

Univ.-Lehrgang "Online Media Marketing", AE bzw. MSc
(<http://www.donau-uni.ac.at/omm>)

State-of-the-Art-Marketing hat in die Planung und Realisierung seiner Aktivitäten zunehmend die vielfältigen Möglichkeiten digitaler Peer-to-Peer-Kommunikation zu integrieren. Dabei machen zielgenaue Steuerbarkeit, detaillierte Erfolgsmessung oder partizipatorisch-reziproke Dynamisierbarkeit die Haupt-Atouts effizienten Online Marketings aus.

Vor diesem Hintergrund befasst sich der Universitätslehrgang „Online Media Marketing“ in seiner 3-semesterigen (d.i. dem „AE“-Studientypus) wie in seiner 4-semesterigen (d.i. dem „MSc“-Studientypus) Variante mit Grundlagen, Reflexionszusammenhängen und Praxisbeispielen dieser noch jungen Form effektiver (E-)Marktdurchdringung. Planung, Erstellung und Umsetzung entsprechender Konzepte, Kampagnen bzw. allgemein Kommunikationsmaßnahmen sowie dafür notwendiges generalistisches Überblickswissen in puncto Interface Design und (mobile) Web-Technologien stellen die thematischen Schwerpunkte des neuen Studienformats dar. Gecoachte Team-Projektarbeiten spiegeln dabei besonders die - professionell relevante - Praxisdimension des Social Webs wider.

Der Lehrgang wird im Blended Learning-Modus durchgeführt, d.h. als Kombination von zeitlich individuell steuerbaren Online-Lerneinheiten und modulspezifischen Präsenztagen, d.s. in vier Semestern (also der Master-Variante von „Online Media Marketing“) insges. 14 aufeinander folgende Freitage und Samstage plus 2-3 Halbtage für Projektpräsentationen sowie Präsentation bzw. Verteidigung der Master Thesen.

AbsolventInnen erwerben grundlegende wie exemplarisch vertiefte Kompetenzen für Berufsprofile wie Digital, Online oder E-Marketing Manager, E-Commerce Manager, Content oder (Web) Portal Manager, Social Media Manager, Online Communication bzw. Community Manager, Online PR-ReferentIn etc.