

# Digital Marketing & Kommunikation

Vollzeit

## Schwerpunkte

Event- und Live-Marketing | Digital Marketing  
Public Relations | Direkt Marketing | Kommunikations-  
design und Werbegrafik | Werbung

Master



# Digital Marketing & Kommunikation studieren

Das Masterstudium Digital Marketing & Kommunikation ist ihre Eintrittskarte in die dynamische Marketing- und Werbebranche. Ebnen Sie mit dieser praxisorientierten Ausbildung am Puls der Zeit Ihren Weg für eine Karriere in nationalen und internationalen Agenturen und Marketingabteilungen.

## Studieninhalte

### Ausbildung: modularer Aufbau

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

### Wahlpflichtmodule: individuell wählen

Aus fünf Wahlpflichtmodulen sind zwei zu wählen:

- Event- und Live-Marketing
- Werbung
- Public Relations

- Direkt Marketing
- Kommunikationsdesign und Werbegrafik

Durch verschiedene Lehrveranstaltungen werden Sie sehr gut auf die Anforderungen im Online- und Digital Marketing vorbereitet. Die Weiterentwicklung der englischen Sprachkompetenz erhöht die internationale Konkurrenzfähigkeit der Absolvent\*innen.

### Zusätzliche Vertiefungsmöglichkeit

Studierende können das Modul „Investor Relations“ aus dem Master Studiengang Wirtschafts- und Finanzkommunikation als zusätzliche Vertiefung wählen.

## Top-Karrierechancen in der Marketing-Branche

Willkommen in der Welt des Marketings! Als Absolvent\*in sind Sie für eine Tätigkeit sowohl in Agenturen als auch in Unternehmen (PR-Abteilung, Werbe-Abteilung, Event-Abteilung etc.) bestens gerüstet. Marketing-Tätigkeiten mit Schwerpunkt auf Unternehmenskommunikation sind ebenso ein mögliches Berufsfeld wie Konzeption und Planung im Online Marketing und Mobile Marketing.

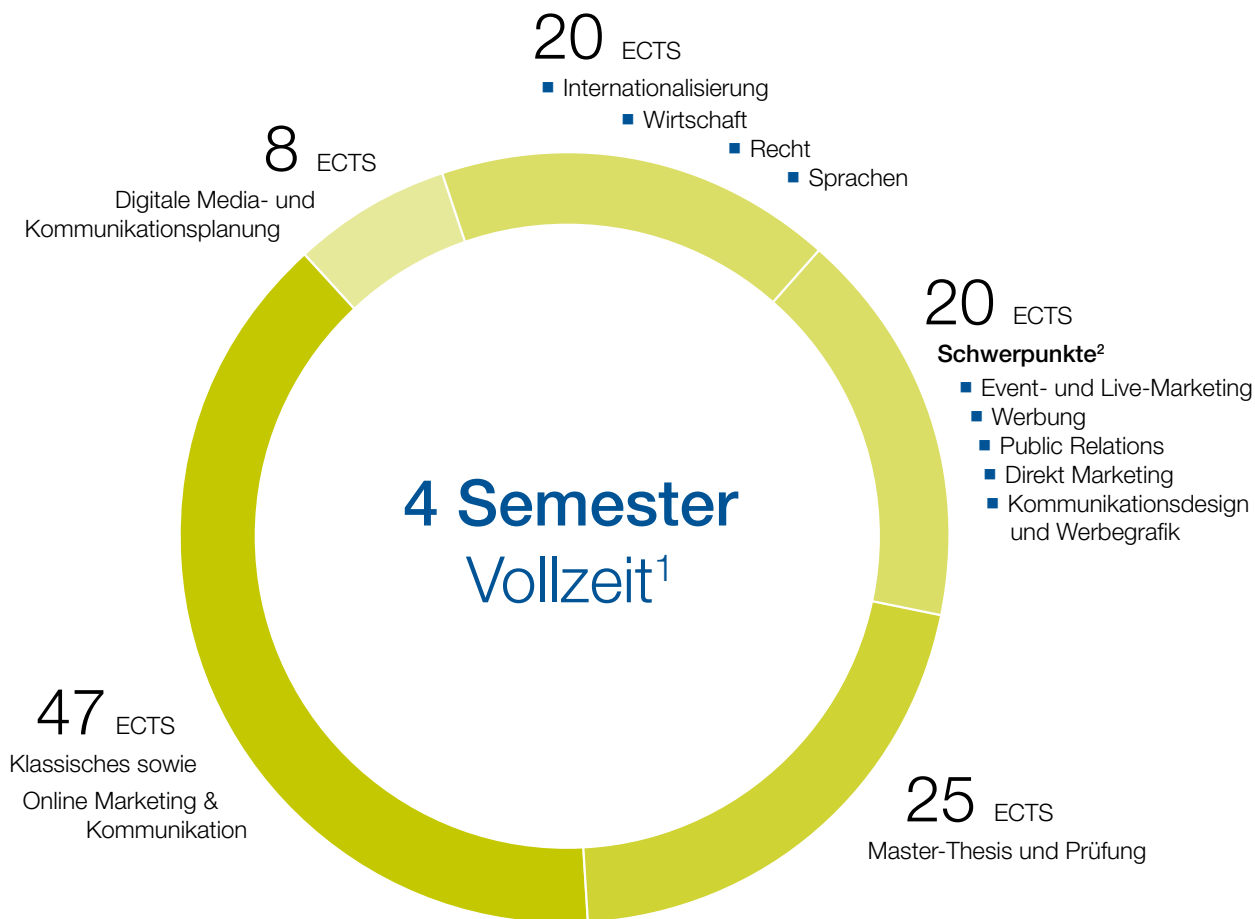
### Berufs- und Tätigkeitsfelder (Auswahl)

- Public Relations mit Schwerpunkt auf strategischen Fragestellungen der Öffentlichkeitsarbeit
- Werbung: strategische Tätigkeiten (z. B. Kundenberatung, Strategic Planning)

- 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
- Media- und Kommunikationsplanung mit Schwerpunkt auf digitalen Anwendungen
- Digital Marketing (z. B. SEO, SEA, Mobile Marketing, Viral Marketing)
- Kommunikationsdesign und Werbegrafik (z. B. Bildbearbeitung, Illustration, Corporate Design)



Lesen Sie die Erfolgsgeschichten unserer Absolvent\*innen:  
[fnstp.ac.at/erfolgsgeschichten](https://fnstp.ac.at/erfolgsgeschichten)



## Information & Anmeldung



### Abschluss

Master of Arts in Business (MA)

### Studienplätze/Jahr

22

### Studiengangsleiter

FH-Prof. Ing. Dr. Harald Wimmer

### International

Ein Auslandssemester an einer internationalen Partnerhochschule ist möglich; Auslandsexkursion (Für Studierende fallen zusätzliche Kosten an. Bei Nicht-Teilnahme kann ein alternativer Leistungsnachweis eingefordert werden.)



### Bewerbung

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

### Aufnahmetermine & Zugangsvoraussetzungen

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



### Information

Fachhochschule St. Pölten  
Matthias Corvinus-Str. 15  
3100 St. Pölten

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

<sup>1</sup> berufsermöglichend organisiert: durchschnittlich drei Anwesenheitstage pro Woche

<sup>2</sup> Aus den fünf Schwerpunkten sind zwei zu wählen. Zusätzliche Möglichkeit: „Investor Relations“ im Master Studiengang Wirtschafts- und Finanzkommunikation.

# Aus dem Studiengang

## Starke Kooperationspartner\*innen

Gemeinsam mit Kooperationspartner\*innen setzen Sie ihr theoretisch erworbenes Wissen in Projekten um. Kooperationspartner\*innen (Auswahl): Casinos Austria, Burger King, Magenta, Falkensteiner Hotels, OMV, Ottakringer Brauerei, L'Oréal.

## Die Praxis hautnah miterleben

- 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 Fach-event für Mediaplanung, und der Eventmanagement-Tagung EVENTcon, die sich speziell an Schulen richtet, ist ebenfalls möglich.
- Sie können ihre praktischen Fähigkeiten auch im Zuge des Dialog Marketing Rookies, welcher mit dem Kooperations-

partner Dialog Marketing Verband Österreich (DMVÖ) abgewickelt wird, und im Rahmen des Mobile Marketing Rookies mit dem Kooperationspartner Mobile Marketing Association (MMA) unter Beweis stellen.

## 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'Oréal, XXXLutz und IKEA zu Gast.

## Zertifizierungen & Awards

Zusatzangebote wie die Projektmanagementzertifizierung der PMA Austria, das Google-Adwords-Certificate oder Zertifizierungen über den Kooperationspartner Austrian Standards können im Rahmen des Studiums absolviert werden.



# Studienplan Digital Marketing & Kommunikation

## 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
Event- und Live-Marketing <sup>2</sup>	6
Direkt Marketing <sup>2</sup>	6
Public Relations <sup>2</sup>	6
Werbung <sup>2</sup>	6
Kommunikationsdesign und Werbegrafik <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

## 2. Studienjahr

3. Semester	ECTS
Event- und Live-Marketing <sup>2</sup>	4
Direkt Marketing <sup>2</sup>	4
Public Relations <sup>2</sup>	4
Werbung <sup>2</sup>	4
Kommunikationsdesign und Werbegrafik <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

<sup>1</sup> Die LV „Organisation der Kommunikationsbranche“ wird von jenen Personen besucht, welche im Vorstudium NICHT den Bachelor Studiengang Marketing & Kommunikation / ehemals Media- und Kommunikationsberatung absolviert haben. Absolventinnen und Absolventen 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). Zusätzliche Möglichkeit: „Investor Relations“ im Master Wirtschafts- und Finanzkommunikation

<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.

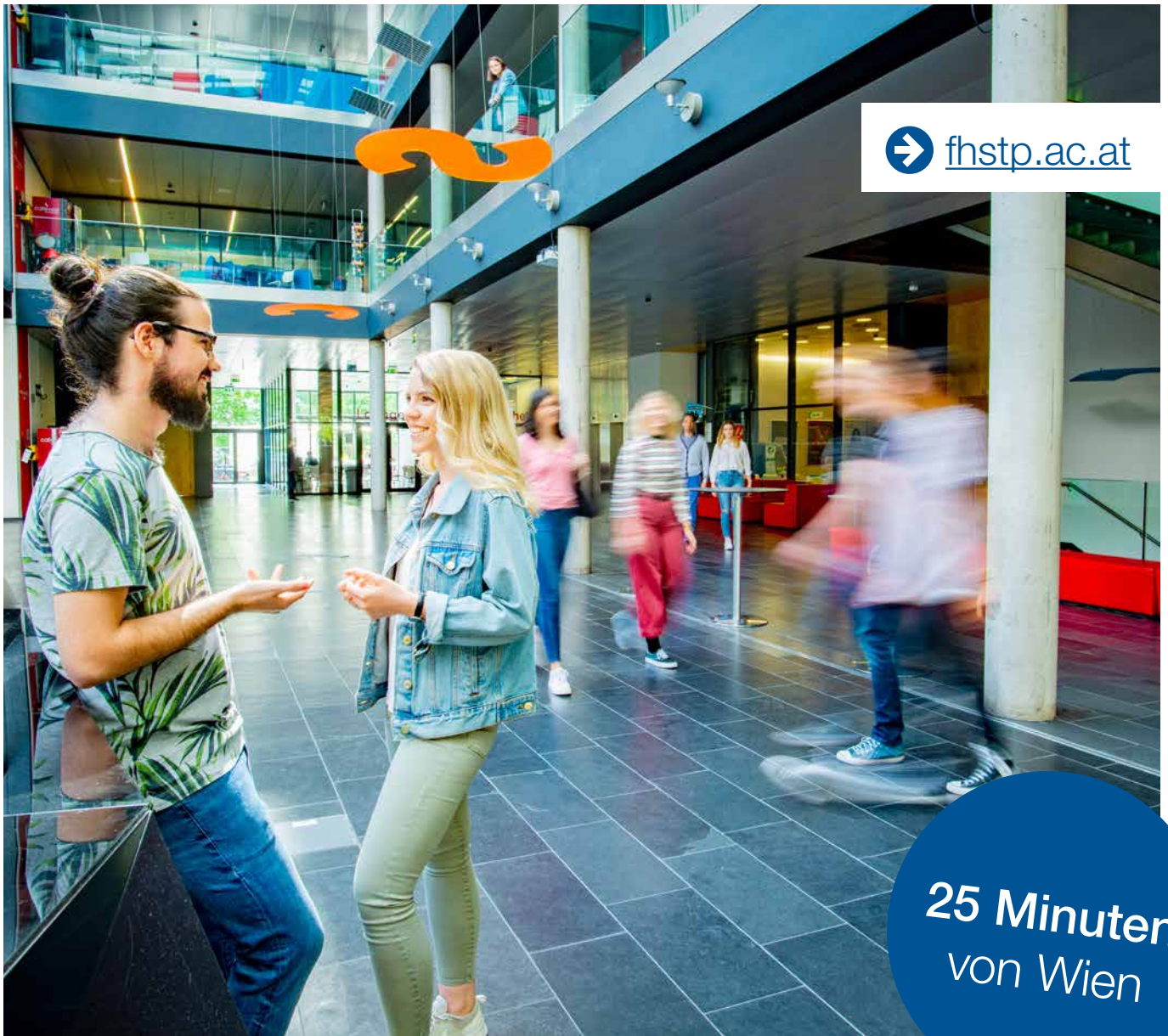
<sup>5</sup> Anstatt dieser Lehrveranstaltung können – in Abstimmung mit der Studiengangsleitung – auch andere relevante Lehrveranstaltungen des Departments Medien und Wirtschaft der FH St. Pölten oder anderer Hochschulen besucht werden.

ECTS: European Credit Transfer System – Maß für den gesamten Arbeitsaufwand für durchschnittliche Studierende, um eine Lehrveranstaltung positiv zu absolvieren. Ein Leistungspunkt (oder Credit Point) steht für 25 Stunden Arbeitsaufwand (Präsenzzeiten, Selbststudium, Prüfungen etc.).



Den aktuellen Studienplan finden Sie auch online unter „Studieninhalte“: [fhstp.ac.at/mmk/inhalte](https://fhstp.ac.at/mmk/inhalte)





 [fhstp.ac.at](https://fhstp.ac.at)

**25 Minuten  
von Wien**

## Wissen, was morgen zählt.

Die Fachhochschule St. Pölten steht für qualitätsvolle Hochschulausbildung, Praxisbezug und Internationalität.

Fachhochschule St. Pölten GmbH  
Matthias Corvinus-Straße 15, 3100 St. Pölten  
T: +43 2742 313 228-200, F: +43 2742 313 228-339  
E: [csc@fhstp.ac.at](mailto:csc@fhstp.ac.at) | [fhstp.ac.at](https://fhstp.ac.at)

#fhstp



Version: 08/2020