

# 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. Studienjahr

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

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)