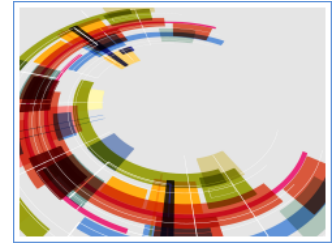


MSc Online Media Marketing

(<http://www.donau-uni.ac.at/omm>)

Univ.-Lehrgang, 4 Semester, berufsbegl., 90 ECTS,

Kosten EURO 10.900,- (4 Sem.-Raten à EURO 2.725,-)



State-of-the-Art-Marketing hat in die Planung und Realisierung seiner Aktivitäten zunehmend die vielfältigen Möglichkeiten digitaler, interaktiver 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“ 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 oder (mobile) Web-Technologien stellen die thematischen Schwerpunkte dieses mit Start am 10. Oktober 2014 zum sechsten Mal durchgeführten Studienformats dar. Gecoachte Team-Projektarbeiten spiegeln dabei etwa besonders die – nicht zuletzt auch professionell immer relevantere – Praxisdimension des Social Webs wider (vgl.a. <http://www.donau-uni.ac.at/omm/lg-proj-weblogs>), Erstellung und Approbation der individuell zu verfassenden Master Thesis dokumentieren die fundierte und eigenständige Auseinandersetzung mit sachrelevanten Fragestellungen des digitalen Marketings.

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 insges. 14 aufeinander folgende Freitage und Samstage plus 2-3 Halbtage für Projektpräsentationen sowie Präsentation bzw. Verteidigung der Master Thesen.

Die Adressaten für dieses Studium bilden Marketeers, Marketingverantwortliche und Selbstständige, die ihre Kompetenzen wie ihr berufliches Profil in Richtung Online Marketing adjustieren bzw. optimieren wollen.

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.