



PROFIL

Der Masterstudiengang Marketing-Management Digital bereitet auf Fach- und Führungsaufgaben im Produkt-, Vertriebs- oder Kommunikationsmanagement eines technologisch geprägten Unternehmens in Industrie oder Dienstleistung vor. Operative und vor allem strategische Fragestellungen für das Management charakterisieren den Studiengang.

Der Studiengang kombiniert **Wissen und Kompetenzen** aus Marketing-Management, Recht, IT und Design. Ein **Wahlangebot** vermittelt **Special Skills** für interkulturelle Kommunikation, gesellschaftliche Fragen der Digitalisierung, New Work und Business Planning.

Der Masterstudiengang Marketing-Management Digital (MMD) ist ein **Teilzeitstudiengang in fünf Semestern**. Die Lehrveranstaltungen umfassen in den ersten vier Semestern 14 bis 16 Semesterwochenstunden. Pro Semester erwerben die Studierenden zwischen 15 und 20 Credit Points.

Die **Vorlesungen** werden in der Regel auf drei Wochentage konzentriert (Mittwoch, Donnerstag und Freitag). Montags und dienstags finden keine Lehrveranstaltungen statt.

Der Studiengang ist ein **Präsenzstudiengang**, der durch Onlineformate ergänzt wird. Die Lehrsprache ist Deutsch, einzelne Module können in englischer Sprache angeboten werden. Ein **Praktikums- oder Auslandssemester** ist nicht vorgesehen. Die Lehrveranstaltungen finden im Gebäude der School of Business am Campus am Roten Tor statt.

Nach erfolgreichem **Abschluss** erhalten die Studierenden den akademischen Grad Master of Arts (M.A.)

STUDIENPLAN UND MODULE

1. Semester (Wintersemester)

Business Profiling	Digital Business	Markt- und Wettbewerbsanalyse	Marketing-kommunikation und Markenmanagement
--------------------	------------------	-------------------------------	--

2. Semester (Sommersemester)

Produkt- und Service-Management	Datenschutz und Social-Media-Recht	Information Technologies und Digital Design	E-Commerce
---------------------------------	------------------------------------	---	------------

3. Semester (Wintersemester)

Data Science und Scientific Computing	Gewerblicher Rechtsschutz	Digital Marketing Strategy / Instruments 1	Special Skills Teil 1** (Wahlmodul)
---------------------------------------	---------------------------	--	-------------------------------------

4. Semester (Sommersemester)

Digital Marketing Strategy / Instruments 2	Masterprojekt*	Special Skills Teil 2** (Wahlmodul)
--	----------------	-------------------------------------

5. Semester (Wintersemester)

Masterarbeit

Regulär: Module mit 4 Semesterwochenstunden und 5 Credit Points
 *8 SWS und 10 CP / **beide Teile zusammen ergeben 4 SWS und 5 CP

BEWERBUNG

Voraussetzungen für die Bewerbung:

- Erfolgreicher Abschluss eines wirtschafts-, ingenieur-, medien- oder sozialwissenschaftlichen Bachelorstudiengangs mit **210 Credit Points (ECTS)** und einer **Gesamtnote von 2,5 oder besser**.
- Bei einem Abschluss in einem nicht betriebswirtschaftlichen Studiengang müssen mindestens **30 Credit Points aus betriebswirtschaftlichen Modulen** nachgewiesen werden.
- Bei einem Bachelorabschluss mit **180 Credit Points** müssen die fehlenden 30 Credit Points bis spätestens zum Ende des ersten Studienjahres nachgereicht bzw. nachgeholt werden.
- Sehr hohe **Motivation** für Aufgaben im Produkt-, Vertriebs- oder Kommunikationsmanagement eines technologisch geprägten Unternehmens in Industrie oder Dienstleistung.

Ein Studienbeginn ist jeweils zum Wintersemester möglich. Der **Bewerbungszeitraum beginnt am 2. Mai und endet am 15. Juni** jeden Jahres. Die Bewerbung ist nur online und über die Website der Technischen Hochschule Augsburg möglich.

Der Masterstudiengang Marketing-Management Digital ist **zulassungsbeschränkt** und hat eine begrenzte Anzahl an Studienplätzen. Die Auswahl erfolgt über ein Scoringverfahren.

Alle Informationen zu den Voraussetzungen, Anrechnungen, Sprachkenntnissen und zum Eignungs- und Zulassungsverfahren finden Sie auf der Website des Studiengangs (www.tha.de/mmd) unter FAQ und in der Studien- und Prüfungsordnung.



STUDIERN IN AUGSBURG

Augsburg liegt im Süden Deutschlands, hat eine über 2000-jährige Geschichte und ist mit rund 300.000 Einwohnern die drittgrößte Stadt Bayerns. Augsburg ist Mozartstadt, Geburtsort von Bertold Brecht, Heimat der berühmten Augsburger Puppenkiste und Sitz der Fuggerei, der ältesten Sozialsiedlung der Welt. Dazu kommen eine bunte Kulturszene, Clubs und gemütliche Biergärten. Das Voralpenland, Seen und Berge liegen vor der Haustür. Biken, Wandern, Klettern und Wassersport sind besonders beliebt. Und wer Spitzensport liebt, kann die Profis im Fußball, Eishockey und Wildwasserkanu direkt vor Ort anfeuern.

Die Technische Hochschule Augsburg (THA) ist mit über 7.000 Studierenden aus mehr als 80 Ländern und rund 170 Partnerhochschulen im Ausland eine der größten Hochschulen für Angewandte Wissenschaften in Bayern. Sie bietet Bachelor- und Masterprogramme an sechs Fakultäten und an der School of Business.

An der School of Business der THA studieren 1.800 junge Menschen in vier Bachelor- und sechs Masterprogrammen. Moderne Lehre, anwendungsorientierte Forschung, hohe Praxisorientierung, beste Infrastruktur und eine familiäre Atmosphäre prägen Studium und Lehre. Die Studierenden erwerben Zukunftskompetenzen, die sie als gefragte und führungsstarke Persönlichkeiten in Management, Unternehmertum und Gesellschaft heute und vor allem morgen brauchen.

KONTAKT UND INFORMATIONEN

**Fachstudienberatung
für inhaltliche Fragen
zum Studiengang**
Prof. Dr. Manfred Uhl
Studiengangleitung
mmd.wirtschaft@tha.de
manfred.uhl@tha.de

**Zentrale Studienberatung
für allgemeine Fragen
zum Studium**
Dr. Ulrike Fink-Heuberger
und Daniela Both
studienberatung@tha.de
T +49 821 5586-3273
T +49 821 5586-3278

www.tha.de/mmd
Instagram: [mmd.tha_](https://www.instagram.com/mmd.tha_)

Technische Hochschule
Augsburg
School of Business
An der Hochschule 1
86161 Augsburg
www.tha.de



THA School
of Business

Ausgabe: 06/2024 THA | Fotos: Daniel Fürst / hoch3media | Gestaltung: wppt.de

MARKETING- MANAGEMENT DIGITAL

Masterstudiengang