

UMFELDDANALYSE  
BCG-MATRIX



© Frauchelker Photography

WE ARE **E<sup>3</sup>UDRES<sup>2</sup>**  
EUROPEAN UNIVERSITY

MASTER | VOLLZEIT | 4 SEMESTER

# Digital Marketing & Kommunikation

Event- und Live-Marketing | Werbung | Public Relations | Direkt Marketing |  
Kommunikationsdesign und Werbegrafik

# Digital Marketing & Kommunikation

Das Masterstudium Digital Marketing & Kommunikation ist Ihre Eintrittskarte in die dynamische Marketing-, Event-, Public Relations- und Werbebranche. Ebnen Sie mit dieser praxisorientierten Ausbildung Ihren Weg für eine Karriere in nationalen und internationalen Agenturen, Marketingabteilungen und Unternehmen.

## Ihr Studium

Erweitern Sie Ihr Wissen in den Fachbereichen Wirtschaft, Ethik, Recht, CSR und Kommunikationstheorie. In einzelnen Fächern werden Vorkenntnisse der Studierenden berücksichtigt oder vorausgesetzt. Vertiefen Sie im zweiten und dritten Semester Ihre Interessen in individuellen Wahlpflichtmodulen.

### Vertiefungsmöglichkeiten

Durch die Wahl von zwei Modulen können Sie Ihren persönlichen Interessen nachgehen und inhaltliche Akzente setzen.

- **Direkt Marketing**
- **Event- und Live-Marketing**
- **Kommunikationsdesign und Werbegrafik**
- **Public Relations**
- **Werbung**

Durch verschiedene Lehrveranstaltungen werden Sie sehr gut auf die Anforderungen im Online- und Digital Marketing vorbereitet. Die Weiterentwicklung der englischen Sprachkompetenz (z. B. Auslandssemester, BIP-Blended Intensive Programmes, Auslandsexkursion, Summer University) erhöht die internationale Konkurrenzfähigkeit der Absolvent\*innen.

## Ihre Jobaussichten

Willkommen in der Welt des Marketings! Als Absolvent\*in sind Sie für eine Tätigkeit in Agenturen sowie in Unternehmen (z. B. PR-, Werbe-, Event-Abteilung) bestens gerüstet.

### Berufs- und Tätigkeitsfelder

- **Digital Marketing** (z. B. SEO, SEA, Mobile Marketing, Viral Marketing)
- **Direkt Marketing:** analytische und strategische Tätigkeiten verschiedener Anwendungsfelder (z. B. E-Commerce, Mobile Commerce)
- **Event- und Live-Marketing:** Abwicklung von Events inklusive strategischer Planung und Einbettung in die Gesamtkommunikation eines Unternehmens
- **Kommunikationsdesign und Werbegrafik** (z. B. Bildbearbeitung, Illustration, Corporate Design, Gestaltung von Verpackungen)
- **Media- und Kommunikationsplanung** mit Schwerpunkt auf digitalen Anwendungen (z. B. Planung von Facebook- und Instagram-Kampagnen)
- **Public Relations** mit Schwerpunkt auf strategischen Fragestellungen der Öffentlichkeitsarbeit und der Krisenkommunikation
- **Werbung:** strategische Tätigkeiten (z. B. Kundenberatung, Strategic Planning und Online-Werbung)



© Rauchecker Photography



### Abschluss

Master of Arts  
in Business (MA)



### Studiendauer

4 Semester



### Studiengebühren

363,36 € pro Semester  
+ ÖH-Beitrag



### Bewerbung & Aufnahmeverfahren

[bewerbung.fhstp.ac.at](http://bewerbung.fhstp.ac.at)



### Studienplätze/Jahr

22



### Organisationsform

Vollzeit

berufsermöglichend organisiert:  
durchschnittlich drei  
Anwesenheitstage pro Woche (Kombination aus  
Online-/ Präsenzlehre)

# Das macht Ihr Studium einzigartig

## Starker Praxisbezug

- Durch eine Kooperation mit den Marketing Natives, der größten Plattform für junge Marketing-Expert\*innen in Österreich, haben Sie die Möglichkeit, an der Organisation von Fachevents mitzuwirken und gleichzeitig wichtige Kontakte in der Branche zu knüpfen.
- Eine Mitarbeit bei der MEDIAcon, einem jährlichen Fachevent für Mediaplanung, und der Eventmanagement-Tagung EVENTcon, bei der die Studierenden das Programm für Schüler\*innen gestalten.
- Sie können Ihre praktischen Fähigkeiten auch im Zuge des Dialog Marketing Rookies, der in Kooperation mit dem Dialog Marketing Verband Österreich (DMVÖ) abgewickelt wird, und im Rahmen des Mobile Marketing Rookies mit dem Kooperationspartner Mobile Marketing Association (MMA) unter Beweis stellen.
- Erstellung des Fachmagazins PRaktivium (Planung und Durchführung von Interviews, Verfassen der Texte)

## Kooperationspartner & Networking

Gemeinsam mit Kooperationspartnern setzen Sie Ihr theoretisch erworbenes Wissen in Projekten um. Kooperationspartner (Auswahl): Magenta, Falkensteiner Hotels, L'Oréal, Weber Grill, Drei, HAKA-Küche, XXXLutz.

## Internationale Erfahrungen sammeln

Studierende haben zahlreiche Möglichkeiten, sich während des Studiums international zu vernetzen:

- Auslandssemester (im 3. oder 4. Semester möglich)
- Summer University (Freifach jeden Sommer)
- E<sup>3</sup>UDRES<sup>2</sup> (European University Alliance)
- Blended Intensive Programmes (BIP, Kurzzeitmobilitäten)
- iLab – Interdisziplinäres und interkulturelles Projektsemester
- Englischsprachige Lehrveranstaltungen

## Gastvorträge und Vortragsreihen

Vorlesungsbegleitende Veranstaltungen wie Diskussionen und Gastvortragsreihen stützen die Studierenden in ihrem Praxisbezug. Im Rahmen der BRAND SLAM-Vortragsreihe waren in der Vergangenheit beispielsweise Marketing-Leiter\*innen der Josef Manner & Comp. AG, Erste Bank, BMW, Nivea, L'Oreal, XXXLutz, Sonnentor, Neuburger, Billa/Billa+ und Ikea zu Gast. Im Zuge der Customer Experience Talks werden aktuelle Themen und Fragestellungen aus der Wissenschaft und Forschung diskutiert.

## Zertifizierungen & Begabtenprogramm

Zusatzangebote wie die Projektmanagementzertifizierung der PMA Austria, das Google-Ads-Certificate oder Zertifizierungen über den Kooperationspartner Austrian Standards (Online Marketing Manager\*in, Social Media Manager\*in) können im Rahmen des Studiums absolviert werden. Besonders erfolgreiche Studierende fördern wir im Rahmen eines Begabtenprogramms. Sie profitieren u. a. von kostenlosen bzw. vergünstigten Tickets für Branchenveranstaltungen und werden mit einer Urkunde ausgezeichnet.

## Flexible Studienorganisation

- Unterricht ganztägig von Montag bis Mittwoch
- Mix aus Fern- und Präsenzlehre
- Einsatz digitaler Tools im Unterricht
- Unterrichtssprache überwiegend Deutsch, vereinzelt in Englisch

# Studienplan

## 1. Studienjahr

1. Semester	ECTS
Business Planning	3
Innovationsmanagement	2
Medien- und Kommunikationsethik	2
Marketing-Automation I	2
Customer-Journey	2
Marketing-Konzepte	3
Strategisches Management	3
Campaigning: Strategien und Methoden <sup>1</sup>	3
Organisation der Kommunikationsbranche <sup>1</sup>	3
Digitale Medien in der Marketing- und Kommunikationsbranche	2
Effective Business Communication in English	3
Search Engine Marketing	2
Trends der Digitalisierung	3

2. Semester	ECTS
<b>Wahlpflichtmodule</b>	
Direkt Marketing <sup>2</sup>	6
Event- und Live-Marketing <sup>2</sup>	6
Kommunikationsdesign und Werbegrafik <sup>2</sup>	6
Public Relations <sup>2</sup>	6
Werbung <sup>2</sup>	6
Marketing Communication Skills	2
Markenführung	3
Marketing-Automation II	3
Marken-, Urheber- und Wettbewerbsrecht	3
Digitale Media- und Kommunikationsplanung <sup>3</sup>	2
Media- und Kommunikationsplanung <sup>3</sup>	2
Exkursion: Internationale Medien- und Kommunikationsmärkte <sup>4</sup>	3
Search Engine Advertising	2

<sup>1</sup> Die LV „Organisation der Kommunikationsbranche“ wird von jenen Personen besucht, welche im Vorstudium NICHT den Bachelor-Studiengang Marketing & Kommunikation absolviert haben. Absolvent\*innen des genannten Bachelor-Studiengangs belegen dafür die LV „Campaigning: Strategien und Methoden“.

<sup>2</sup> Wahlpflichtmodule: Aus fünf Wahlpflichtmodulen sind zwei zu wählen (Anm.: Die Wahl aus dem Vorsemester wird fortgeführt).

<sup>3</sup> Je nach Vorkenntnissen wird nur eine der beiden Lehrveranstaltungen belegt

<sup>4</sup> Für Studierende fallen zusätzliche Kosten an. Bei Nicht-Teilnahme kann ein alternativer Leistungsnachweis eingefordert werden.

<sup>5</sup> Anstatt dieser Lehrveranstaltung können – in Abstimmung mit der Studiengangsleitung – auch andere relevante Lehrveranstaltungen des Departments Digital Business und Innovation der FH St. Pölten oder anderer Hochschulen besucht werden.

## 2. Studienjahr

3. Semester	ECTS
<b>Wahlpflichtmodule</b>	
Direkt Marketing <sup>2</sup>	4
Event- und Live-Marketing <sup>2</sup>	4
Kommunikationsdesign und Werbegrafik <sup>2</sup>	4
Public Relations <sup>2</sup>	4
Werbung <sup>2</sup>	4
Empirische Methoden - qualitative und quantitative Methoden	3
Workshop Fotografie <sup>5</sup>	2
Marketing im Handel <sup>5</sup>	3
Mobile Marketing	3
Spezialbereiche der Medienpolitik	2
Viral Marketing und Growth Hacking	2
Exposé Master-Thesis	1
Interviewführung	2
Digitale Transformation	2
Spezialbereiche aus Medien- und Kommunikationsrecht	2

4. Semester	ECTS
Kolloquium Master-Thesis	21
Marketing für Dienstleistungen <sup>5</sup>	2
Marketing für Tourismus und Freizeitwirtschaft <sup>5</sup>	3
Repetitorium Master-Prüfung Digital Marketing & Kommunikation	4

Alle Details und Informationen zu  
**Digital Marketing & Kommunikation**







© Raucherker Photography

## Information & Kontakt

Campus und Study Center (CSC) | T: +43 2742 313 228-333 | E: [csc@fhstp.ac.at](mailto:csc@fhstp.ac.at) | I: [fhstp.ac.at](http://fhstp.ac.at)

## Diversität am Campus St. Pölten

Alle sind willkommen: Inklusion, Geschlechtergerechtigkeit und Vielfalt sind uns wichtig. Unser Campus ist barrierefrei zugänglich. Bitte nehmen Sie rechtzeitig mit uns Kontakt auf, damit wir Ihre Bedürfnisse berücksichtigen können.

09/2023