

B.A. Digitales Marketing und E-Commerce

Der Studiengang

Digitales Marketing und E-Commerce sind nicht nur zwei durch die Digitalisierung entstandene Märkte auf Wachstumskurs, sondern bilden auch die beiden Qualifikationsbereiche des gleichnamigen neuen Studiengangs an der HMKW. Mit ihrem neuen B.A.-Programm reagiert die Medienshochschule auf die wachsende Nachfrage an fachlich qualifizierten Arbeitskräften in der boomenden Branche des Online-Handels und des Online-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 klassisch in sechs, klassisch-plus in sieben oder dual in acht Semestern erreicht werden, dual zusammen mit dem Berufsausbildungsabschluss zur/zum Kauffrau/-mann im E-Commerce (IHK).

Studienstart

klassisch:

Wintersemester

(**dual und klassisch-plus:** Wintersemester)

Standorte

Berlin, Köln und Frankfurt Main

Sprache

Deutsch

Gebühren

€ 640,- monatlich

Abschluss

klassisch:

Bachelor of Arts (B.A.) in 6 Semestern

klassisch-plus:

Bachelor of Arts (B.A.) in 7 Semestern

dual:

Bachelor of Arts (B.A.) und

IHK-Berufsabschluss in 8 Semestern

Das Studium an der HMKW

Die HMKW

- staatlich anerkannte Hochschule
- institutionelle Akkreditierung durch den Wissenschaftsrat, Programmakkreditierung durch die FIBAA ist beantragt



Breitgefächert und interdisziplinär!

Sie lernen an einer Hochschule, die auch für andere Berufe in den Medien ausbildet. Somit profitieren Sie von interdisziplinären Kooperationen und einer umfangreichen Medien-Ausstattung.

Online informieren und bewerben: www.hmkw.de

Vorträge und Gastreferent:innen



Arbeiten mit Top-Ausstattung



Praxisprojekte



Campus Berlin

Fon +49 (0)30 / 46 77 693-30

studienberatung-berlin@hmkw.de

Campus Köln

Fon +49 (0)221 / 222 139-33

studienberatung-koeln@hmkw.de

Campus Frankfurt Main

Fon +49 (0)69 / 50 50 253-93

studienberatung-frankfurt@hmkw.de

klassisch

Studiengangübergreifender Kompetenzbereich 25 % aller CPs

CP = Credit Points, SWS= Semesterwochenstunden

Pflichtbereich 6 Allgemeinbildende Grundlagenmodule

Wissenschaftliches Propädeutikum Wissenschaftsgeschichte/-theorie, Einführung in wissenschaftliches Arbeiten CP 5 SWS 3	Medien- und Kommunikationswissenschaft Mediengeschichte, Medientheorie, Medienrecht, Kommunikationstheorie, -analyse CP 5 SWS 3	Empirische Methodenlehre Empirische Sozialforschung, Statistik-Grundlagen, Medienwirkungsforschung, User Experience CP 5 SWS 3	Personale und soziale Kompetenzen Selbst- /Lernmanagement, Präsentationstechnik, Teamkompetenz und Projektmanagement CP 5 SWS 3
Wirtschaftswissenschaften Grundlagen der Betriebs- und Volkswirtschaftslehre: ökonomische Systeme/Strukturen/Werte CP 5 SWS 3	Interkulturalität Kulturtheorien/-modelle, Überwindung von Kulturbarrieren, interkulturelles Lernen etc. CP 5 SWS 3		

Wahlpflichtbereich 3 aus 7 vertiefenden oder ergänzenden Modulen

Medienrecht Vertragsrecht, Urheberrecht, Datenschutz und Privatsphäre, Haftungsfragen etc. CP 5 SWS 3	Sozialwissenschaften Soziologie, Politologie, sozio-ökonomische Analysen CP 5 SWS 3	Digitale Ökonomie IT-/Medienwirtschaft, E-Commerce, Big Data, Data Mining CP 5 SWS 3	Wirtschaftsenglisch Business English: commercial correspondence, presentation techniques, TOEFL preparation etc. CP 5 SWS 3
zweite Fremdsprache bsp. Spanisch, Chinesisch CP 5 SWS 3	Sozialpsychologie Zusammenhang zwischen individuellem Verhalten, Erleben und sozialen Interaktionen CP 5 SWS 3	Medientechnologie OS/Netze, grundlegende IT-/Office-Tools, Dokumentenmanagement, Web-sprachen/-protokolle CP 5 SWS 3	

Studiengangspezifischer Kompetenzbereich 75 % aller CPs

Grundlagen

6 Pflichtmodule

Grundlagen angewandter Statistik Einführung in deskriptive und inferentielle statistische Methoden und Tools CP 5 SWS 4
Data Analytics Analyse ökonomischer Zusammenhänge verteilter Daten CP 5 SWS 4
Entrepreneurship Existenzgründung, Geschäftsmodelle, Innovationsmanagement CP 5 SWS 4
Netzwerkökonomie Netzwerkeffekte bei der Allokation knapper Ressourcen CP 5 SWS 3
Wirtschaftswissenschaftl. Methodologie Externes und internes Rechnungswesen CP 5 SWS 4
Wirtschaftsethik und digitale Ethik Ethische Grundlagen wirtschaftlichen Handelns und digitaler Mediennutzung CP 5 SWS 3

Fachmodule Digitales Marketing

6 vertiefende Pflichtmodule

Einführung Marketing operative und strategische Grundlagen der Absatzförderung CP 5 SWS 4
Konsumentenverhalten Verhaltenswissenschaftliche Analyse von Entscheidungsprozessen CP 5 SWS 3
Online-Werbung & Media-Planung Strategien der Nutzung digitaler Werbemedien und -kanäle CP 5 SWS 3
Social Media & Community Management Unternehmenskommunikation in sozialen Medien CP 5 SWS 4
Web-Technologien Web 2.0, Web 3.0: Dezentralisiertes Web, Distributed Ledger, Blockchain, Kryptowährungen CP 5 SWS 4
Praxis Online-Marketing Projekte zur Konzeption und Umsetzung online-basierter Marketing-Kampagnen CP 5 SWS 3

Fachmodule E-Commerce

6 vertiefende Pflichtmodule

E-Business/E-Commerce Digitale Warenwirtschaft und online-basierte Vertriebskanäle CP 5 SWS 4
Handels-/Dienstleistungsmanagement Strategien zur verkaufsfördernden Nutzung digitaler Plattformen CP 5 SWS 4
Customer Relationship Management Kundengewinnung und -bindung CP 5 SWS 4
User Experience und Web-Analytics Digitale Steuerung und Controlling der Customer Journey CP 5 SWS 4
Praxis E-Commerce Projekte zu Online-Shop-Systemen CP 5 SWS 3
Human-Computer-Interaction Interface-Design, UX, Barrierefreiheit, Joy of Use CP 5 SWS 3

Weitere Module und Studienabschnitte

3 weitere Pflichtmodule

Repetitorium Prüfungsvorbereitung zu den fachspezifischen Modulen CP 5 SWS 3
Praktikum 6-monatige betriebliche Praxisphase CP 30 SWS 3
Bachelorarbeit 2- bis maximal 4-monatige BA-Arbeit, anschließend: BA-Kolloquium CP 10 SWS 2