

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 du gleichzeitig studierst und in einem Kooperationsbetrieb arbeitest.

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 UND 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 die Studierenden 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 UND 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 UND MEDIA-PLANUNG

Strategien der Nutzung digitaler Werbemedien und -kanäle

→ 5 CP / 3 SWS

SOCIAL MEDIA UND 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 UND 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 / 1 SWS

BACHELORARBEIT

2- bis maximal 4-monatige BA-Arbeit, anschließend: BA-Kolloquium

→ 10 CP / 1 SWS

SELBSTPRÄSENTATION

Kompetenz/persönlicher Auftritt, Bewerbungsstrategie, Print-/Online-Portfolio

→ 5 CP / 2 SWS