INFORMATIONEN ZUM STUDIENGANG

Abschluss	Master of Business Administration (MBA)
Studienformat	Berufsbegleitendes Weiterbildungsstudium in Teilzeit mit Präsenz- und Selbstlernphasen
ECTS-Punkte	90 ECTS-Punkte bei Studienabschluss
Studienbeginn	jährlich zum Sommersemester (15.03.) und zum Wintersemester (01.10.)
Studiendauer	i.d.R. 4 Semester
Studienort	OTH Amberg-Weiden, Standort Weiden
Studiengebühren	3.350 EUR pro Semester zzgl. Studentenwerksbeitrag
Voraussetzungen	Nachweis eines abgeschlossenen Hochschulstudiums (z.B. Wirtschats-, Rechts-, Geistes-, Sozial, Medien-, Ingenieurwissenschaften) Mindestens einjährige, einschlägig qualifizierte Berufserfahrung nach Abschluss des Bachelorstudiums
Bewerbung	Online über die Homepage der OTH Amberg-Weiden Bewerbungszeitraum: für das Sommersemester: 15.11. - 15.01. für das Wintersemester: 01.05. - 15.07.
Dozierende	Herausragende, praxiserfahrene Professorinnen und Professoren der OTH Amberg-Weiden, Kooperation mit der 121WATT GmbH www.121watt.de



Ihre Ansprechpersonen

OTH Professional | OTH Amberg-Weiden

Hetzenrichter Weg 15 | 92637 Weiden i.d.OPf.

oth-professional@oth-aw.de

Studiengangsleiter:

Prof. Dr. Marco Nirschl

0961 382-1310

m.nirschl@oth-aw.de

Studiengangskoordinatorin:

Dayjene Lum

09621 482-1194

d.lum@oth-aw.de

OTH PROFESSIONAL

Weiterbildung an der OTH Amberg-Weiden

oth-professional.de

DIGITAL MARKETING

WEITERBILDENDES MASTERSTUDIUM (MBA)



OTH Amberg-Weiden

JETZT SCHNELLER WEITER KOMMEN!

Vertiefen Sie Ihre fachliche Expertise und Führungskompetenz.

Mit dem berufsbegleitenden MBA-Studiengang „Digital Marketing“ der OTH Amberg-Weiden in Kooperation mit der 121WATT GmbH qualifizieren Sie sich dazu, den immer rascher fortschreitenden gesellschaftlichen, technologischen und wirtschaftlichen Wandel als Fach- und Führungskraft aktiv zu nutzen. Durch das erworbene Wissen gestalten Sie die Entwicklung neuer und die Anpassung bestehender Geschäftsmodelle, Marketingaktivitäten, Vertriebswege und digitaler Prozesse mit.

Zielgruppe

Berufstätige, die bereits ein erstes Hochschulstudium abgeschlossen haben und sich auf Führungsfunktionen im Bereich des Digital Marketings vorbereiten möchten.

Ihre Chancen und Vorteile

- Vorsprung durch „State of the Art“-Wissen
- Verbesserte Karrierechancen
- Berechtigung zur Promotion
- Aufbau eines bereichsspezifischen Netzwerks
- Systemakkreditierte staatliche Hochschule
- International anerkannter MBA-Abschluss
- 24-Stunden-Bibliothek
- Hochqualifizierte Professorinnen und Professoren und Dozierende aus der Praxis
- Individuelle und intensive Betreuung der Studierenden

STUDIENKONZEPT

Beruf und Studium – ja, das geht!

Das berufsbegleitende Weiterbildungsstudium ist speziell auf die Bedürfnisse von Berufstätigen ausgerichtet:

- Präsenzphasen in Blockwochen
- Weitgehend orts- und zeitunabhängige Erarbeitung von Studieninhalten durch Selbstlernphasen
- Aktiver Austausch mit Dozierenden und Studierenden über ein Lernmanagementsystem
- Praxisorientierte Vermittlung von Kompetenzen
- Anschaulicher Transfer der Modulinhalte in das eigene berufliche Umfeld



STUDIENPLAN (MODULÜBERSICHT)

1. Semester (15 ECTS)		
Digital Marketing Management I	Digitale Werbe- & Vertriebs-plattformen I	Digitale Inhalte I
2. Semester (15 ECTS)		
Digital Marketing Management II	Digitale Werbe- & Vertriebs-plattformen II	Digitale Inhalte II
3. Semester (20 ECTS) [1] Im Wintersemester, [2] Im Sommersemester		
Wahlpflichtmodule (Ein Modul aus jedem Kompetenzbereich)		
Interkulturelles Management & Wirtschaftsethik[2], Leadership[1], Normatives & Strategisches Management[1]	Business Intelligence & Analytics[1], Business Process & Change Management [1], Digitale Geschäftsmodelle[2]	Internettechnologie & Informations-systeme[1], Internetrecht & IT-Sicherheit[2], Business Intelligence & Analytics[1]
4. Semester (20 ECTS) Anrechnung möglich		
Wahlpflichtmodule (3 aus 5) Selbst- und Sozialkompetenz am Arbeitsplatz, Studiengang-spezifische Methodenkompetenz, Angewandte Themen des Digitalen Marketing, Projektmanagement im Digital Marketing, Angewandte Prozesse und Instrumente des Digital Marketings		
5. Semester (20 ECTS)		
Masterarbeit & Kolloquium		