jobs spannende neue Berufsfelder entstanden, die Expertise erfordern.

Der Abschluss Bachelor of Arts (B.A.) kann **dual-praxisintegrierend** in sieben Semestern erreicht werden. „Dual-praxisintegrierend“ bedeutet, dass Sie gleichzeitig studieren und in einem Kooperationsbetrieb arbeiten.

Wir bieten eine Top-Betreuung für den Weg ins kreative Berufsleben.



In Kürze

ABSCHLUSS

Bachelor of Arts (B.A.)

DAUER

7 Semester

STUDIENFORM

Präsenzstudium
mit Online-Anteilen

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

SPRACHE

Deutsch

GEBÜHREN

dual: € 0,- monatlich (Die Kooperationsbetriebe übernehmen die monatlich anfallenden Studiengebühren von € 750,- und zahlen außerdem einen Unterhaltsbeitrag.)



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



Studiengangübergreifender Kompetenzbereich (6 % aller CPs)

Pflichtbereich – 2 Allgemeinbildende Grundlagenmodule

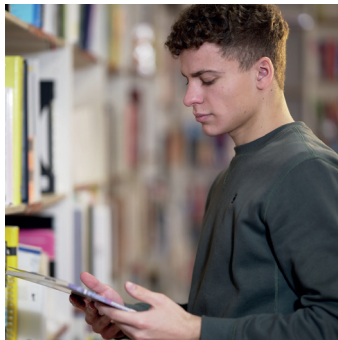


WISSENSCHAFTLICHES PROPÄDEUTIKUM

Wissenschaftsgeschichte/-theorie, Einführung in wissenschaftliches Arbeiten
→ 5 CP / 3 SWS

PERSONALE & SOZIALE KOMPETENZEN

Selbst- /Lernmanagement, Präsentationstechnik, Teamkompetenz und Projektmanagement
→ 5 CP / 3 SWS



»Das Spannendste am dualen Studienmodell sind die betrieblichen Praxisprojekte. Vom ersten Semester an arbeiten Sie in Projektaufträgen in Ihrem Betrieb, akademisch betreut, als Teil Ihrer Studienleistung!«

Prof. Dr. K.-D. Schulz, Rektor der Media University



Studiengangspezifischer Kompetenzbereich (94 % aller CPs)

Grundlagen
5 allgemeine Module



Digitales Marketing
5 vertiefende Module



E-Commerce
5 vertiefende Module



Weitere Module und Studienabschnitte
4 weitere Module



GRUNDLAGEN ANGEWANDTER STATISTIK

Einführung in deskriptive und inferentielle statistische Methoden und Tools
→ 5 CP / 4 SWS

DATA ANALYTICS

Analyse ökonomischer Zusammenhänge verteilter Daten
→ 5 CP / 4 SWS

NETZWERKÖKONOMIE

Netzwerkeffekte bei der Allokation knapper Ressourcen
→ 5 CP / 3 SWS

WIRTSCHAFTSWISSENSCHAFTL. METHODOLOGIE

Externes und internes Rechnungswesen
→ 5 CP / 4 SWS

WIRTSCHAFTSETHIK & DIGITALE ETHIK

Ethische Grundlagen wirtschaftlichen Handelns und digitaler Mediennutzung
→ 5 CP / 3 SWS

EINFÜHRUNG MARKETING

operative und strategische Grundlagen der Absatzförderung
→ 5 CP / 4 SWS

KONSUMENTENVERHALTEN

Verhaltenswissenschaftliche Analyse von Entscheidungsprozessen
→ 5 CP / 3 SWS

ONLINE-WERBUNG & MEDIA-PLANUNG

Strategien der Nutzung digitaler Werbemedien und -kanäle
→ 5 CP / 3 SWS

SOCIAL MEDIA & COMMUNITY MANAGEMENT

Unternehmenskommunikation in sozialen Medien
→ 5 CP / 4 SWS

WEB-TECHNOLOGIEN

Web 2.0, Web 3.0: Dezentralisiertes Web, Distributed Ledger, Blockchain, Kryptowährungen
→ 5 CP / 4 SWS

E-BUSINESS/E-COMMERCE

Digitale Warenwirtschaft und online-basierte Vertriebskanäle
→ 5 CP / 4 SWS

HANDELS-/DIENSTLEISTUNGS-MANAGEMENT

Strategien zur verkaufsfördernden Nutzung digitaler Plattformen
→ 5 CP / 4 SWS

CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

Kundengewinnung und -bindung
→ 5 CP / 4 SWS

USER EXPERIENCE & WEB-ANALYTICS

Digitale Steuerung und Controlling der Customer Journey
→ 5 CP / 4 SWS

HUMAN-COMPUTER-INTERACTION

Interface-Design, UX, Barrierefreiheit, Joy of Use
→ 5 CP / 3 SWS

BETRIEBLICHE PRAXISPROJEKTE in jedem Semester:

Erarbeitung von Lösungen für individuelle Problemstellungen im betrieblichen Arbeitsumfeld
→ 80 CP / 7 SWS

REPETITORIUM im letzten Semester:

Wiederholungen zentraler Themen und Prüfungsvorbereitung
→ 5 CP / 1SWS

BACHELORARBEIT

2- bis maximal 4-monatige BA-Arbeit, anschließend: BA-Kolloquium
→ 10 CP / 1SWS

SELBSTPRÄSENTATION

Kompetenz/persönlicher Auftritt, Bewerbungsstrategie, Print-/Online-Portfolio
→ 5 CP / 2 SWS