

Bachelor of Arts (B. A.)

Marketing & Digitale Medien

Dieser Studiengang richtet sich an (Fach-)Abiturienten, die Studium und Ausbildung im Unternehmen verbinden möchten und eine Tätigkeit z.B. in den folgenden Unternehmensbereichen anstreben:

- Marketing
- Vertrieb
- Produktmanagement
- Handel
- Marktforschung

Das Studium 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.

Online-Vermarktung mit Konzept

Kein Unternehmen, keine Marke kommt heute noch ohne **Vermarktungsstrategie** aus. **Marketing und Vertrieb** sind dabei über verschiedenste Mittel, Maßnahmen und Medien optimal zu orchestrieren. Wer die komplette Klaviatur aus **Marketing und Kommunikation** sicher beherrscht, wird Unternehmen optimal **beraten** und erfolgreich **vermarkten** können. Mit zunehmender Digitalisierung sind Sie darüber hinaus als **digitaler Navigator** gefragt.

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 Optimierungspotenziale 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 eine gefragte Fachkraft. Laut Marketingbefragung des Marktforschungsunternehmens Econsultancy geben rund die Hälfte der befragten Unternehmen an, dass digitale Aspekte den Großteil ihrer Marketingaktivitäten durchdringen.¹⁾

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



Ann-Christine Schön
Associate Manager
Online Marketing Fashion ID
GmbH & Co. KG – Unternehmens-
gruppe 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.“





Prof. Dr. Dr. habil. Clemens Jäger
ist Dekan für BWL I

„Die Zukunft ist digital! Der Bachelor-Studiengang Marketing & Digitale Medien ist genau deshalb die richtige Wahl. Denn die Digitalisierung verändert alle Lebensbereiche und hat speziell für das Marketing eine sehr hohe Bedeutung. Schlagworte wie Social Media, Big Data, Mobile Marketing oder Webdesign sind schon heute nicht mehr wegzudenken. Mit diesem Studiengang gestalten wir gemeinsam mit unseren Studierenden diesen Wandel – durch kluge Rahmenbedingungen und gezielte Förderung.“

Auszug aus dem Studienverlaufsplan³⁾

1. Semester	3. Semester	Wissenschaftliche Methoden – quantitative Datenanalyse	Projekt Marketingplanung 
Management Basics	Customer-Relationship-Management	<ul style="list-style-type: none"> • Statistische Software • Durchführung einer quantitativen wissenschaftlichen Analyse 	<ul style="list-style-type: none"> • Strategische Marketingplanung • Operative Marketingplanung und Marketingmix • Konzeption & Pitch
<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der BWL, VWL, Recht und Entrepreneurship • Einführung wissenschaftliches Arbeiten 	<ul style="list-style-type: none"> • Analyse, Ziele & Strategien im CRM • Instrumente und Kontrolle im CRM 	5. Semester	Wirtschafts-/ Unternehmensethik 
Kompetenz- & Selbstmanagement	Marktforschung	Content-Management-Systeme	<ul style="list-style-type: none"> • Moral und Ethik • Werte • Philosophische Grundlagen • Ethik und Ökonomie
<ul style="list-style-type: none"> • Berufserfolg und -anforderungen • Persönlichkeit • Kompetenzen • Selbstmanagement 	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Marktforschung • Explorative und experimentelle Untersuchungen • Querschnitts- und Längsschnittuntersuchungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Enterprise Content Management • Siteplanung • Aufbau und grundlegende Funktionsweise der Webprogrammierung • Fallstudie: Umsetzung anhand eines WCMS-Systems 	Wissenschaftliche Methoden – Qualitativ
Grundlagen Marketing & Media	Social Media & Mobile Marketing	Projekt (Aufbau, Vermarktung Websites, Webshop)	<ul style="list-style-type: none"> • Zentrale Prinzipien der qualitativen Forschung • Gütekriterien der qualitativen Forschung • Praktische Umsetzung der qualitativen Forschung
<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Marketings von Off- & Online-Medien • Multi-Channel-Marketing 	<ul style="list-style-type: none"> • Social Media Advertising Instrumente • Community-Management • Content-Marketing und Native Marketing • Responsive Design vs. mobile Internetseite vs. Apps • Mobile Commerce 	<ul style="list-style-type: none"> • Methoden der (Werbe-) Erfolgskontrolle im Online-Marketing • Prinzipien zur Evaluation von Projekten • Untersuchungsmethoden 	Business & Commercial English⁴⁾ 
Einführung Mathematik	Wirtschaftspsychologie	Marketing Controlling	<ul style="list-style-type: none"> • Business communication: speaking, writing, reading, listening • Cultural differences in business practice
<ul style="list-style-type: none"> • Finanzmathematik • Lineare Algebra • Integralrechnung 	<ul style="list-style-type: none"> • Finanzpsychologie • Arbeitspsychologie • Organisationspsychologie • Markt- und Konsumpsychologie 	<ul style="list-style-type: none"> • Ziele, Entscheidungsbestände und Verfahren des Marketingcontrollings • Kennzahlen & Kennzahlensysteme • Möglichkeiten des Marketingcontrollings im Web 2.0 	7. Semester
2. Semester	4. Semester	Crossmedia-Management	IT- & Medienrecht
Kostenrechnung & Buchführung	Usability / Webdesign / Webanalytics	<ul style="list-style-type: none"> • Crossmedia Strategien • Ermittlung und Aufstellung einer Crossmedia Kampagne • Zielgruppene geeignete Mediengattungen 	<ul style="list-style-type: none"> • IT-Recht und Compliance • Telemedienrecht, Urheberrecht, Persönlichkeitsrecht • Datenschutz • IT-Sicherheit im Unternehmen
<ul style="list-style-type: none"> • Kosten- und Leistungsrechnung • Doppelte Buchführung • EDV-gestützte Buchführung 	<ul style="list-style-type: none"> • User Experience und Interaction Design • Usability Engineering • Webdesign und Webanalytics 	6. Semester	Bachelor-Thesis/Kolloquium
Online-Marketing	Dienstleistungsmarketing	Marketing & eBusiness	<ul style="list-style-type: none"> • Schriftliche Abschlussarbeit und Kolloquium
<ul style="list-style-type: none"> • Instrumente innerhalb des Online-Marketings • Konzeption eines Online-Marketingplans • Zusammenarbeit mit Dienstleistern im Online-Marketing-Bereich 	<ul style="list-style-type: none"> • Umfeldanalyse • Qualitätsmanagement bei Dienstleistungen • Operatives Marketing • Marketing Controlling 	<ul style="list-style-type: none"> • Nutzenpotenziale aus Anbieter- und Kundenperspektive • Bausteine des Electronic Marketings • Multi-Channel-Management 	<p>Hochschulabschluss: Bachelor of Arts (B.A.) Im Studiengang Marketing & Digitale Medien</p> 
Klassische Werbung	Marketing Intelligence		
<ul style="list-style-type: none"> • Print • Elektronische Medien • Out-of-home Media • Streuplan 	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing Intelligence als digitales Marketing-Prozessmanagement • Wissensmanagement • Big Data/Smart Data 		
Wissenschaftliches Arbeiten			
<ul style="list-style-type: none"> • Ablaufplanung – Selbst-/Zeitmanagement • Formvorschriften • Forschungsmethoden 			

 englischsprachig  Anrechnungsmöglichkeit von FOM Auslandsprogrammen. Für weitere Informationen kontaktieren Sie das International Office unter 0800 6608800.

³⁾ Studieninhalte können je nach Studienort variieren. Änderungen vorbehalten ⁴⁾ Empfehlung: vorhandenes Sprachniveau Level A2

Auf einen Blick

Zeitmodelle

Abend- und Samstags-Studium

Zeitmodell 1

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

Freitag, 18.00–21.15 Uhr und
Samstag, 08.30–15.45 Uhr

Die durchschnittliche Vorlesungszeit beträgt ca. 9 Stunden pro Woche.²⁾

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 Samstag, i. d. R. 08.30–15.45 Uhr

Studienorte

Aachen · Berlin · Bochum · Bonn · Bremen · Dortmund · Duisburg · Düsseldorf · Essen · Frankfurt a. M. · Hagen · Hamburg · Hannover
Karlsruhe · Köln · Leipzig · Mannheim · München · Münster · Nürnberg · Siegen · Stuttgart · Wesel · Wuppertal

Rahmenbedingungen

Zulassungsvoraussetzungen

- **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.

Studienzeitmodelle

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 oder bei der **Zentralen Studienberatung**.

Semesterferien Abend- und Samstags-Studium

August und Mitte bis Ende Februar

Semesterferien Tages-Studium

Juli/August und Februar

Semesterferien Tages-Studium Dortmund

August und Mitte bis Ende Februar

Dauer

7 Semester

Leistungsumfang

180 Credit Points nach ECTS

Gebühren

12.390 €, zahlbar in 42 Monatsraten à 295 €

Die Studiengebühren sind ggf. steuerlich absetzbar.
Sprechen Sie mit Ihrem Steuerberater oder dem Finanzamt.

Prüfungsgebühr

300 € Einmalzahlung (mit Anmeldung zur Abschlussarbeit)³⁾

Anmeldung

Die Anmeldung zum Studium finden Sie unter:
fom.de/anmeldung

Akkreditierung

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

Die FOM Hochschule

- Mit über **46.000 Studierenden** auf **Platz 5** der bundesweit **420 Fachhochschulen und Universitäten** sowie **größte private Hochschule Deutschlands**
- Eine Initiative der gemeinnützigen **Stiftung BildungsCentrum der Wirtschaft**
- Hochschulzentren in **29 Städten** Deutschlands
- Studienerfolgsquote von **über 80 %**
- Über **1.900 haupt- und nebenberufliche Professoren** und Lehrbeauftragte
- Über **1.000 Mitarbeiter** aus **27 Nationen** in Beratung und Verwaltung
- Seit **1993** staatlich anerkannt
- Über **35** akkreditierte Studiengänge
- Akkreditiert durch den **Wissenschaftsrat**
- Systemakkreditiert: Das **Qualitätsmanagement** der FOM entspricht dem höchsten internationalen Standard (seit 2012 Gütesiegel der FIBAA, einer der bedeutendsten Agenturen zur Bewertung von Hochschulen)
- Eine der **forschungsstärksten** privaten **Fachhochschulen** Deutschlands (mit **10 Instituten**, **13 KompetenzCentren** und **über 500 Publikationen im Jahr**)
- Best-Practice-Hochschule der deutschen UNESCO-Kommission in der UN-Dekade **„Bildung für nachhaltige Entwicklung“** an Hochschulen
- Als einzige private Hochschule Mitglied im **Qualitätsnetzwerk „Duales Studium“** des Stifterverbands für die Deutsche Wissenschaft
- **37** Kooperationshochschulen weltweit
- Trägerin des **größten europäischen Studienprojekts** in China
- Über **800 Unternehmenskooperationen** in Deutschland, darunter Siemens, Allianz, Ford, Bertelsmann, Telekom, BP, IBM, thyssenkrupp, Peek & Cloppenburg Düsseldorf, AOK, Stadt München, Stadt Düsseldorf

☎ 0800 1 95 95 95
📞 0151 42 26 78 30
🌐 www.fom.de
✉ studienberatung@fom.de

📘 /fom
🐦 /FOMHochschule
📺 /company/fomhochschule
📺 /user/FOMChannel
📷 /fomhochschule
🌐 /school/fom-hochschule-für-oekonomie-&-management

