



SRH Fernhochschule - The Mobile University
SPO: DMA2209_90ECTS

Ihr Curriculum.

Studiengang

Digital Marketing - 90 ECTS

MBA

Curriculum Master of Business Administration (MBA) Digital Marketing - 90 ECTS

Modul	Prüfungsform	Semester		
		1	2	3
Pflichtmodule				
Kompetenzfeld Wissenschaftliche Kompetenzen				
Empirische Sozialforschung (6 ECTS)	Online-Test (60-120 Minuten)	6		
Datenanalyse (6 ECTS)	Projektprüfung (20 Seiten)		6	
Kompetenzfeld Digital Marketing				
Digitale Marketingstrategien und Kampagnenmanagement (6 ECTS)	Fallstudie (20 Seiten)	6		
Medienrecht (6 ECTS)	Einsendeaufgaben (15 Seiten)	6		
Online- und Social Media Marketing (6 ECTS)	Einsendeaufgaben (15 Seiten)	6		
Big Data Management & Analytics (6 ECTS)	Fallstudie (20 Seiten)		6	
Controlling, Analytics & Monitoring (6 ECTS)	Einsendeaufgaben (15 Seiten)		6	
Search Engine Marketing (SEM) (6 ECTS)	Online-Test (60-120 Minuten)		6	
Kompetenzfeld Bezugswissenschaften				
Digital Leadership & Transformation (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten) oder mündliche (Online)-Prüfung (20 Minuten)	6		
Kompetenzfeld Abschlussarbeit				
Wissenschaftliche Abschlussarbeit und Kolloquium – DMA 90 (24 ECTS)	Kolloquium (45 Minuten) und Master Thesis (60-80 Seiten, Bearbeitungszeit 5 Monate)			24
Wahlmodule Im 2. und 3. Semester wählen die Studierenden jeweils 1 Wahlmodul aus dem folgenden Katalog.			6	6
Cyber Security im Internet of Things (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)			
Design Thinking & Innovation (6 ECTS)	Einsendepräsentation (Folien plus Erläuterungen)			
Digital Design & Interaction Experience (6 ECTS)	Einsendeaufgaben (15 Seiten)			
Digital Media Management (6 ECTS)	Fallstudie (20 Seiten)			
Digitale Prozesse (6 ECTS)	Einsendeaufgaben (15 Seiten)			
Digitales Marketing & Social Media (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)			
Entrepreneurship in digitalen Zeiten (6 ECTS)	Präsentation (20 Minuten)			
E-Procurement (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)			
Influencer Management (6 ECTS)	Portfolioprüfung (mehrere Teilprüfungen)			
Machine Learning - Neuronale Netze & Deep Learning (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)			
Medienwirkungsforschung und Medienarbeit (6 ECTS)	Klausur (120 Minuten)			
Produktmanagement (6 ECTS)	Fallstudie (20 Seiten)			
Spezifische Herausforderungen im Digital Sales & Marketing (6 ECTS)	Einsendeaufgaben (15 Seiten)			
Strategic Management (Deutsch oder Engl.) (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)			
Credits Gesamt	90	30	30	30