

Bachelor-Studium

Bachelor of Arts (B.A.)

Marketing & Digitale Medien

Dieser Studiengang richtet sich an Berufstätige in den Bereichen:

- ▶ Marketing
- ▶ Vertrieb
- ▶ Produktmanagement
- ▶ Handel
- ▶ Marktforschung

und qualifiziert Sie für folgende Aufgaben:

- ▶ Entwicklung von (Online-) Marketing-Konzepten, Planung von Marketingmaßnahmen, Strategieentwicklung für Werbung,
- ▶ Markt- und Zielgruppenanalysen,
- ▶ Durchführung von Kundenbefragungen und Erstellung von Statistiken,
- ▶ Planung und Durchführung von Online-Kampagnen,
- ▶ Konzeption von Onlineshops,
- ▶ Durchführung von Social-Media-Marketing Maßnahmen,
- ▶ Erstellung von Statistiken rund um Suchmaschinenoptimierung (SEO) etc.

Bachelor of Arts (B.A.)

Marketing & Digitale Medien

Der Bachelor-Studiengang Marketing & Digitale Medien vermittelt Ihnen grundlegende betriebswirtschaftliche Kenntnisse sowie anwendungsorientiertes Wissen im Marketing, insbesondere im Bereich der digitalen Medien. Im Studium beschäftigen Sie sich mit der Konzeption, Umsetzung und Evaluation von Marketing- sowie Medienstrategien. Sie lernen relevante Kennzahlen und Statistiken anhand von geeigneten Instrumenten zu analysieren und Handlungsempfehlungen für die Marketingplanung vorzunehmen.

Mit Abschluss des Studiums können Sie Marketing- und Medienmaßnahmen in den Bereichen Social Media, Online

Marketing, Mobile Marketing und Public Relations planen und steuern. Zudem können Sie beispielsweise Optimierungspotentiale auf Basis von Webanalytics identifizieren und deren Umsetzung begleiten.

Damit sind Sie umfassend im Bereich Marketing und Neue Medien aufgestellt und vor dem Hintergrund der zunehmenden Digitalisierung ein gefragter Mitarbeiter. Laut Marketingbefragung des Marktforschungsunternehmens Econsultancy geben rund die Hälfte der befragten Unternehmen an, dass digitale Aspekte den Großteil ihrer Marketingaktivitäten durchdringt.¹⁾

Ann-Christine Schön

Associate Manager
Online Marketing Fashion
ID GmbH & Co. KG -
Unternehmensgruppe
Peek & Cloppenburg KG
Düsseldorf



»Ich arbeite im Marketing-Team bei Fashion ID, dem Online-Shop von Peek & Cloppenburg, und betreue unter anderem die Jake*s Website inkl. der Social Media Kanäle. Zudem beschäftige ich mich mit den Facebook Ads für Fashion ID, der Analyse der Performance Zahlen und der Ausarbeitung weiterer Optimierungen, um die

Performance Ziele zu erreichen. Den Studiengang Marketing & Digitale Medien kann ich gut empfehlen, denn er vermittelt genau die aktuellen Kenntnisse, die für eine Tätigkeit im Bereich des digitalen Marketings erforderlich sind.«

Auf einen Blick

Zulassungsvoraussetzung:

- ▶ Allgemeine Hochschulreife (Abitur), Fachhochschulreife oder sonstige als gleichwertig anerkannte Vorbildung
- ▶ 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.

Dauer: 7 Semester

Gebühren: 12.390 €, zahlbar in 42 Monatsraten à 295 €, zzgl. einmaliger Prüfungsgebühr in Höhe von 300 €

Leistungsumfang: 180 Credit Points nach ECTS

Akkreditierung: Die FOM ist von der FIBAA systemakkreditiert. Damit ist auch dieser Bachelor-Studiengang akkreditiert.



Semesterferien Abend-/Samstags-Studium: August und Mitte bis Ende Februar

Semesterferien Tages-Studium: Juli/August und Februar

Studienbeginn im Wintersemester

Abend- und Samstags-Studium

Aachen | Berlin | Bremen | Dortmund | Düsseldorf | Frankfurt a. M. | Hamburg | Hannover | Leipzig | Mannheim | Marl | München | Neuss | Nürnberg | Siegen | Stuttgart

1 Tag/ Woche (Mo.–Fr.) 18:00–21:15 Uhr und samstags 08:30–15:45 Uhr

Augsburg | Bochum | Duisburg | Essen | Hagen | Köln | Münster | Wesel | Wuppertal

2–3 Tage/Woche (Mo.–Fr.) 18:00–21:15 Uhr und 2 x monatlich samstags 08:30–15:45 Uhr

Tages-Studium

Duisburg | Düsseldorf | Essen

Semester 1–4: 2 Tage/Woche (Mo.–Fr.) 08:30–15:45 Uhr

Semester 5–7: 1 Tag/Woche (Mo.–Fr.)

und samstags 08:30–15:45 Uhr

Frankfurt a. M. | Hamburg | Köln | München | Nürnberg

Semester 1–7: 2 Tage/Woche (Mo.–Fr.) 8:30–15:45 Uhr

Studienbeginn im Sommersemester

Abend-Studium

Dortmund | Frankfurt a. M. | Hamburg | München | Münster | Nürnberg

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

Abend- und Samstags-Studium

Düsseldorf | Essen | Köln

2-3 Abende/Woche (Mo.–Fr.) 18:00–21:15 Uhr

und 2 x monatlich samstags 08:30–15:45 Uhr

Tages-Studium

Frankfurt a. M. | München

1.–7. Semester: 2 Tage/Woche (Mo.–Fr.) 08:30–15:45 Uhr

1) Quelle: Marketingstudie von Econsultancy im Auftrag von Adobe (2017)

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
- zielgruppene geeignete Medientypen

6. SEMESTER

Marketing & eBusiness

- Nutzenpotenziale 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 English ¹⁾

- 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.)

Studiengang:

Marketing & Digitale Medien



Prof. Dr. Andreas Löhr

Sprecher des Hochschulbereichs
Wirtschaft & Management

»Wir sind ganz nah dran an der Praxis.«

Herr Prof. Löhr, im Hochschulbereich Wirtschaft und Management gibt es den klassischen, allgemeinen Studiengang Business Administration und spezialisierte Studiengänge, wie Banking & Finance. Was spricht für den allgemeinen, was für einen spezialisierten Studiengang?

Mit dem allgemeinen betriebswirtschaftlichen Studiengang **Business Administration** stellen Sie sich breit auf – Sie erlangen Wissen in zentralen Unternehmensbereichen, von Rechnungswesen bis Personal. Wenn Sie zunächst prüfen möchten, was am besten zu ihnen passt, dann ist das der richtige Studiengang für Sie, weil Sie sich dadurch viele berufliche Tätigkeitsfelder öffnen. Im Anschluss an das Studium bietet sich Ihnen zudem der Zugang zu zahlreichen Master-Studiengängen, wodurch Sie sich gezielt weiter spezialisieren können. Sehen Sie Ihre berufliche Zukunft etwa im Online-Handel, dann eignet sich für Sie der spezialisierte Studiengang **Marketing & Digitale Medien**. Für Berufstätige aus dem Bank- und Versicherungswesen haben wir den Studiengänge **Banking & Finance** entwickelt. Speziell auf Mitarbeiter aus international agierenden Unternehmen sind die Studiengänge **International Management** und **International Business** zugeschnitten.

Was macht das betriebswirtschaftliche Studium im FOM Hochschulbereich Wirtschaft & Management aus Ihrer Sicht attraktiv?

Die FOM blickt auf mehr als 20 Jahre Erfahrung in der Durchführung betriebswirtschaftlicher Studiengänge zurück. Die FOM hat deutschlandweit die **größte wirtschaftswissenschaftliche Fakultät** mit einem riesengroßen Pool an Wissenschaftlern. Das ist ein gewaltiger Wissens- und Erfahrungsschatz, von dem unsere Studenten natürlich profitieren. Die **Institute und KompetenzCentren der FOM** forschen unter anderem zu Themen wie Personal- und Organisationsentwicklung, Marketing, Logistik und Verhaltensökonomie. Die Erkenntnisse aus dieser **anwendungsorientierten Forschung** fließen unmittelbar in die wissenschaftliche Ausbildung ein. Das bedeutet: Wir sind ganz nah dran an der Praxis.

Was können die Studierenden von ihren Dozenten erwarten?

Da sich die FOM als **praxisnahe Hochschule** versteht, achten wir darauf, dass unsere Lehrenden nicht nur in Sachen Forschung up to date sind, sondern zudem über umfassende Praxiserfahrungen verfügen. Jeder Dozent an der FOM ist in der Lage, die Fragen seiner Studierenden aus der Wirtschaftspraxis in seine Lehrveranstaltungen zu integrieren und konkrete Bezüge zwischen den Studieninhalten und den alltäglichen Herausforderungen im Unternehmen herzustellen. Und: Sie sind gute Didaktiker, die es vermögen, anspruchsvolle Sachverhalte entsprechend zu vermitteln. Auch wenn es in der Öffentlichkeit manchmal etwas anders überkommt: Ein BWL-Studium kann durchaus auch Spaß machen.



Lenker und Macher gesucht

Deutschlands Wirtschaft wird von etwa 2,2 Millionen kleinen und mittelständischen Unternehmen, 1,8 Millionen Kleinstfirmen und 16.000 Konzernen vorangetrieben. Die Köpfe hinter diesen Unternehmen sind zumeist Volks- oder Betriebswirte, die es verstehen, innovative Geschäftsideen zu entwickeln, profitable Geschäftsbereiche auszubauen und ihre Unternehmen verantwortungsvoll für die Herausforderungen der Zukunft zu rüsten.

Doch nicht nur in den Chefetagen ist die Kompetenz der Betriebswirte gefragt – nahezu jede Fachabteilung im Unternehmen, vom Einkauf über das Personalwesen bis zum Vertrieb und Controlling, braucht Fachleute, die Kosten kalkulieren, Bedarfe identifizieren, interne Prozesse optimieren oder Projekte zur Erreichung unternehmerischer Ziele planen und realisieren können.

Laut der Studie JobTrends des Staufenberg Instituts rechnet fast jeder zweite Personalverantwortliche mit einer steigenden bis stark steigenden Nachfrage nach Wirtschaftsabsolventen in den nächsten fünf Jahren.

Deutschland gehört weltweit zu den

Top 5

Wirtschaftsstandorten. Europaweit zu den Top 3.¹⁾

Fast

50 %

aller mittelständischen Weltmarktführer kommen aus Deutschland.²⁾

Im Jahr 2016 haben deutsche Unternehmen Produkte im Wert von

1,2 Bil. €

exportiert.³⁾

Hochschulbereich

Wirtschaft & Management

Der Hochschulbereich Wirtschaft & Management an der FOM bietet Berufstätigen die Möglichkeit, sich breites Know-how in Betriebswirtschaft und Management oder fachbezogenes Expertenwissen, ergänzt um ökonomische Kenntnisse, anzueignen, um unternehmerische Prozesse ganzheitlich und strategisch zu gestalten oder als Experte den eigenen Funktionsbereich nachhaltig weiterzuentwickeln.



free phone: 0800 1 95 95 95



fom.de



studienberatung@fom.de

 /fom

 /FOMHochschule

 /company/fomhochschule

 /FOMChannel



Aachen | Augsburg | Berlin | Bochum | Bonn | Bremen | Dortmund | Duisburg |
Düsseldorf | Essen | Frankfurt a.M. | Gütersloh | Hagen | Hamburg | Hannover |
Karlsruhe | Kassel | Köln | Leipzig | Mannheim | Marl | München | Münster | Neuss |
Nürnberg | Siegen | Stuttgart | Wesel | Wuppertal

