

STUDIENABLAUFPLAN M.A. ONLINE MARKETING 60 ECTS, TEILZEIT II (24 MONATE)

FERNSTUDIUM

Semester	Modul	Kurscodes	Kursname	ECTS	
1. Semester 15 ECTS	Online- und Social Media Marketing	DLMWOM01	Online- und Social Media Marketing	5	SAF
	Performance Marketing: Search und Social	DLMOMPSS01_D	Performance Marketing: Search und Social	5	H
	Performance Marketing: Affiliate und Mail	DLMOMPAM01_D	Performance Marketing: Affiliate und Mail	5	FP
2. Semester 15 ECTS	Digital Analytics und Strategies	DLMMADAS01	Digital Analytics und Strategies	5	SAF
	Forschungsmethodik	MMET01-01	Forschungsmethodik	5	K
	Projekt: Agiles Onlinemarketing	DLMOMPAOM01_D	Projekt: Agiles Onlinemarketing	5	SAP
3. Semester 15 ECTS	Seminar: Marketing Responsibility	DLMMASMR01	Seminar: Marketing Responsibility	5	SAS
	WAHLPFLICHTBEREICH I **		z.B. Kreative Arbeitsmethoden und Leadership	10	
4. Semester 15 ECTS	Masterarbeit	DLMMAB01	Masterarbeit	14	SA
Gesamt 60 ECTS	ZIEL: Um im Zeitplan zu bleiben solltest Du pro Semester Module im Umfang von ca. 15 ECTS abschließen!				

iubh

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.



Wähle am Anfang Module die Dich besonders interessieren oder die Du unmittelbar in Deinem Job nutzen kannst. Das motiviert und verschafft gleich zu Beginn Erfolge.



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 *)
PM	Prüfung mündlich (Kolloquium)
SAF	schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie
SA	schriftliche Ausarbeitung: Masterarbeit
SAS	schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

**** Wahlpflichtfach
1 Module zur Auswahl**

Wahlpflichtfach I:

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