

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 oder dual in acht Semestern erreicht werden, dual zusammen mit dem Berufsausbildungsabschluss zur/zum Kauffrau/-mann im E-Commerce (IHK).

Studienstart

klassisch: Winter- und Sommersemester
(dual: Wintersemester)

Standorte

Berlin, Köln und Frankfurt Main

Sprache

Deutsch

Gebühren

€ 640,- monatlich

Abschluss

klassisch: Bachelor of Arts (B.A.) in 6 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

Studiengangsspezifischer 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