



**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 Minuten)	6		
Datenanalyse (6 ECTS)	Empirischer Forschungsbericht		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)	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	
<b>Kompetenzfeld Bezugswissenschaften</b>				
Digital Leadership & Transformation (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten) oder Präsentation (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> 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 (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)			
<b>Credits Gesamt</b>	<b>90</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>