



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         |
| <b>Pflichtmodule</b>  |   |           |           |           |
| <b>Kompetenzfeld Wissenschaftliche Kompetenzen</b>  |   |           |           |           |
| Empirische Sozialforschung (6 ECTS)   | Online-Test (60-120 Minuten)  | 6         |           |           |
| Datenanalyse (6 ECTS)   | Projektprüfung (20 Seiten)  |           | 6         |           |
| <b>Kompetenzfeld Digital Marketing</b>  |   |           |           |           |
| 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 (6 ECTS)  | Online-Test (60-120 Minuten)  |           | 6         |           |
| <b>Kompetenzfeld Bezugswissenschaften</b>   |   |           |           |           |
| Digital Leadership & Transformation (6 ECTS)  | Hausarbeit (20 Seiten) oder mündliche (Online)-Prüfung (20 Minuten)                 | 6         |           |           |
| <b>Kompetenzfeld Abschlussarbeit</b>  |   |           |           |           |
| Wissenschaftliche Abschlussarbeit und Kolloquium – DMA 90 (24 ECTS)   | Kolloquium (45 Minuten) und Master Thesis (60-80 Seiten, Bearbeitungszeit 5 Monate) |           |           | 24        |
| <b>Wahlmodule</b><br>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)  |           |           |           |
| Spezifische Herausforderungen im Digital Sales & Marketing (6 ECTS)   | Einsendeaufgaben (15 Seiten)  |           |           |           |
| Strategic Management (Deutsch oder Engl.) (6 ECTS)  | Hausarbeit (20 Seiten)  |           |           |           |
| <b>Credits Gesamt</b>   | <b>90</b>   | <b>30</b> | <b>30</b> | <b>30</b> |