

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. Wirtschafts-, 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
-------------------	--

„Für mich: digitales Know-how aus erster Hand.“

Fabian, 27 Jahre

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

Programm-Managerin:
Romy Hösl

☎ 09621 482-3139

✉ ro.hoesl@oth-aw.de



OTH PROFESSIONAL
Weiterbildung an der OTH Amberg-Weiden
oth-professional.de

DIGITAL MARKETING

BERUFSBEGLEITENDES MASTERSTUDIUM (MBA)



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 Dozierende aus der Praxis
- Individuelle und intensive Betreuung der Studierenden



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



DIGITAL MARKETING



Studienplan (Modulübersicht)

1. Semester (15 ECTS)

Digital Marketing Management I	Digitale Werbe- & Vertriebsplattformen I	Digitale Inhalte I
--------------------------------	--	--------------------

2. Semester (15 ECTS)

Digital Marketing Management II	Digitale Werbe- & Vertriebsplattformen II	Digitale Inhalte II
---------------------------------	---	---------------------

3. Semester (15 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 & Informationssysteme ¹ , Internetrecht & IT-Sicherheit ² , Business Intelligence & Analytics ¹
--	---	--

4. Semester (15 ECTS)

Anrechnung möglich

Wahlpflichtmodule (3 aus 5)

Selbst- und Sozialkompetenz am Arbeitsplatz, Studiengangsspezifische Methodenkompetenz, Angewandte Themen des Digitalen Marketing, Projektmanagement im Digital Marketing, Angewandte Prozesse und Instrumente des Digital Marketings

5. Semester (30 ECTS)

Masterarbeit & Kolloquium