



Jonas Schmalenbrock
DEC-Absolvent

„Nach Abgabe meiner Thesis bin ich als Junior Digital Marketing Consultant eingestiegen. Meine Aufgaben sind super interessant und vielfältig.

Es gefällt mir sehr, dass ich in dem Job so ziemlich alle Aufgabenfelder des digitalen Marketings von Social Media über Suchmaschinenmarketing, Website Relaunches und Optimierungen bis hin zu digitalem Dialogmarketing und Marketing Automation anwenden kann. Und der Master DEC hat mich hier wirklich sehr gut vorbereitet!“

ANSPRECHPARTNER

Fakultät Medien

Prof. Dr. Christopher Zerres
christopher.zerres@hs-offenburg.de

Zentrale Studienberatung

Klara Buchner
studienberatung@hs-offenburg.de

Hochschule Offenburg | Badstraße 24 | 77652 Offenburg
www.hs-offenburg.de/dec

FÄCHERÜBERGREIFENDE THEMEN

Im Master-Studiengang Dialogmarketing und E-Commerce werden die Studierenden aktiv in die Forschung in den Laboren der Fakultäten Betriebswirtschaft und Wirtschaftsingenieurwesen sowie Medien eingeführt und in laufende Projekte eingebunden.

Durch die Kooperation mit verschiedenen internationalen Hochschulen und Unternehmen sammeln die Studierenden praktische Erfahrungen in der interkulturellen Kommunikation und Projektmanagement.

Qualifikationen aus dem Studium

- Berufsqualifizierende Kenntnisse zum Thema Dialogmarketing und E-Commerce
- Professionelle Projektmanagement-Kompetenzen
- Überfachliche Kompetenzen für ein verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln

NACHFRAGE AUS DER PRAXIS

Zahlreiche kleine und mittelständige Unternehmen haben derzeit Bedarf an Kompetenzen im Bereich Multi-Channel-Management für eine globale Kommunikation, für den Vertrieb und für die Optimierung ihrer Logistik. Der Studiengang Dialogmarketing und E-Commerce vermittelt anwendungsorientiert diese interdisziplinären Kompetenzen.

Der Einstieg der Studierenden in das Berufsleben wird durch kooperative Abschlussarbeiten vorbereitet. Die Absolventen/-innen können überregional in allen Branchen als Spezialisten für Aufgabenstellungen im Multi-Channel-Management tätig werden. Ihnen bieten sich leitende Positionen unter anderem im Marketing und Vertrieb, z.B. als Multi-Channel-Manager/in.

DIALOGMARKETING UND E-COMMERCE

Master-Studiengang



STUDIENGANG

Der Master-Studiengang Dialogmarketing und E-Commerce richtet sich mit seinen Inhalten an Bachelorabsolventen und Bachelorabsolventinnen aus Studienrichtungen mit Schwerpunkten im Bereich Marketing, Medien und Informationstechnologien. Der interdisziplinäre Ansatz ermöglicht den Studierenden eine Vernetzung ihres Wissens aus unterschiedlichen Kompetenzfeldern. Der Fokus liegt auf der Konzeption und Gestaltung der Kommunikation und Interaktion mit dem Kunden über unterschiedliche Kanäle.

Das dreisemestrige Studium enthält einen Block zum Thema Dialogmarketing und einen zum Thema E-Commerce. In der Masterthesis führen die Studierenden eine wissenschaftliche Untersuchung zu ihren beiden Schwerpunktthemen durch.

Vorteile des Studiengangs

- Einzigartiges Ausbildungsprofil an der Schnittstelle zwischen Dialogmarketing und E-Commerce
- Möglichkeit einer akademischen Karriere, z. B. eine anschließende Promotion
- Spezifisches, in der Wirtschaft stark nachgefragtes und zukunftsorientiertes Berufsbild

Dialogmarketing

Die Studierenden erlernen die Grundzüge der Marketingkommunikation und können die Prinzipien und Prozesse auf ein vernetztes Multi-Channel-Marketing übertragen und umsetzen. Sie lernen, wie wichtig es ist, die verschiedenen Medien miteinander zu verknüpfen. Sie wenden ihr Wissen in eigenen Projekten an und optimieren den Einsatz der Kommunikationsbudgets für die Unternehmen. Die Studierenden werden mit dem Customer-Relationship-Management vertraut gemacht und erarbeiten im Rahmen eigener Marketing-Projekte Lösungsansätze und Handlungsempfehlungen für Unternehmen in verschiedensten Branchen.



DER ABLAUF

Dialogmarketing und E-Commerce (DEC) kann zum Winter- und Sommersemester begonnen werden, dauert drei Semester und beinhaltet 90 ECTS nach dem European Credit Transfer System. Ein Semester widmet sich dem Thema E-Commerce, eines dem Dialogmarketing, das dritte Semester umfasst die Erstellung der Masterthesis. Der überwiegende Teil der Vorlesungen und Labore wird am Campus Gengenbach der Hochschule Offenburg angeboten.

Abschlussgrad	Master of Science, M. Sc.
Unterrichtssprache	Deutsch (einige Veranstaltungen in Englisch)
Regelstudienzeit	3 Semester
Studienbeginn	Sommersemester/Wintersemester
Bewerbungsschluss	15. Januar / 15. Juli
Vorpraktikum	nicht erforderlich
Auswahlverfahren	Ja
ECTS	90 Credits

Zulassungsvoraussetzungen

Voraussetzung zur Zulassung ist der Abschluss eines einschlägigen Bachelorstudiengangs (Informationstechnologie, Medien- oder Wirtschaftswissenschaften) mit 210 ECTS. Ein Übergangsmodul von 30 ECTS ermöglicht auch die Zulassung Studierender mit nur 180 ECTS.

E-Commerce

Die Studierenden lernen die verschiedenen Vertriebskanäle miteinander zu verknüpfen und so einen professionellen Multi-Channel-Commerce umzusetzen. Sie erproben die Methoden zur Untersuchung der User Experience und erlernen die spezifischen Prozesse der Mensch-Maschine-Interaktionen.

Besondere Herausforderungen liegen in der Multi-Channel-Logistik und in der Entwicklung innovativer und einzigartiger Geschäftsmodelle. Rechtliche Rahmenbedingungen und Verbraucherschutz sind Elemente, die für die Weiterentwicklung eines sicheren und fairen globalen Multi-Channel-Commerce grundlegend sind. Die Studierenden werden mit den Aspekten der Unternehmensethik und Nachhaltigkeit vertraut gemacht und auf ein verantwortungsbewusstes Handeln in der Praxis vorbereitet.

QUALIFIKATIONSZIELE

Zentrales Qualifikationsziel des Studiengangs ist die anwendungsorientierte und interdisziplinäre Ausbildung der Studierenden in den Bereichen Dialogmarketing und E-Commerce. Im Rahmen der Vorlesungen und Labore werden Business Cases als eine Art „roter Faden“ verfolgt. Das ermöglicht es den Studierenden, die komplexen Herausforderungen des Dialogmarketing und E-Commerce für sich zu erschließen.

Sie entwickeln sich für die Themen zu interdisziplinären Spezialisten. Die Verzahnung zwischen Praxis und Lehre bildet die inhaltliche und konzeptionelle Klammer des Masterstudiengangs über alle Lehrveranstaltungen hinweg. Die Studierenden erhalten Fertigkeiten und Fähigkeiten hinsichtlich ganzer Systeme in den Bereichen Dialogmarketing und E-Commerce.