

Digital Marketing

Akademischer Lehrgang | Masterlehrgang

Digital Marketing

Die akademische Weiterbildung sichert Ihnen umfassendes Wissen für eine Karriere in der dynamischen Online-Marketing-Branche und der wachsenden E-Commerce-Vermarktung. Kompetente Vortragende aus Unternehmen und führenden Digital-Marketing-Agenturen sorgen für einen starken Praxisbezug im Lehrgang. Der weiterführende Masterlehrgang ermöglicht den Abschluss mit einem Master.

Online Marketing hat sich als wichtiger Teil integrierter Kommunikation zu einem bedeutenden Kommunikationsinstrument entwickelt. Die dynamische Entwicklung der digitalen Kommunikation erfordert heute Profis zur Ansprache von Zielgruppen, in deren Alltag digitale Medien eine wesentliche Rolle spielen. Kaufentscheidungen werden zunehmend von Online-Kanälen geprägt. Entsprechend investieren Unternehmen massiv in die digitale E-Commerce-Vermarktung.

Der akademische Lehrgang bzw. Masterlehrgang vermittelt Ihnen umfassendes Wissen, das anhand konkreter Beispiele in Übungen direkt angewendet wird. Die Lehrinhalte (wie

Customer Journey, Website & Content Management, Suchmaschinenmarketing, Mobile Marketing, Content Marketing & Storytelling, Social Media etc.) sichern praxisnahes Know-how.

Die Weiterbildungsinhalte sind mit den unterstützenden Fachverbänden Interactive Advertising Bureau (IAB) und Handelsverband abgestimmt. Das sichert Ihnen praxisorientierte Weiterbildung für berufliche Entwicklung in der Fachbranche.

Ausbildungsziele

Nach dem Abschluss dieser modularen Weiterbildung in Digital Marketing verfügen Sie über folgende Kompetenzen:

- **Modul Marketing & Medien:** Sie können Digital Marketing im Kontext von Marketing, integrierter Kommunikation und E-Commerce einordnen. Zusätzlich können Sie Instrumente des Digital Marketing zur Verbesserung der Zufriedenheit der Kundinnen und Kunden einsetzen.
- **Modul Instrumente & Tools:** Sie kennen alle wichtigen Digital-Marketing-Instrumente für die digitale Vermarktung. Zusätzlich erlernen Sie die Grundlagen für die praktische Anwendung.

- **Modul Wirtschaft & Recht:** Sie kennen die wirtschaftlichen und rechtlichen Grundlagen für Aufgaben im Digital-Marketing-Management.
- **Modul Praxistransfer:** Sie können das im Lehrgang erworbene Fachwissen in die Praxis übertragen und anwenden.

Absolvent*innen des Masterupgrades verfügen darüber hinaus über Kompetenzen im wissenschaftlichen Arbeiten im Kontext von Digital Marketing sowie über Techniken der Präsentation.



„Der Lehrgang bietet die perfekte Mischung aus theoretischen Grundlagen und praxisnahen Anwendungsbeispielen. Die Vortragenden schaffen es, die Lehrinhalte mit vielen Best-Practice-Beispielen, Case Studies sowie Tipps und Tricks aus ihrem eigenen beruflichen Alltag spannend aufzubereiten.“
Corinna Böcklinger, MSc, Absolventin des Masterlehrgangs Digital Marketing

Ausbildungsinhalte

Ausgeprägte Praxis

Die Lehrinhalte werden in erster Linie von Expert*innen aus der Praxis gestaltet, u. a. aus Unternehmen (Österreichisches Verkehrsbüro, Österreich Werbung etc.) sowie dem Agentur- und Dienstleistungsbereich (Styria Digital One, e-dialog, Ernst & Young etc.). Der akademische Lehrgang und der Masterlehrgang werden zudem von folgenden Kooperationspartnern unterstützt:

- Interactive Advertising Bureau (IAB): der Verein zur Förderung der digitalen Wirtschaft
- Handelsverband: die Vertretung des österreichischen Handels bzw. der E-Commerce-Händler.

Zusätzlich können die Studierenden das erworbene Wissen im Rahmen von zwei Praxislaboren mit digitaler Aufgabenstellung für ein Unternehmen praktisch anwenden.

Umfang und Lehrveranstaltungen

Der Lehrgang bietet Ihnen eine umfassende Weiterbildung im Bereich Digital Marketing. Der Unterricht setzt sich aus geblockten Präsenz-Lehrinhalten und E-Learning zusammen. Gesamtumfang (4 Semester): 90 ECTS

Studienplan

Die Weiterbildung kann als akademischer Lehrgang (drei Semester, Upgrade auf Masterlehrgang möglich) oder Masterlehrgang (vier Semester) absolviert werden.

| 1. Semester | ECTS | 2. Semester | ECTS | 3. Semester | ECTS | 4. Semester | ECTS |
|---------------------------------------|------|----------------------------|------|--------------------------------------|------|---------------------------------|------|
| Marketing & Integrierte Kommunikation | 3 | E-Commerce Shop & Tools | 4 | Mobile Marketing | 3 | Präsentation & Moderation | 1 |
| Grundlagen Digital Marketing | 4 | Suchmaschinenmarketing | 4 | Content Marketing & Storytelling | 3 | Wissenschaftliches Arbeiten | 3 |
| Customer Experience & Journey | 3 | Datenanalyse & Conversion | 3 | Social Media | 3 | Praktikum | 8 |
| Mediaplanung | 3 | Rechtliche Grundlagen | 2 | Konzept & Design | 2 | Master-Thesis | 12 |
| Website & CMS Systeme | 4 | Wirtschaftliche Grundlagen | 1 | Fallstudien | 1 | Kommissionelle Abschlussprüfung | 6 |
| E-Commerce Geschäftsmodelle | 1 | Warenwirtschaft & Logistik | 1 | Ausgewählte Trends & Spezialbereiche | 3 | | 30 |
| Projektmanagement | 2 | Praxislabor (Teil 1) | 5 | Praxislabor (Teil 2) | 5 | | |
| | 20 | | 20 | | 20 | | |

Akademischer Lehrgang (1. bis 3. Semester), jeweils 20 ECTS

- Vier Module mit 396 Lehrinhalten (an sechs Wochenenden pro Semester, jeweils Freitag/Samstag). Es werden fundiert theoretische und praktische Inhalte behandelt.
- Zwei Praxislabore (Digital-Marketing-Projekte): 44 Lehrinhalten, mit praktischer Anwendung relevanter Tools für Auftraggeber (z. B. Zell am See-Kaprun Tourismus, Loisium etc.)
- Zusätzliche Zeit für die selektive Ausarbeitung von Aufgaben

Masterlehrgang (4. Semester) mit 30 ECTS

- Einzelne Lehrveranstaltungen (wenige Wochenenden, jeweils Freitag/Samstag). Der Schwerpunkt liegt in der wissenschaftlichen Vertiefung und laufenden Erstellung der Masterarbeit.
- Erwerb praktischer Erfahrung in Digital Marketing im Rahmen eines Praktikums (mind. 130 Stunden plus Dokumentation), bei laufender Berufstätigkeit im Online Marketing wird die Praxis angerechnet.

Leistungsnachweis

Für jede Lehrveranstaltung ist ein positiver Leistungsnachweis zu erbringen. Für das Masterupgrade ist eine Masterthesis zu verfassen und eine kommissionelle Prüfung zu absolvieren, bei der auch die Masterthesis verteidigt wird.

Der Lehrgang im Überblick

| | |
|--|---|
| Abschluss Akademischer Lehrgang | Akademische Digital Marketing Manager*in (drei Semester, jeweils 20 ECTS) |
| Abschluss Masterlehrgang | Master of Science in Digital Marketing, MSc (Upgrade im vierten Semester, 30 ECTS) |
| Lehrgangsgebühr | Nähere Informationen auf unserer Website: fhstp.ac.at/ldm |
| Ort | Die Präsenz-Lehrveranstaltungen finden aufgeteilt in Wien und an der FH St. Pölten statt. |
| Lehrgangsablauf | Berufsbegleitend, geblockte Präsenz-Lehreinheiten und E-Learning |
| Lehrgangsleitung | FH-Prof. Mag. Harald Rametsteiner |



Information

Fachhochschule St. Pölten, Matthias Corvinus-Str. 15, 3100 St. Pölten | T: +43 2742 313 228-333 | E: csc@fhstp.ac.at
Weitere Informationen zum Lehrgang: fhstp.ac.at/ldm

Zielgruppe/Zugangsvoraussetzungen

■ Akademischer Lehrgang

Personen, die sich auf professioneller Ebene mit Digital Marketing beschäftigen möchten. Die Weiterbildung ist geeignet für Teilnehmende mit erster Erfahrung im Online Marketing, zusätzlich ermöglicht sie auch Neueinsteiger*innen den Start im wachsenden digitalen Berufsfeld. Allgemeine Universitätsreife (Reifeprüfung, Berufsreifeprüfung oder Studienberechtigungsprüfung) ist erforderlich.

■ Masterlehrgang

Positiver Abschluss der ersten drei Semester des akademischen Lehrgangs. Zusätzlich erster Hochschulabschluss (Bachelor-, Master- oder Diplomstudium) oder alternativ eine zumindest fünfjährige einschlägige Berufserfahrung.

Bewerbung

Bitte bewerben Sie sich online über unsere Bewerbungsplattform: bewerbung.fhstp.ac.at. Nach Evaluierung der Bewerbungsunterlagen werden Sie zum Aufnahmeverfahren zugelassen.

Die Anmeldung für die jährlich stattfindenden Lehrgänge ist jederzeit möglich. Die Aufnahme erfolgt nach Qualifikation und nach Freigabe durch die Lehrgangsleitung, Aufnahmegespräche sind möglich.

#fhstp

