

Studienbeginn und -dauer

Der Studienbeginn erfolgt zum Wintersemester. Die Regelstudienzeit beträgt drei Semester.

Studierende mit einem 6-semesterigen Erststudium können die fehlenden 30 ECTS während des Masterstudiums nachholen - durch ein Auslandssemester, eine Praxisphase oder zusätzliche Wahlmodule.

Immatrikulation

Der Studiengang ist zulassungsfrei, ohne NC. Das heißt, Sie müssen sich innerhalb der jeweiligen Frist bewerben und die Voraussetzungen erfüllen, um einen Studienplatz zu erhalten.

Erster berufsqualifizierender Hochschulabschluss (i.d.R. Bachelorabschluss) mit einer Regelstudienzeit von 7 Semestern (210 ECTS) in der Fachrichtung BWL oder in einem verwandten Studiengang, der einen Fächeranteil von mind. 50% Betriebswirtschaftslehre aufweist, mind. 8 CrP in Mathe/Statistik, Nachweis englischer Sprachkenntnisse auf dem Niveau B2 des Europäischen Referenzrahmens für Sprachen.

Für internationale Bewerber*innen: Nachweis deutscher Sprachkenntnisse (350 Kursstunden).

Unter go.thm.de/immatrikulation erhalten Sie weiterführende Informationen zum Immatrikulationsprozess. Für Ihre Immatrikulation nutzen Sie bitte das Portal „E-Campus“ der THM unter <https://ecampus.thm.de>.

Fristen für die Online-Immatrikulation:

- 17. Juli bis 20. September (Wintersemester)

Wenn Sie weitere Fragen zur Einschreibung/Immatrikulation haben, wenden Sie sich bitte an das Studiensekretariat.

Studienabschluss

Das Studium schließt mit dem akademischen Grad Master of Science (M.Sc.) ab.



Kontakt

Technische Hochschule Mittelhessen
Wiesenstraße 14
35390 Giessen

InfoLine: 0641/309-7777
info@thm.de

Weitergehende Beratungsmöglichkeiten

Zentrale Studienberatung

Tel 0641/309-7777
Gebäude A10, 1. OG
studienberatung@thm.de

Fachbezogene Beratung/Bewerbung

Studiengangskoordination
Rieke Feierabend
Gebäude C50, Raum 1.08
Tel 0641/309-2707
rieko.feierabend@w.thm.de

go.thm.de/dima-master

www.thm.de/w/dima

www.thm.de



DIGITAL AND INTERNATIONAL MARKETING

Master of Science

THM Business School
Campus Gießen

Der Masterstudiengang DIGITAL AND INTERNATIONAL MARKETING



Talente und Technik für das Marketing der Zukunft: Internationale Märkte verstehen, digitales Marketing anwenden, erfolgreich Marken führen.

Möchten Sie in Ihrem Marketing-Studium die beiden Megatrends Digitalisierung und Internationalisierung verknüpfen? Dann ist der Master Digital and International Marketing genau das Richtige für Sie. Der bilinguale Masterstudiengang richtet sich an marketingbegeisterte Studierende oder junge Berufstätige, die ...

- sich für den digitalen Wandel und unterschiedliche Kulturen interessieren,
- Lust auf ein kreatives und gleichzeitig analytisches Studium mit viel Anwendungsbezug und
- Spaß an Projekt- und Teamarbeit – auch in internationalen Teams – in einem persönlichen Umfeld haben.

Perspektiven

Durch die hohe Praxisorientierung des Studiengangs knüpfen viele Studierende bereits während des Studiums Kontakte zu Unternehmen, z.B. im Rahmen ihrer Projekte, Praktika und der Master-Thesis. Nach dem Masterabschluss können Sie in unterschiedlichen Funktionen und Branchen Karriere machen. Unsere Absolvent*innen arbeiten häufig im ...

- digitalen Marketing, z.B. als Digital Marketing oder Social Media Manager,
- Marken- und Produktmanagement, z.B. als Brand Manager oder im
- Vertrieb und Business Development, z.B. als Key Account Manager.

und in verschiedenen Branchen und Umfeldern, wie z.B.

- bei E-Commerce-, Online- und Social Media-Unternehmen,
- bei international tätigen Konsumgüter- und Industrieunternehmen,
- in Marketing-, Werbe- und Media-Agenturen und
- für Software- und Technologieanbieter.

Studieninhalte

In unserem Masterprogramm lernen Sie, wie Unternehmen und Marken ...

- über passgenauen Content und geeignete Kanäle ihre Zielgruppen am besten erreichen,
- optimal digitale Technologien und Plattformen nutzen,
- erfolgreich internationale Märkte bearbeiten,
- Marketing-, Marktforschungs- und Analyseinstrumente zielorientiert einsetzen und
- wie sich kulturelle Unterschiede auf effektive Markenführung, Vertrieb und Kommunikation auswirken.

Bei uns erwartet Sie ein praxisorientiertes Studium mit vielen Projekten, Übungen und Fallstudien. Sie studieren bilingual, wobei der Anteil englischsprachiger Module im Schwerpunkt International Marketing deutlich höher liegt. Darüber hinaus haben Sie - alternativ zu einem klassischen Auslandssemester - die Möglichkeit zu einem Double Degree mit der Edinburgh Napier University.

Studienprogramm

Im Folgenden sind die Lehrveranstaltungen des Studiengangs aufgeführt. Die Zahlen geben den Umfang der Veranstaltung pro Woche bzw. die Credit Points an, die Sie für die erfolgreiche Teilnahme an der Veranstaltung bekommen. Je nach Schwerpunktwahl legen Sie einen stärkeren Fokus auf Aspekte des digitalen oder internationalen Marketing.

MODULE FÜR BEIDE SCHWERPUNKTE		SWS	CrP
1. SEMESTER	Digitales Marketing (Digital Marketing)	3	3
	International Marketing (International Marketing)	4	6
	Statistische Analyse von Konsumenten- und Nutzerdaten (Statistics for Consumer and User Research)	4	6
	Internationale Marketingforschung (International Marketing Research)	4	6
	Strategisches Management (Strategic Management)	4	6
		20	30

Schwerpunkt Digital Marketing

MODULE		SWS	CrP
2. SEMESTER	Digitale Kampagnenplanung und -steuerung (Digital Campaign Planning and Monitoring)	4	6
	Social Media/Digital Marketing Projekt (Social Media/Digital Marketing Project)	4	6
	E-Commerce and Data-Driven Marketing (E-Commerce and Data-Driven Marketing)	4	6
	Digitale Markenführung und Kommunikation (Digital Brand Management & Communication)	4	6
	Digitale Geschäftsmodelle (Digital Business Models)	4	6
		20	30

Schwerpunkt International Marketing

MODULE		SWS	CrP
2. SEMESTER	Social Media/Digital Marketing Projekt (Social Media/Digital Marketing Project)	4	6
	Interkulturelles Konsumentenverhalten (Cross-Cultural Consumer Behavior)	4	6
	Ausgewählte internationale Marketing- und Management-Themen (Selected Topics in International Marketing and Management)	2	3
	Führungskompetenz und interkulturelle Kommunikation (Leadership and International Communication)	2	3
	Internationales Vertriebsmanagement (Internationales Sales Management)	4	6
Innovations- und Change Management (Innovation and Change Management)	4	6	
		20	30

MODULE FÜR BEIDE SCHWERPUNKTE		SWS	CrP
3.	Masterarbeit (Master Thesis)	27	
	Thesis-Seminar (Thesis Seminar)	3	
		30	

SWS = Semesterwochenstunden | CrP = Creditpoints
Semesterwochenstunde = Unterrichtseinheit à 45 Min./Woche