

STUDIENABLAUFPLAN M.A. ONLINE MARKETING 120 ECTS, TEILZEIT I (36 MONATE)

FERNSTUDIUM

Semester	Modul	Kurscodes	Kursname	ECTS	
1. Semester 15 ECTS	Internationales Marketing	MMAR02-01	Internationales Marketing	5	K
	Online- und Social Media Marketing	DLMWOM01	Online- und Social Media Marketing	5	SAF
	Customer Relationship Marketing	MWMA02	Customer Relationship Marketing	5	K
2. Semester 15 ECTS	Marktforschung	DLMKUM02	Marktforschung	5	K
	Design, Lean und Game: Soziale und kreative Methoden	DLMOMDLG01_D	Design, Lean und Game: Soziale und kreative Methoden	5	FP
	Marketing Projekt	DLMMF01	Marketing Projekt	5	SAP
3. Semester 20 ECTS	Nationales und internationales IT-Recht	DLMIMWITR01	Nationales und internationales IT-Recht	5	K
	User Interface und Experience	DLMAIEUIUX01_D	User Interface und Experience	5	K
	Performance Marketing: Search und Social	DLMOMPMS01_D	Performance Marketing: Search und Social	5	H
	Performance Marketing: Affiliate und Mail	DLMOPMAM01_D	Performance Marketing: Affiliate und Mail	5	FP
4. Semester 20 ECTS	Forschungsmethodik	MMET01-01	Forschungsmethodik	5	K
	Projekt: Agiles Onlinemarketing	DLMOMPAOM01_D	Projekt: Agiles Onlinemarketing	5	SAP
	Digital Analytics und Strategies	DLMMDAS01	Digital Analytics und Strategies	5	SAF
	Seminar: Marketing Responsibility	DLMMASMR01	Seminar: Marketing Responsibility	5	SAS
5. Semester 20 ECTS	WAHLPFLICHTBEREICH I **		z.B. SEA and Social Media Marketing	10	
	WAHLPFLICHTBEREICH II **		z.B. Data Driven Marketing and Controlling	10	
6. Semester 30 ECTS	Masterarbeit	MMTH01	Masterarbeit	27	SA
		MMTH02	Kolloquium	3	PM
Gesamt 120 ECTS	ZIEL: Um im Zeitplan zu bleiben solltest Du pro Semester Module im Umfang von ca. 20 ECTS abschließen!				



INTERNATIONALE
HOCHSCHULE



Du hast bereits eine genaue Vorstellung zu Deinem idealen Studienablaufplan? Super! Die IUBH bietet Dir die nötige Flexibilität sämtliche Module aus allen Semestern frei nach Deinem Geschmack zu wählen. Du kannst mehrere Module gleichzeitig bearbeiten oder auch einfach ein Modul nach dem anderen.



Ein Modul mit zwei Kursen besteht aus einer Einführung und einer Vertiefung. Um ein Modul erfolgreich abzuschließen, musst Du sowohl die Einführung als auch die Vertiefung des Moduls erfolgreich im Rahmen einer Modulprüfung bestehen.



* Alle freigeschalteten Module für die Online Klausur findest Du in CARE

ACHTUNG:

Steht das Ergebnis der Anerkennungsprüfung noch aus, solltest Du keine Kurse wählen, welche Du zur Prüfung beantragt hast. Wird Kurs I angerechnet, schreibst Du nur noch eine Klausur über Kurs II.



- K 1 Skript, 1 Klausur, 1 Prüfungstermin (monatlich am Prüfungszentrum oder jederzeit per Online Klausur *)
- FP Fachpräsentation
- PM Prüfung mündlich (Kolloquium)
- H schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit
- SAF schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie
- SA schriftliche Ausarbeitung: Masterarbeit
- SAP schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht
- SAS schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

** Wahlpflichtträger
2 Module zur Auswahl

Wahlpflichtfach I:

- Data Driven Marketing and Controlling
- E-Commerce
- Mobile Marketing
- SEA and Social Media Marketing

Wahlpflichtfach II:

- Artificial Intelligence
- Data Driven Marketing and Controlling
- Digitale Transformation
- Digital Business und Society
- E-Commerce
- Innovation and Entrepreneurship
- Kommunikation und Public Relations
- Mobile Marketing
- Product Development and Design Thinking
- Sales, Pricing and Brand Management
- SEA and Social Media Marketing