

Marketing & Digitale Medien (berufsbegleitend)

FOM Hochschule für Oekonomie & Management gemeinnützige GmbH
Bachelor of Arts



Programm

Multimediale Vermarktung mit Konzept

Medienkompetenz, Kommunikationsstärke und unternehmerisches Denken: Der berufsbegleitende Studiengang „Marketing & Digitale Medien“ bereitet gezielt auf eine verantwortungsvolle Tätigkeit als Fachkraft für multimediale Vermarktung vor. Ein besonderer Schwerpunkt gilt dabei den neuen Medien und der Entwicklung von Marketingkampagnen im Social-Media-Bereich.

Während des Studiums lernen Sie Marketingkonzepte sowie Markt- und Zielgruppenanalysen zu erstellen und zielgerichtete Online-Kampagnen durchzuführen. Sie erhalten praxisnahe Kenntnisse, wie Sie mit den passenden Maßnahmen und einer konsequenten Erfolgskontrolle zum Beispiel im Social-Media-Marketing Ihre Ziele erreichen. Zudem beschäftigen Sie sich mit Themen wie Webdesign, E-Commerce und Webanalytics und können so zielführend das Kundenverhalten in einem Online-Shop oder auf einer Website steuern. Ihre erlernten Marketingkenntnisse setzen Sie planungsbezogen um: Sie analysieren, konzipieren und budgetieren ein Marketingprojekt für einen fiktiven Pitch.

Als Absolvent des Bachelor-Studiengangs Marketing & Digitale Medien können Sie in einem Unternehmen z. B. als Online-Marketing-, Social-Media- oder Content-Manager agieren und als digitaler Navigator die multimediale Vermarktung von Firmen und Marken unterstützen.

Sie beenden Ihr berufsbegleitendes Bachelor-Studium in Marketing & Digitale Medien mit dem akademischen Grad Bachelor of Arts (B.A.).

Daten & Fakten

[Zur Webseite >](#)

Die Hochschule.
Für Berufstätige.



Sie haben Fragen?

Sie erreichen die Studienberatung von Mo-Fr 8-19 Uhr und Sa 7:30-14 Uhr gebührenfrei unter:

0800 1 95 95 95 (aus Deutschland)

0800 29 12 03 (aus Österreich)

studienberatung@fom.de

[Zur Webseite >](#)

Perspektiven

Zielgruppe und Berufsfelder

Dieser Studiengang richtet sich an Berufstätige in Unternehmen u.a. aus den Bereichen:

- Marketing und Kommunikation
- Vertrieb
- Produktmanagement
- Entwicklung von (Online-) Marketing-Konzepten, Planung von Marketingmaßnahmen
- Erstellung von Markt- und Zielgruppenanalysen
- Durchführung und Auswertung von Kundenbefragungen
- Planung und Durchführung von Online-Kampagnen
- Konzeption von Onlineshops
- Durchführung von Social-Media-Marketing Maßnahmen
- Suchmaschinenoptimierung (SEO) und Budgetierung von SEA-Maßnahmen

Zulassung & Gebühren

Zulassungsvoraussetzung

- Allgemeine Hochschulreife (Abitur), Fachhochschulreife oder sonstige als gleichwertig anerkannte Vorbildung (z.B. abgeschlossene Ausbildung – entweder mit dreijähriger Berufserfahrung oder mit abgeschlossener Aufstiegsfortbildung)
- und aktuelle Berufstätigkeit (Vollzeit- sowie Teilzeittätigkeit) oder betriebliche Ausbildung, Traineeprogramm, Volontariat. Sollten Sie aktuell nicht berufstätig sein bzw. in keinem Beschäftigungsverhältnis stehen, dies jedoch anstreben, kontaktieren Sie bitte unsere Studienberatung. Wir unterstützen Sie gerne und prüfen gemeinsam Ihre individuellen Möglichkeiten der Zulassung.

Aktuelle Stellenangebote unserer Kooperationspartner finden Sie zudem in der » [FOM Stellenbörse](#).

Studiengebühren

» **Hier finden Sie weitere Informationen zu den [Finanzierungsmöglichkeiten](#) und zu Fragen der [steuerlichen Absetzbarkeit](#).**

» **Warum erhebt die FOM Studiengebühren und [weitere Fragen zu Kosten und Finanzierung](#).**

Zeitmodelle

Zeitmodelle & Vorlesungszeiten

Je nach Studienort und Studienbeginn (Winter- oder Sommersemester) stehen Ihnen unterschiedliche Zeitmodelle zur Auswahl. Bitte wählen Sie Ihr gewünschtes Hochschulzentrum aus, um die möglichen Vorlesungszeiten angezeigt zu bekommen

Die durchschnittliche Vorlesungszeit beträgt ca. 9 Stunden pro Woche.*)
Je nach Hochschulzentrum wird das Zeitmodell 1 oder Zeitmodell 2 angeboten

Zeitmodell 1

2 oder 3 Abende/Woche (Mo.-Fr.) 18:00 – 21:15 Uhr und 2 oder 3 Samstage/Monat 08:30 – 15:45 Uhr

Zeitmodell 2

Immer freitags 18:00 – 21:15 Uhr und samstags 08:30 – 15:45 Uhr

3 Abende/Woche (Mo.-Fr.) 18:00 – 21:15 Uhr

2 Tage/Woche (Mo.-Fr.) i.d.R. 08:30 – 15:45 Uhr

oder

1 Tag/Woche und samstags i.d.R. 08:30 – 15:45 Uhr

*) Bezogen auf das gesamte Studium, in Ausnahmefällen kann davon abgewichen werden.

Studienmodule

1. Semester

Management Basics

- Grundlagen der BWL, VWL, Recht und Entrepreneurship
- Einführung wissenschaftliches Arbeiten

Kompetenz- & Selbstmanagement

- Berufserfolg und -anforderungen
- Persönlichkeit
- Kompetenzen
- Selbstmanagement

Grundlagen Marketing & Media

- Grundlagen des Marketing und von Off- & Online-Medien
- Multi-Channel-Marketing

Einführung Mathematik

- Finanzmathematik
- Lineare Algebra
- Integralrechnung

2. Semester**Kostenrechnung & Buchführung**

- Kosten- und Leistungsrechnung
- Doppelte Buchführung
- EDV-gestützte Buchführung

Online-Marketing

- Instrumente innerhalb des Online-Marketings
- Konzeption eines Online-Marketingplans
- Zusammenarbeit mit Dienstleistern im Online-Marketing-Bereich

Klassische Werbung

- Print
- Elektronische Medien
- Out-of-home Media
- Streuplan

Wissenschaftliches Arbeiten

- Ablaufplanung - Selbst-/Zeitmanagement
- Formvorschriften
- Forschungsmethoden

3. Semester**Customer-Relationship-Management**

- Analyse, Ziele & Strategien im CRM
- Instrumente und Kontrolle im CRM

Marktforschung

- Grundlagen der Marktforschung
- Explorative und experimentelle Untersuchungen
- Querschnitts- und Längsschnittuntersuchungen

Social Media & Mobile Marketing

- Social Media Advertising Instrumente
- Community-Management
- Content-Marketing und Native Marketing
- Responsive Design vs. mobile Internetseite vs. Apps
- Mobile Commerce

Wirtschaftspsychologie

- Finanzpsychologie
- Arbeitspsychologie
- Organisationspsychologie
- Markt- und Konsumpsychologie

4. Semester**Usability/ Webdesign/ Webanalytics**

- User Experience und Interaction Design
- Usability Engineering
- Webdesign und Webanalytics

Dienstleistungsmarketing

- Umfeldanalyse
- Qualitätsmanagement bei Dienstleistungen
- Operatives Marketing
- Marketing Controlling

Marketing Intelligence

- Marketing Intelligence als digitales Marketing-Prozessmanagement
- Wissensmanagement
- Big Data / Smart Data

Wissenschaftliche Methoden – quantitative Datenanalyse

- Statistische Software
- Durchführung einer quantitativen wissenschaftlichen Analyse

5. Semester**Content-Management-Systeme**

- Enterprise Content Management
- Siteplanung
- Aufbau und grundlegende Funktionsweise der Webprogrammierung
- Fallstudie: Umsetzung anhand eines WCMS Systems

Projekt (Aufbau, Vermarktung Websites, Webshop)

- Methoden der (Werbe-)Erfolgskontrolle im Online-Marketing
- Prinzipien zur Evaluation von Projekten
- Untersuchungsmethoden

Marketing Controlling

- Ziele, Entscheidungsbestände und Verfahren des Marketingcontrollings
- Kennzahlen & Kennzahlensysteme
- Möglichkeiten des Marketingcontrollings im Web 2.0

Crossmedia-Management

- Crossmedia Strategien
- Ermittlung und Aufstellung einer Crossmedia Kampagne
- Zielgruppen geeignete Mediengattungen

6. Semester**Marketing & eBusiness**

- Nutzenpotentiale aus Anbieter- und Kundenperspektive
- Bausteine des Electronic Marketings
- Multi-Channel-Management

Projekt Marketingplanung

- Strategische Marketingplanung
- Operative Marketingplanung und Marketingmix
- Konzeption & Pitch

Wirtschafts-/Unternehmensethik

- Moral und Ethik
- Werte
- Philosophische Grundlagen
- Ethik und Ökonomie

Wissenschaftliche Methoden – Qualitativ

- Zentrale Prinzipien der qualitativen Forschung
- Gütekriterien der qualitativen Forschung
- Praktische Umsetzung der qualitativen Forschung

Business Commercial English¹

- Business communication: speaking, writing, reading, listening
- Cultural differences in business practice

7. Semester**IT- & Medienrecht**

- IT-Recht und Compliance
- Telemedienrecht, Urheberrecht, Persönlichkeitsrecht
- Datenschutz
- IT-Sicherheit im Unternehmen

Bachelor-Thesis/Kolloquium

- Abschlussarbeit
- Kolloquium

Go International!

Wirtschaftswissenschaften