



News Master International Marketing (MAIM)

Dipl.oec.troph., MBA Rieke Feierabend
Koordinatorin MBA & Master International Marketing



Einige der MAIM-WS-2022/23-Studierenden beim Welcome Day

■ In den Studiengang MSc. International Marketing wurden 24 Studierende aus 5 Ländern zum Wintersemester 2022/23 eingeschrieben. Neben Deutschland und Osteuropa sind wir froh, auch jeweils eine Person aus der Türkei und Brasilien dabei zu haben. 11 Studierende haben bereits ihren Bachelor an der THM gemacht, davon die Mehrheit am Fachbereich Wirtschaft, aber auch am Fachbereich MNI (BA Social Media Systems).

Im vergangenen Wintersemester 2021/22 haben die MAIM-Studierenden drei praktische Projekte durchgeführt: Eyetracking bei Hornbach und Emotional Tracking mit der Software Tawny sowie Chatbot-Forschung gemeinsam mit unserem Doktoranden, Herrn Haupt. In dieser Ausgabe finden Sie noch mehr zu Herrn Haupt's Forschungsprojekt. Im Sommersemester 2022 sind vier Digital Marketing-Projekte praktisch umgesetzt worden. Die Kooperationspartner, das Ochsenfest Wetzlar, der Lahntal-Touris-

mus, der HD Werkzeugmaschinenhandel und die Veranstalter von Wetzlars Goethe-Jahr waren von der studentischen Social-Media Unterstützung begeistert. Ein anderes Highlight war im Juni 2022 der Besuch von Tim Nolte, Alumni des Master Personalmanagement, und Andreas Diez, von Accenture, einem global führenden Beratungsunternehmen für Strategie, Management Consulting, Digitalisierung, Technologie, Outsourcing und Business Transformation mit 674.000 (!) Mitarbeitern weltweit. In einem interaktiven Workshop gaben sie den Studierenden des MAIM und des MAP Einblicke in die Welt des Design Thinking und die Umsetzung bei Accenture.

Im Sommer beschäftigte sich das MAIM-Team mit den finalen Vorbereitungen zum PO-Wechsel: Der "MAIM" wird zum "DIMA", also zum Master of Digital and International Marketing. Erstmals wird der neue Master zum WiSe 23/24 starten

und neben dem bewährten Schwerpunkt International Marketing mit Digital Marketing einen zweiten Schwerpunkt anbieten. Mit dem neu-berufenen Prof. Dr. Simon Kiesel haben wir hierfür einen absoluten Experten gewinnen können. Prof. Dr. Wannow erläutert die Details in dieser Ausgabe. Ein anderes Projekt im PO-Zusammenhang ist die anstehende Studien-Interessenten-Akquise und das Updaten von Homepage-Inhalten.

Das akademische Level der Master-Abschlussarbeiten war diesjährig wieder sehr gut. Hervorzuheben sind gelungene, praktisch orientierte Arbeiten zusammen mit Unternehmen, aber auch die Thesis-Mitarbeit an Forschungsprojekten des MAIM-Teams. So können wir stolz sein, dass unsere Alumna, Frau Eliana Esposito, die Erkenntnisse zum Thema Markenaktivismus zusammen mit unserem Doktoranden Martin Haupt auf der EMAC Annual Conference 2022 in Budapest präsentieren konnte.

Da dieses Jahr wieder zwei MAIM-Absolventensemester gemeinsam feiern, wurde die Abschlussfeier am 3. November ein freudiges Wiedersehen für viele. Obwohl in alle Winde verstreut, haben 15 MAIM Studierende nebst Anhang den Weg nach Gießen gefunden. Das macht uns sehr stolz. Liebe Grüße auch an alle anderen, die es terminlich nicht geschafft haben. Wir wünschen einen erfolgreichen Berufsstart! Wie würden uns freuen, wenn ihr den Master mit dem neuen Schwerpunkt weiterempfehlen würdet, damit wir viele Studierende im nächsten Jahr begrüßen können. ■



Master-Studierende setzen ihr Wissen aus dem Modul Digitales Marketing live um

Martin Haupt
Wissenschaftlicher Mitarbeiter und Doktorand

■ Auch dieses Jahr durften die Studierenden des Masterkurses International Marketing im Rahmen des Moduls „Digital Marketing“ direkt in der Praxis aktiv werden und ihre Kenntnisse und Fertigkeiten aus der Theorie live anwenden. Im Sommersemester 2022 fanden dabei vier große Projekte mit unseren Praxispartnern statt:

- Ochsenfest Wetzlar: Digitale Begleitung und Vermarktung
- Lahntal-Tourismus: Erstellung virtueller TravelGuide und Blog-Promotion
- HD Werkzeugmaschinenhandel: Digitale Akquise und Support für eine digitale „Live-Auktion“
- Wetzlarer Goethe-Sommer (250 Jahre Goethe in Wetzlar): Digitale Promotion der Events

Unterstützt von ihren Betreuern Prof. Dr. Jan Freidank, Andreas Deublein und Martin Haupt haben die Studierenden in

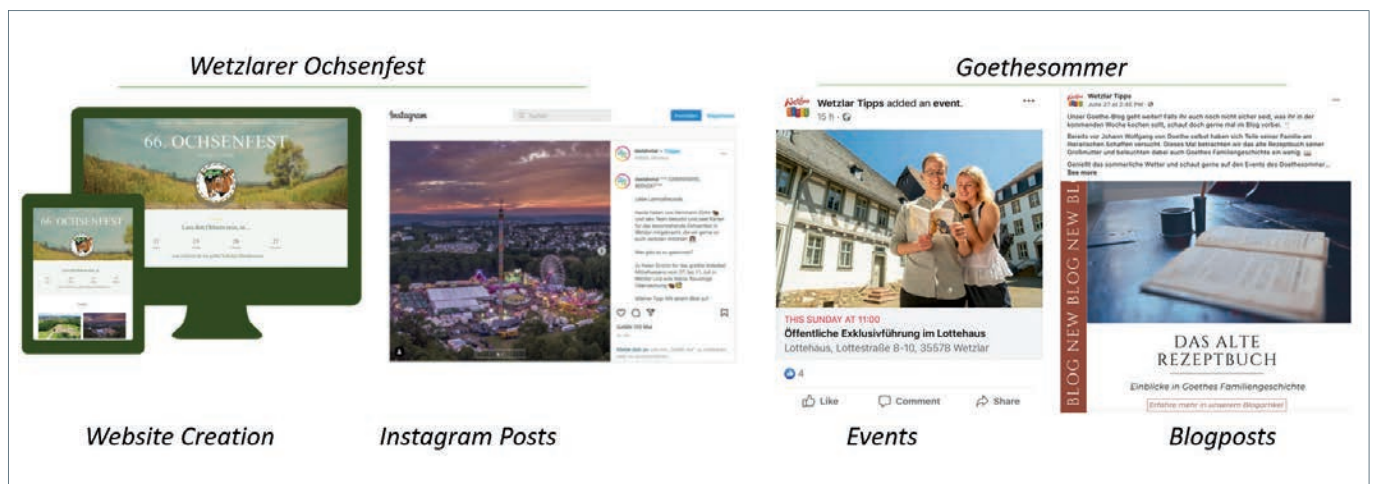
den vier Teams die Ausgangslage analysiert und die Projektziele aufgestellt. Danach haben sie eine passende Marketing- und Content-Strategie entwickelt, und dieses Paket mit dem Projektpartner besprochen. Nach dem „Go“ wurden Inhalte entwickelt – zum Beispiel Videos, Posts oder Reels für Social Media (z.B. Facebook, Instagram oder TikTok), Texte und Bilder für Blogbeiträge oder auch Websites und Formulare (z.B. für Teilnehmer einer digitalen Auktion).

Jedes der vier Projekte war „live“ und oftmals mit engen Zeitfenstern versehen. So hatte beispielsweise das Team „Ochsenfest“ nur ein paar Wochen, um die Event-Webseite zu gestalten und die Promotion dafür aufzubauen.

Zudem haben die Studierenden die Performance ihrer Maßnahmen und Kanäle analysiert und daraufhin die Projekte angepasst und verbessert.

Die Ergebnisse konnten sich sehen lassen: Das Team vom Lahntal-Tourismus erreichte mit ihren Instagram-Posts bis zu 11.500 Plays und oftmals über 500 Likes. Beim Team Goethesommer kamen über 250 neue Follower auf Instagram hinzu und 21.800 individuelle Accounts haben mindestens einen Beitrag des Projekts gesehen. Die Auktions-Webseite des HD-Werkzeugmaschinenhandel wurde fast 1.300 mal aufgerufen, sehr beachtlich in einem so speziellen Business-to-Business-Bereich. Das Team zur Unterstützung des Ochsenfests in Wetzlar hat sich auch an TikTok herangetraut und innerhalb kürzester Zeit bis zu 1318 Views mit einem ihrer Videos generiert.

Ein großes Dankeschön an alle Teams für ihren Einsatz und natürlich auch an die Praxispartner, die uns immer wieder die Möglichkeit geben, solch spannende und praxis-relevante Projekte durchzuführen. ■



In den Projekten setzen die Studierenden vielfältige digitale Aktivitäten um.



Der Master International Marketing wird zum Master Digital and International Marketing

Prof. Dr. Stefanie Wannow
 Leiterin des Masterstudiengangs International Marketing

■ Social Media, Smartphones und neue Technologien haben unser Informations-, Kommunikations- und letztendlich Konsumverhalten dramatisch verändert. Durch die Globalisierung stehen Unternehmen heute zudem in einem internationalen und dynamischen Wettbewerb. Um diesen Entwicklungen gerecht zu werden und unsere Studierende in Zukunft noch besser auf den Arbeitsmarkt vorzubereiten, erhält unser Marketing-Master einen zweiten Schwerpunkt: Digital Marketing.

Ab dem Wintersemester 2023/24 haben die Studierenden im 2. Semester die Wahl, ob sie ihr Wissen und ihre Kompetenzen in Digital Marketing oder in International Marketing vertiefen möchten. In einem ersten gemeinsamen Semester belegen alle Studierenden im Marketing-Master die gleichen Module (z.B. Grundlagen des digitalen Marketings, International Marketing und International Marketing Research). **Im neuen Schwerpunkt Digital Marketing** erwarten die Studierenden dann spannende Inhalte wie digitale Kampagnenplanung und -steuerung, E-Commerce und Data-Driven Marketing sowie digitale Markenführung und -Kommunikation. Besonders freuen wir uns, dass wir mit **Prof. Dr. Simon Kiesel** einen ausgewiesenen Experten für digitales Marketing im Marketing-Team der THM Business School und im weiterentwickelten Master begrüßen dürfen!

Studierende, die sich besonders für internationale und interkulturelle Fragestellungen des Marketings sowie Konsumentenverhalten interessieren, finden im **International Marketing-Schwerpunkt** weiterhin das passende Studienprogramm. Dort erwartet die Studierenden das bewährte „MAIM-Programm“, das über die Jahre immer wieder aktualisiert wurde. Auch hier kommen digitale Inhalte nicht zu kurz, wie z.B. in einem Social Media-Projekt. Darüber hinaus bieten wir spezialisierte Module wie Cross-Cultural Consumer Behavior, International Sales Management sowie Innovation and Change Management. Die hohe Qualität des Studiums wurde uns auch von den Studierenden bestätigt, z.B. im letzten CHE-Ranking oder auf Studycheck.

Unabhängig vom gewählten Schwerpunkt bieten wir den Marketing-Studierenden einen Master, der die Megatrends Globalisierung und Digitalisierung in einem Programm vereint und folgende Vorteile bietet:

- Anwendungsorientierte Vermittlung digitaler Marketing-Strategien und -Instrumente
- Studium auf Englisch und Deutsch und Skills für internationale Marketingaufgaben
- Flexibles Studium durch Schwerpunktwahl und gezielter Einsatz von digitalen Lernformaten ergänzend zum Präsenzunterricht
- Hohe Praxisorientierung durch Projekte und Fallstudien
- Möglichkeit zum Double Degree mit der Napier University in Edinburgh
- Studieren in persönlicher Atmosphäre

Wir freuen uns, Sie zum Master of Digital und International Marketing (DIMA) zu beraten. Frau Feierabend (riek.e.feierabend@w.thm.de) und ich (stefanie.wannow@w.thm.de) stehen Ihnen gerne für Fragen zur Verfügung.

Wir heißen alle marketingbegeisterte Studierende herzlich willkommen! ■

1. Semester (für alle)		2. Semester (SP International Marketing)		2. Semester (SP Digital Marketing)	
Module	CrP	Module	CrP	Module	CrP
Grundlagen Digital Marketing	6	Cross-Cultural Consumer Behavior	6	E-Commerce and Data-Driven Marketing	6
International Marketing	6	Leadership & Intercultural Communication	3	Digitale Kampagnenplanung u. -Steuerung	6
Statistics for Consumer and User Research	6	International Sales Mgmt	6	Digital Brand Mgmt & Communication	6
International Marketing Research	6	Innovation and Change Mgmt	6	Digitale Geschäftsmodelle	6
Strategic Management	6	Current Topics in Intern. Marketing & Mgmt	3	Social Media Project	6
		Social Media Project	6		

3. Semester: Optional (Praktikum, Auslandssemester, Zusatzmodule)

3./4. Semester: Thesis Seminar und Master Thesis