

B.A. Digitales Marketing und E-Commerce

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 HMKW 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 **klassisch** in sechs oder dual in sieben Semestern erreicht werden. Einzelheiten zum dual-praxisintegrierenden Studienmodell gibt es im dazugehörigen Infolyer.

Das Studium an der HMKW

Die HMKW

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



in Kürze

- Studienstart** Wintersemester (Oktober) oder Sommersemester (April)
- Standorte** Berlin, Köln und Frankfurt Main
- Gebühren** € 750,- monatlich
- Sprache** Deutsch
- Abschluss** **klassisch:** Bachelor of Arts (B.A.) in 6 Semestern

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
Medien- und Kommunikationsgeschichte, 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

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

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