



SRH Fernhochschule - The Mobile University
SPO: OMA2103

Ihr Curriculum.
Studiengang
Online Marketing
B.A.

Curriculum Bachelor of Arts (B.A.) Online Marketing

Modul	Prüfungsform	Semester					
		1	2	3	4	5	6
Pflichtmodule							
Kompetenzfeld (Online-) Marketing - Grundlagen							
Online Marketing – Grundlagen (6 ECTS)	Einsendeaufgaben (15 Seiten)	6					
Marketing (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten) oder Einsendepräsentation (15 Folien plus Erläuterungen)	6					
Digitale Marketingstrategien (6 ECTS)	Fallstudie (20 Seiten)		6				
Interaction Design & User Experience (6 ECTS)	Einsendepräsentation (15 Folien plus Erläuterungen)		6				
Employer Branding (6 ECTS)	Einsendeaufgaben (15 Seiten)			6			
Mediaplanung und -controlling (6 ECTS)	Fallstudie (20 Seiten)				6		
Kompetenzfeld Instrumente des Online Marketing							
Social Media (6 ECTS)	Fallstudie (20 Seiten)		6				
Content Marketing (6 ECTS)	Klausur (120 Minuten)			6			
Search Engine Optimization (SEO) (6 ECTS)	Einsendeaufgaben (15 Seiten)			6			
Search Engine Advertising (SEA) (6 ECTS)	Online-Test (60-120 Minuten)				6		
E-Commerce & Digital Sales (6 ECTS)	Klausur (120 Minuten) oder Einsendeaufgaben (15 Seiten)				6		
Performance Marketing im digitalen Kontext / Web Analytics (6 ECTS)	Einsendeaufgaben (15 Seiten)					6	
Kompetenzfeld Querschnittskompetenzen							
Markt- und Werbepsychologie (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)		6				
Big Data & Smart Services (6 ECTS)	Fallstudie (20 Seiten)			6			
Mediengestaltung (6 ECTS)	Einsendepräsentation (15 Folien plus Erläuterungen)				6		
Internet- und Medienrecht und Datenschutz (6 ECTS)	Einsendeaufgaben (15 Seiten)				6		
Kompetenzfeld Wirtschaftswissenschaften und Management							
Allgemeine Betriebswirtschaftslehre (6 ECTS)	Klausur (120 Minuten)	6					
Selbstmanagement (6 ECTS)	Klausur (180 Minuten)	6					
Agiles Projektmanagement (6 ECTS)	Fallstudie (20 Seiten)			6			
Kompetenzfeld Wissenschaftliches Arbeiten							
Wissenschaftliches Arbeiten (6 ECTS)	Online-Test (60-120 Minuten)	6					
Qualitative und Quantitative Forschungsmethoden (6 ECTS)	Einsendeaufgaben (15 Seiten)						6
Theorie-Praxis-Transfer (OMA) (6 ECTS)	Blog-Prüfung oder Hausarbeit (20 Seiten)		6				
Praxisprojekt (OMA) (12 ECTS)	Projektprüfung (30 Seiten)						12
Abschlussarbeit (OMA) (12 ECTS)	Bachelor Thesis (60 Seiten)						12
Wahlmodule Die Studierenden wählen im 5. Semester 4 Module aus dem folgenden Katalog aus.							24
Wahlbereich Management							
Business in English (engl.) (6 ECTS)	Online-Test (60-120 Minuten)						
Digitale Transformation und Geschäftsmodelle (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)						
Kommunikation und Führung (6 ECTS)	Einsendeaufgaben (15 Seiten)						
Künstliche Intelligenz (6 ECTS)	Fallstudie (20 Seiten)						
Märkte und Branchen (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)						
New Work in der Organisationsentwicklung (6 ECTS)	Präsentation (20 Minuten)						
Personal und Organisation (6 ECTS)	Klausur (120 Minuten) oder Einsendepräsentation (15 Folien plus Erläuterungen)						
Rechnungswesen und Finanzwirtschaft (6 ECTS)	Klausur (120 Minuten)						
Unternehmensführung (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)						
Unternehmenskultur und Wirtschaftsethik (6 ECTS)	Fallstudie (20 Seiten)						
Wahlbereich (Online) Marketing							
Dienstleistungen und Service Management (6 ECTS)	Einsendeaufgaben (15 Seiten)						
Digital Media Management (6 ECTS)	Einsendeaufgaben (15 Seiten)						
Distribution und Vertrieb (6 ECTS)	Einsendeaufgaben (15 Seiten)						
Eventmarketing und -management (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)						
Interne und externe Unternehmenskommunikation (6 ECTS)	Präsentation (20 Minuten) und Reflexionsbericht						
Kulturvergleichendes Marketing (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)						

Produktpolitik und Innovationsmanagement (6 ECTS)	Einsendeaufgaben (15 Seiten)						
Web-Design und -Ergonomie (6 ECTS)	Einsendeaufgaben (15 Seiten)						
Werbepolitik und Preisgestaltung (6 ECTS)	Einsendeaufgaben (15 Seiten)						
Credits Gesamt	180	30	30	30	30	30	30