



**SRH Fernhochschule – The Mobile University**  
**SPO: DMA2209\_60ECTS**

**Ihr Curriculum.**

**Studiengang**

**Digital Marketing – 60 ETCS**

**MBA**

**Curriculum Master of Business Administration (MBA) Digital Marketing - 60 ETCS**

| Modul  | Prüfungsform  | Semester  |           |
|--|---|-----------|-----------|
|  |   | 1         | 2         |
| <b>Pflichtmodule</b>   |   |           |           |
| <b>Kompetenzfeld Wissenschaftliche Kompetenzen</b>   |   |           |           |
| Empirische Sozialforschung (6 ECTS)  | Online-Test (60 Minuten)  | 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         |           |
| Search Engine Marketing (SEM) (6 ECTS)   | Online-Test (60 Minuten)  | 6         |           |
| Controlling, Analytics & Monitoring (6 ECTS)   | Einsendeaufgaben (15 Seiten)  |           | 6         |
| <b>Kompetenzfeld Abschlussarbeit</b>   |   |           |           |
| Wissenschaftliche Abschlussarbeit und Kolloquium – DMA 60 (18 ECTS)                                | Kolloquium (45 Minuten) und Master Thesis (60-80 Seiten, Bearbeitungszeit 4 Monate) |           | 18        |
| <b>Wahlmodule</b><br>Im 2. Semester wählen die Studierenden 1 Wahlmodul aus dem folgenden Katalog. |   |           | 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>60</b>   | <b>30</b> | <b>30</b> |