

CURRICULUM

MBA DIGITAL MARKETING & DATA MANAGEMENT

120 ECTS

	Module / Lehrveranstaltungen	ECTS
M1	Interdisziplinäre Kompetenzen und Selbstmanagement	12
LV1	Planung und Zeitmanagement	4
LV2	Moderation und Präsentation	4
LV3	Kritisches Denken	4
M2	Wissenschaft und Gesellschaft	8
LV1	Spannungsfeld Wissenschaft	2
LV2	Recherche und Evaluation	2
LV3	Wissenschaftliche Praxis	4
M3	Wirtschaftswissenschaftliche Kompetenzen	10
LV1	Theorien und Konzepte wirtschaftlichen Handelns	4
LV2	Unternehmerisches Handeln	3
LV3	Funktionsbereiche von Unternehmen	3
M4	Marketing Innovation Management	15
LV1	Marketing Evolution	4
LV2	Business Innovation	4
LV3	Strategisches Management	3
LV4	Design Thinking und Agile Projekte	4
M5	Academic Research Skills	8
LV1	Wissenschaftliches Arbeiten I: Qualitative Forschungsmethodik	4
LV2	Wissenschaftliches Arbeiten II: Statistische Methoden	4
M6	Web Development	7
LV1	Datenschutz und DSGVO	3
LV2	Webdesign und UX	4
M7	Digital Marketing Tools	16
LV1	Buyer Persona und Marketing Automation	4
LV2	Content Marketing und Storytelling	4
LV3	Social Media und Influencer Marketing	4
LV4	Search Engine Marketing	4
M8	Marketing Intelligence	12
LV1	Marketing Research	4
LV2	Marketing Data Science	4
LV3	Marketing Controlling	4
M9	Marketing Perspectives	12
LV1	Marketing Trends	4
LV2	Marketing Mindset	4
LV3	Marketing AI	4
M10	Masterarbeit und Masterprüfung	20
LV1	Disposition	5
LV2	Masterarbeit und Abschlussprüfung	15
	Summe	120

CURRICULUM

MBA DIGITAL MARKETING & DATA MANAGEMENT

120 ECTS

Der MBA ist in Module unterteilt, welche mehrere Lehrveranstaltungen umfassen. Die Module bauen inhaltlich aufeinander auf und werden von Ihnen im Selbststudium und in freier Zeiteinteilung bearbeitet.

Ein ECTS-Punkt entspricht einem Arbeitsaufwand von 25 Arbeitsstunden. Der studentische Gesamtaufwand beträgt damit 3.000 Stunden.

Noch Fragen?

Sie erreichen unsere Studienberatung unter studienberatung@e-learning-group.com oder +43 1 361 97 67 10.