

Marketing & Digital Media

FOM Hochschule für Oekonomie & Management gemeinnützige GmbH
Bachelor of Arts



Allgemein

Bachelor Marketing & Digital Media (B.A.)

Die digitale Welt entwickelt sich stetig weiter: Neue Trends und Technologien erfordern ein hohes Maß an analytischen Fähigkeiten und Kreativitätstechniken. Darauf bereitet Sie der Bachelor-Studiengang „Marketing & Digital Media“ (B.A.) der FOM Hochschule vor.

Lernen Sie, wie Marketing und Vertrieb in den digitalen Medien funktionieren und wie Social Media dazu beitragen kann, Produkte bekannt zu machen. In diesem Vollzeitstudiengang erwerben Sie das notwendige Know-how als Online-Marketing-Experte. Dabei werden Ihnen sowohl in deutscher als auch in englischer Sprache die betriebswirtschaftlichen Aspekte von Social Media, Usability und Web Analytics vermittelt.

Hinweis: Durch ein integriertes Praktikum haben Sie zudem die Möglichkeit, bereits während des Studiums wertvolle Erfahrungen zu sammeln.

Sie beenden Ihr Vollzeit-Studium „Marketing & Digital Media“ (B.A.) mit einem staatlich und international anerkannten Bachelor-Abschluss der FOM Hochschule.

Daten und Fakten auf einen Blick

- **Studienmodell:** Campus+
- **Standorte:** Düsseldorf
- **Zeitmodelle:** Vollzeit
- **Dauer:** 7 Semester
- **Leistungsumfang:** 210 ECTS
- **Studiengebühr:** 24.990,00 Euro (zahlbar in 42 Monatsraten à 595 Euro oder in 53 Monatsraten à 465 Euro und einer Schlussrate à 345 Euro.)
- **Studienform:** Vollzeit

Überblick

Semesterstart

- **Semesterbeginn:** Start im Wintersemester (1. September)
- **Studienstart:** Ende September mit einer Orientierungswoche
- **Vorlesungsbeginn:** Anfang Oktober
- **Semesterferien:** In der Regel im Februar, Juli und August, je nach Semester gibt es weitere freie Zeiträume (z. B. Januar oder September)
- **Dauer:** 7 Semester
- **Vorlesungszeiten:** In der Regel an 4 Tagen pro Woche von 8.00 bis 16.30 Uhr

Je nach Studienort und Studienbeginn (Winter- oder Sommersemester) stehen Ihnen unterschiedliche Zeitmodelle zur Auswahl.

Was Sie für die Zulassung benötigen

Die Hochschule.
Für Berufstätige.



Campus

Toulouser Allee 53
40476 Düsseldorf

Kontakt

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

Tel. 0800 1 95 95 95
studienberatung@fom.de

- Allgemeine Hochschulreife (Abitur), Fachhochschulreife oder sonstige als gleichwertig anerkannte Vorbildung
- Englischkenntnisse, Level B2 (Nachweis muss bis spätestens Ende des 1. Semesters erbracht werden)

Studiengebühren

- Studiengebühr 24.990,00 Euro zahlbar in 42 Monatsraten à 595 Euro oder in 53 Monatsraten à 465 Euro und einer Schlussrate à 345 Euro.
- Immatrikulationsgebühr 420,00 Euro einmalige Immatrikulationsgebühr
- Prüfungsgebühr 500,00 Euro Einmalzahlung (mit Anmeldung zur Abschlussarbeit, bei Wiederholung der Abschlussarbeit erfolgt eine erneute Berechnung der Prüfungsgebühr)
- Gesamtkosten 25.910,00 Euro beinhaltet Immatrikulationsgebühr, Studiengebühr und Prüfungsgebühr

[Zu den Finanzierungsmöglichkeiten >](#)

Vertiefung

FOM Spezialisierungen

Mit den FOM Spezialisierungen haben Sie die Möglichkeit, sich über Ihr Bachelor-Hochschulstudium hinaus für spezifische berufliche Anforderungen zu qualifizieren. Für den gewählten Studiengang empfehlen wir folgende Spezialisierungen:

- [Innovation & Change](#)
- [Business Data Analytics](#)
- [Digital Management & Leadership](#)

Auslandsprogramme für Bachelor-Studierende

Die FOM bietet Ihnen zahlreiche Möglichkeiten, während Ihres Bachelor-Studiums Auslandserfahrungen an Partneruniversitäten zu sammeln.

[Mehr Infos](#)

Weiterführendes Master-Studium

Ein Master-Studium ist nach dem Bachelor-Abschluss eine gute Möglichkeit, Ihr Wissen in einem gewünschten Bereich zu vertiefen und zu erweitern und sich für höherwertige Positionen zu qualifizieren. Mit diesem Bachelor-Studiengang bieten sich folgende Master-Studiengänge an:

- Marketing & Communication (M.Sc.)
- Sales Management (M.Sc.)
- [IT Management \(M.Sc.\)](#)
- Technologie- und Innovationsmanagement (M.Sc.)

Erste Einblicke ins Studium

Hochschulatmosphäre live erleben

Besuchen Sie eine Probevorlesung an der FOM.

Wie fühlt sich gemeinsames Lernen im FOM Hörsaal an? Wie laufen die Vorlesungen im Digitalen Live-Studium ab? Diese Fragen können Sie sich nach einer kostenfreien Probevorlesung an der FOM ganz einfach selbst beantworten.

Sind Sie neugierig geworden?

[Jetzt zur Probevorlesung anmelden >](#)

Einfach und schnell online anmelden

Melden Sie sich einfach und mit wenigen Klicks online zu Ihrem FOM Studium an. Sie haben die Möglichkeit die einzureichenden Unterlagen direkt Ihrer Anmeldung beizufügen. Alternativ können Sie sich auch ohne die Unterlagen anmelden - Sie reichen die notwendigen Dokumente einfach später nach.

[Jetzt online anmelden >](#)

Perspektiven

Für Ihr Studium: Vorbereitungskurse und Blockseminare

Sie möchten zu Beginn Ihres Studiums Wissenslücken schließen oder während des Studiums

Blockseminare absolvieren? Die FOM bietet Ihnen zahlreiche Möglichkeiten, sich über die regulären Vorlesungszeiten hinaus gezielt Fachwissen anzueignen.

[Zu den FOM Seminaren >](#)

Studienmodule

Ihre Studieninhalte

1. Semester

International Business Management & Sustainability (7 ECTS)

Grundlagen BWL
Grundlagen Entrepreneurship
Grundlagen der Nachhaltigkeit & Wirtschaftsethik im globalen Kontext

Dieses Modul wird in englischer Sprache gelehrt.

Grundlagen Mathematik (5 ECTS)

Finanzmathematik
Lineare Algebra
Differentialrechnung
Integralrechnung

Studien- & Berufskompetenzen (5 ECTS)

Studienkompetenzen
Persönliche Kompetenzentwicklung
Anforderungen der Unternehmen
Berufsfelder und Karrierepfade

Grundlagen Marketing & Media (7 ECTS)

Grundlagen des (operativen) Marketings
Grundlagen der Medienbranche
Offline vs. Online-Medien
Multi-Channel-Marketing

Wissenschaftliches Arbeiten (5 ECTS)

Bedeutung von wissenschaftlichem Arbeiten im Studium
Selbst- & Zeitmanagement
Wissenschaftliche Struktur und grundlegende Formvorschriften
Forschungsmethoden

2. Semester

English for Professionals – Essentials (5 ECTS)

This first of three English courses for students aims to cover core language areas and skills and lay the foundations for students to continue improving their English autonomously. Hence the inclusion of essential study skills.

Study skills
Language and communication skills for the study and work-related situations
Job advertisements, recruitment process, working conditions
Writing skills for business correspondence and study purposes
Vocabulary und Grammar I

Dieses Modul wird in englischer Sprache gelehrt.

Studienleistungen können alternativ im Ausland durch FOM Auslandsprogramme erbracht werden. Für weitere Informationen kontaktieren Sie das International Office.

Economic Basics (7 ECTS)

Microeconomics
New Institutional Economics
Macroeconomics

Dieses Modul wird in englischer Sprache gelehrt.

Umsatzsteuer (6 ECTS)

System der Umsatzsteuer
Unternehmereigenschaft

Die Umsatzsteuer im europäischen Binnenmarkt

Bürgerliches Recht: Einführung und Fälle (5 ECTS)

Grundlagen BGB

Fallenwendung: Bürgerliches Recht

Online Marketing (6 ECTS)

Grundlagen und Instrumente innerhalb des Online-Marketings

Konzeption eines Online-Marketingplans

Zusammenarbeit mit Dienstleistern im Online-Marketing Bereich

Klassische Werbung (6 ECTS)

Print

Elektronische Medien

Out-of-home Media

Werbe-und Streuplan

Quantitative Methodenlehre (7 ECTS)

Grundlagen quantitativer Datenanalyse

Wahrscheinlichkeitsrechnung und Kombinatorik

Statistik und statistische Software

Bezug zu wirtschaftswissenschaftlichen Forschungsfragen und quantitativen Methoden herstellen

3. Semester

English for Professionals – Communication (5 ECTS)

This second of three English courses for students aims to further extend students' language and business communication skills by building on the foundations laid in the first course.

Making presentations for business and study purposes

Globalisation and international trade

Taking part in meetings

Preparing effective presentation slides and product descriptions

Vocabulary and Grammar II

Dieses Modul wird in englischer Sprache gelehrt.

Customer Relationship Management (7 ECTS)

Analyse, Ziele und Strategien im CRM

Instrumente und Kontrolle im CRM

Intercultural Competencies (7 ECTS)

Cultural studies and dimensions

Concepts and dimensions of corporate culture

Doing business in selected countries from an intercultural perspective

Living and working abroad

Dieses Modul wird in englischer Sprache gelehrt.

Social Media & Mobile Marketing (7 ECTS)

Social Media Advertising Instrumente

Community-Management

Content-Marketing und Native Marketing

Responsive Design vs. mobile Internetseite vs. Apps

Mobile Commerce

Qualitative Methodenlehre (4 ECTS)

Zentrale Prinzipien der qualitativen Forschung

Prozess der qualitativen Sozialforschung

Praktische Umsetzung im Rahmen wissenschaftlicher Forschungsprojekt

4. Semester

Human Resources & Leadership (6 ECTS)

Human Resource Management

Organisational and Change Management

Sustainability Leadership

Dieses Modul wird in englischer Sprache gelehrt.

Marktforschung (8 ECTS)

Grundlagen der Marktforschung
 Explorative und experimentelle Untersuchungen
 Querschnitts- und Längsschnittuntersuchungen

English for Professionals – Negotiations (5 ECTS)

Conducting research for an academic paper
 Using academic language and style
 Conflict management
 Business communication: speaking, writing, listening and reading
 Vocabulary and Grammar III

Dieses Modul wird in englischer Sprache gelehrt.

Pflichtpraktikum/Sozialprojekt (12-wöchiges Internship) (15 ECTS)

Absolvieren Sie zwischen dem 4. und 5. Semester Ihr Praktikum im In- oder Ausland im Bereich Marketing und digitale Medien eines internationalen Unternehmens, einer Organisation oder einer Agentur oder engagieren Sie sich bei einem Sozialprojekt. Lernen Sie, im Praxisalltag betriebswirtschaftliche und internationale Fragestellungen und Modelle im Marketing zu reflektieren und anzuwenden, sammeln Sie wertvolle Berufserfahrung und schärfen Sie Ihr persönliches Berufsprofil.

5. Semester

Praxistransferprojekt – Nachhaltiges und ethisches Marketing (5 ECTS)

Gegenstand dieses Modules ist die Analyse des Online-Marketings eines Unternehmens mit nachhaltiger Vermarktungs-/Werbebotschaft sowie Anwendung unterschiedlicher Methoden der (Werbe-)Erfolgskontrolle. Das Projekt reicht von der Untersuchungsplanung über die verschiedenen Untersuchungsmethoden, der Erhebung und Auswertung bis hin zur Projektevaluation.

Strategisches Management (5 ECTS)

Allgemeine Konzepte des strategischen Managements und seine Prozesse
 Branchenanalyse und Ausarbeitung einer Geschäftsstrategie
 Formen der internationalen und globalen Markteintrittsstrategie
 Auswertung von Chancen und Gefahren der globalen Strategie im Sinne der Nachhaltigkeit

Studienleistungen können alternativ im Ausland durch FOM Auslandsprogramme erbracht werden. Für weitere Informationen kontaktieren Sie das International Office.

Wirtschaftspsychologie (7 ECTS)

Finanzpsychologie
 Arbeitspsychologie
 Organisationspsychologie
 Markt- und Konsumpsychologie

Marketing Intelligence (7 ECTS)

Marketing Intelligence als digitales Marketing-Prozessmanagement
 Wissensmanagement und e-Business
 Big Data / Smart Data

6. Semester

Content Management Systeme (7 ECTS)

Content Lifecycle
 Enterprise Content Management
 Siteplanung
 Grundlage der Webtechnologien und Webprogrammierung
 Fallstudie: Umsetzung anhand eines WCMS Systems

Crossmedia Management (6 ECTS)

Crossmedia Strategien
 Ermittlung und Aufstellung einer Crossmedialen Kampagne
 Zielgruppen geeigneten Mediengattungen

Projekt Marketingplanung (5 ECTS)

Strategische Marketingplanung
 Operative Marketingplanung und Marketingmix
 Konzeption und Pitch

Studienleistungen können alternativ im Ausland durch FOM Auslandsprogramme erbracht werden. Für weitere Informationen kontaktieren Sie das International Office.

Usability/ Webdesign/Webanalytics (6 ECTS)

User Experience und Interaction Design

Usability Engineering

Webdesign und Webanalytics

Fallstudie: Konzeption und Planung eines digitalen Produktes mit nutzerzentriertem Design

Dienstleistungsmarketing (7 ECTS)

Umfeldanalyse und strategisches Dienstleistungsmarketing

Qualitätsmanagement bei Dienstleistungen

Operatives Marketing

Marketing-Controlling

7. Semester**Marketing & eBusiness (5 ECTS)**

Strategieentwicklung im Electronic Business und Bausteine des Electronic Marketing

Nutzenpotentiale aus Anbieter und Kundenperspektive

Multi-Channel-Management

Marketing Controlling (8 ECTS)

Ziele, Entscheidungstatbestände und Verfahren des Marketingcontrollings

Kennzahlen und Kennzahlensysteme

Möglichkeiten des Marketingcontrollings im Web 2.0

Berufsfelder & Berufskompetenzen (6 ECTS)

Kompetenzbewertung des Praktikums

Erarbeitung einer beruflichen Identität

Berufsfelderkundungen mit Beiträgen aus der Praxis

Bewerbungstraining

Thesis (12 ECTS)

Wirtschaftswissenschaften