

Bachelor of Arts (B.A.)

# Marketing & Digitale Medien

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.

---

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

- Marketing und Kommunikation
- Vertrieb
- Produktmanagement

## **Das Studium qualifiziert Sie u.a. für folgende Aufgaben:**

- 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

---

## **Zeitmodelle:**

- Abend- und Samstags-Studium
- Abend-Studium
- Tages-Studium

## Multimediale Vermarktung mit Konzept

Mit der Digitalisierung haben sich auch die Anforderungen an das Marketing und dessen Einsatz unterschiedlicher Medien grundlegend geändert. Kein Unternehmen, keine Marke kommt heute noch ohne eine multimediale Vermarktungs- und Vertriebsstrategie und eine dynamische, digitale Kommunikation aus. Der Bachelor-Studiengang Marketing & Digitale Medien vermittelt Ihnen grundlegende betriebswirtschaftliche Kenntnisse sowie anwendungsorientiertes Wissen im Marketing und qualifiziert Sie zum Experten im Bereich der digitalen Medien.

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 Studium mit dem  
akademischen Grad  
**Bachelor of Arts (B.A.)**



*"Ich baue mir neben dem Studium mein eigenes Start-up Unternehmen in der Genussmittelbranche auf und möchte mit meiner Idee der Schokoladenherstellung durchstarten. Durch die erlernten Kenntnisse in diesem Studiengang bekomme ich ein Fundament vermittelt bestehend aus einer Kombination der Grundelemente des Marketings und dem Know-How der digitalen Sprache. Dadurch bekomme ich alle Werkzeuge an die Hand, um von Null auf ein Unternehmen aufzubauen und dieses zu skalieren."*

**Johannes Schäfer**  
Gründer des Start-ups Goldberger Schokolade aus Frankfurt am Main



# Auszug aus dem Studienverlaufsplan

## 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
  - Multichannel-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 English<sup>1</sup>** ✖
- 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

Hochschulabschluss:  
**Bachelor of Arts (B.A.)**  
 Im Studiengang  
**Marketing & Digitale Medien**



**GO International!**

Einzelne Studienleistungen können Sie alternativ im Ausland mit einem FOM Auslandsprogramm erbringen. Für weitere Informationen kontaktieren Sie das International Office unter 0800 660 88 00.

Änderungen vorbehalten.  
 1) Empfehlung: vorhandenes Sprachniveau Level A2  
 ✖ Englischsprachig

## Auf einen Blick

### Zeitmodelle

Die FOM bietet je nach Studienort und Studienbeginn (Winter- oder Sommersemester) unterschiedliche Vorlesungszeiten an. Studienortsspezifische Informationen zu Semesterbeginn und Vorlesungszeiten erhalten Sie unter [www.fom.de](http://www.fom.de) oder bei der Zentralen Studienberatung, unter 0800 1 95 95 95

### Abend- und Samstags-Studium

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

### Abend-Studium

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

### Tages-Studium

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.

### Zulassungsvoraussetzungen

- 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, jedoch eine Berufstätigkeit anstreben, kontaktieren Sie bitte unsere Studienberatung. Gerne prüfen wir gemeinsam Ihre individuellen Möglichkeiten der Zulassung.

### Studienorte

Aachen | Augsburg | Berlin | Bremen | Dortmund | Düsseldorf | Essen | Frankfurt a. M. | Hamburg | Hannover | Kassel | Köln | München | Münster | Nürnberg | Stuttgart

### Studiengebühren

**Studiengebühr:** 12.390,00 Euro zahlbar in 42 Monatsraten à 295 Euro oder 14 vierteljährlichen Raten à 885 Euro.

**Prüfungsgebühr:** 300,00 Euro Einmalzahlung (mit Anmeldung zur Abschlussarbeit)\*

**Gesamtkosten:** 12.690,00 Euro beinhaltet Studiengebühr und Prüfungsgebühr

\*Bei Wiederholung der Abschlussarbeit erfolgt eine erneute Berechnung der Prüfungsgebühr.

### Leistungsumfang

180 ECTS-Punkte

### Dauer

7 Semester

### Semesterferien

August und Mitte bis Ende Februar. Im Tages-Studium: Juli/August und Februar.

### Akkreditierung


Die FOM Hochschule ist durch den Wissenschaftsrat für ihre besonderen Leistungen in Lehre und Forschung akkreditiert und wurde 2012 als erste private Hochschule bundesweit durch die FIBAA systemakkreditiert. Dieses Gütesiegel belegt, dass das Qualitätsmanagement der FOM Hochschule den hohen Standards des Akkreditierungsrates, dem wichtigsten Gremium für Qualität in Studium und Lehre an deutschen Hochschulen, entspricht. 2018 wurde die FOM für weitere acht Jahre systemakkreditiert. Alle von der FOM angebotenen Studiengänge sind somit akkreditiert. Ein Bachelor-Abschluss der FOM Hochschule befähigt grundsätzlich auch zu einem weiterführenden Master-Studium und im Anschluss daran zu einer Promotion.

### Anmeldung

Alle Informationen zur Anmeldung finden Sie unter: [fom.de/anmeldung](http://fom.de/anmeldung)

## Wir beraten Sie gerne

 0800 1 95 95 95

 0800 1 95 95 95

 [www.fom.de](http://www.fom.de)

 [studienberatung@fom.de](mailto:studienberatung@fom.de)

 /fom

 /FOMHochschule

 /company/fomhochschule

 /user/FOMChannel

 /fomhochschule

 /school/fom-hochschule-für-oekonomie-&-management