



SRH Fernhochschule – The Mobile University
SPO: DMA2209_120ECTS

Ihr Curriculum.

Studiengang

Digital Marketing - 120 ECTS

MBA

Curriculum Master of Business Administration (MBA) Digital Marketing - 120 ECTS

Modul	Prüfungsform	Semester			
		1	2	3	4
Pflichtmodule					
Kompetenzfeld Wissenschaftliche Kompetenzen					
Empirische Sozialforschung (6 ECTS)	Online-Test (60 Minuten)	6			
Datenanalyse (6 ECTS)	Empirischer Forschungsbericht		6		
Praxisprojekt - DMA (6 ECTS)	Praxisprüfung			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)	Präsentation (20 Minuten)	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 Minuten)		6		
Kompetenzfeld Bezugswissenschaften					
Anwendungsorientierte Managementlehre (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)	6			
Markt- und Werbepsychologie (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)		6		
Digital Leadership & Transformation (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten) oder Präsentation (20 Minuten)			6	
Kompetenzfeld Abschlussarbeit					
Wissenschaftliche Abschlussarbeit und Kolloquium - DMA 120 (30 ECTS)	Kolloquium (45 Minuten) und Master Thesis (60-80 Seiten, Bearbeitungszeit 6 Monate)				30
Wahlmodule Im 3. Semester wählen die Studierenden 3 Wahlmodule aus dem folgenden Katalog.				18	
Cyber Security im Internet of Things (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)				
Design Thinking & Innovation (6 ECTS)	Einsendepräsentation (15 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)				
Entscheidungspsychologie (6 ECTS)	Lerntagebuch				
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	120	30	30	30	30