

# Module & Credits im Überblick

## Hochschulabschluss: Bachelor of Arts (B.A.) – 180 Credits

Bachelor-Thesis	12
-----------------	----

### Online-Marketing Deep Dive [Wahl 2 aus 3]

Digital Branding und Nudging		Digital Commerce und Management	
Online Brand Management	6	E-Business Management	6
Verhaltensökonomie im Online-Marketing	6	Customer Relationship, Data und Platform Management	6
User Experience und Consumer Research			
Grundlagen User Experience und Usability	6		
Online Consumer Research	6		

### Online-Marketing-Insights

Business Intelligence und Analytics	8	Customer Experience Management	6
Digital Entrepreneurship	8	Markt- und Werbepsychologie	8

### Online-Marketing-Toolset

Einführung in das Online-Marketing	8	Digital-Content-Marketing und Storytelling	6
Suchmaschinenmarketing	8	Mobile-Marketing und App Development	6
E-Business und Direct-Marketing	8	Social-Media- und Influencer-Marketing	8

### Online-Marketing-Basics

Einführung in das Studium und wissenschaftliches Arbeiten	6	Datenschutzrecht	6
Forschungsmethoden und Statistik	6	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	6
English for Business	6	Marketing	8
Digitale Technologien	8	Einführung in die Medien- und Kommunikationswissenschaft	6
Projektmanagement	6	Kostenrechnung und Controlling	6
Digitale Geschäftsmodelle und Strategien	6		