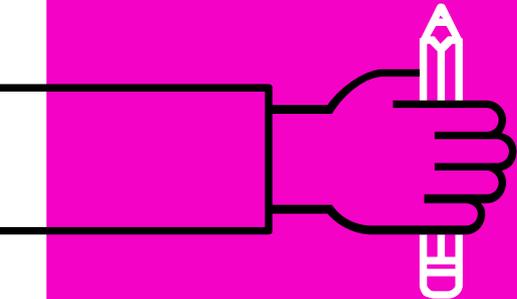
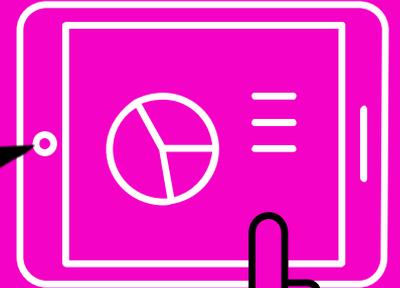


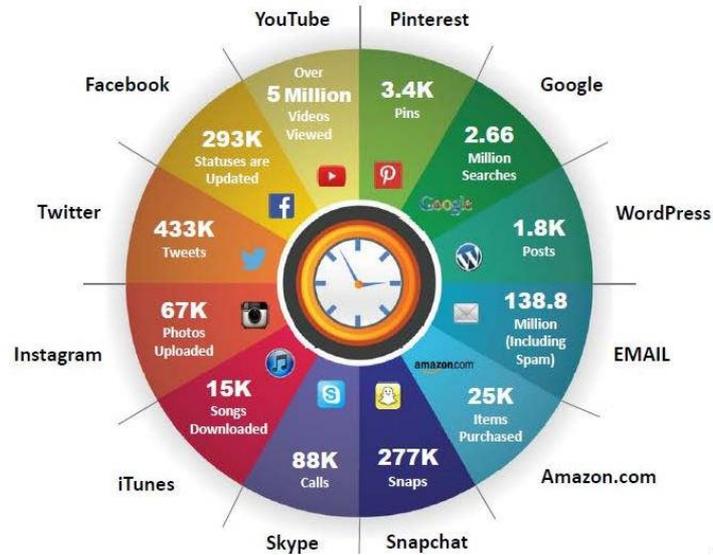
MASTER

*Digital Marketing*  
PROF. DR. CAROLIN DURST



HOCHSCHULE  
ANSBACH

# Informationskonkurrenz

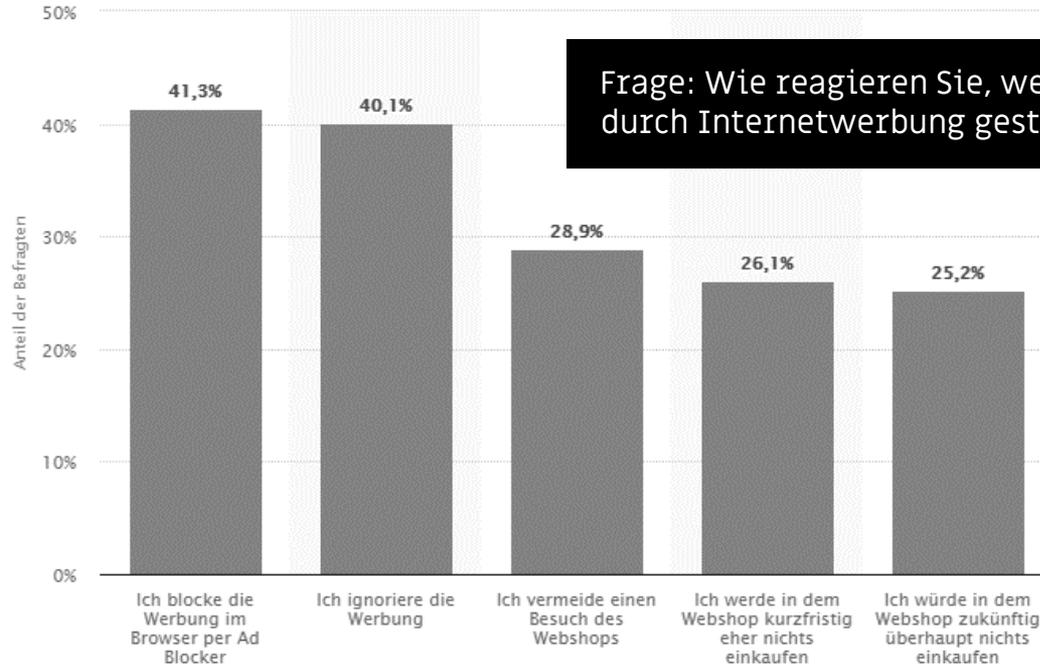


<<<1%



Quelle: Apexbyte (2017) & Kreutzer und Land (2017)

# Reaktion auf Internetwerbung

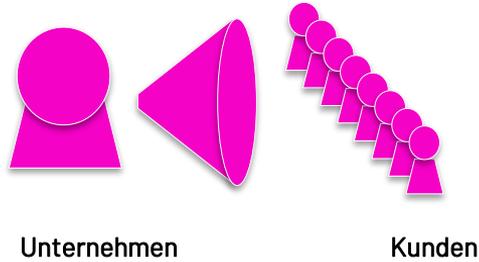


Frage: Wie reagieren Sie, wenn Sie sich durch Internetwerbung gestört fühlen?

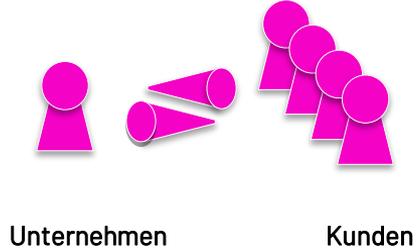
# Veränderung der Kundenkommunikation

**FOCUS:  
Outbound-  
Marketing**

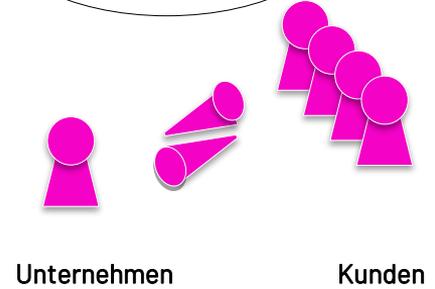
Früher:  
Monologische  
Kommunikation



Heute:  
Kommunikation  
auf Augenhöhe



Morgen:  
Kunde dominiert  
Kommunikation



**FOCUS:  
Inbound-  
Marketing**



- Q Knieschmerzen nach joggen
- Q knieschmerzen nach joggen
  - Q knieschmerzen nach joggen **anfänger**
  - Q knieschmerzen nach joggen **was tun**
  - Q knieschmerzen nach joggen **innen**
  - Q knieschmerzen nach joggen **vorne innen**
  - Q knieschmerzen nach joggen **treppensteigen**

# SportScheck

LAUFEN

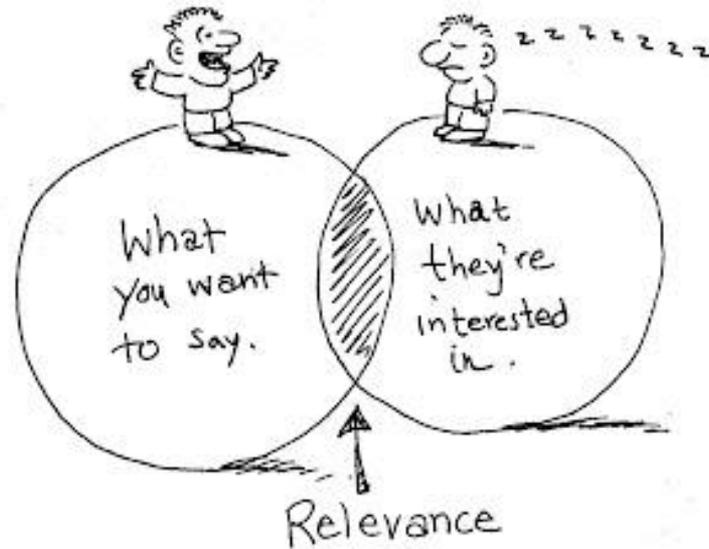
## RUNNER'S KNEE – DER POCHENDE SCHMERZ IM KNIE

Lisa hat seit Monaten auf ihren Marathon hintrainiert. In wenigen Wochen soll es soweit sein: Nach 42,1 km über die Ziellinie laufen – das ist ihr Traum. Doch dann macht ihr das Knie einen Strich durch die Rechnung. Diagnose: Runner's Knee.

VON **MARINA** AM 15.4.2019



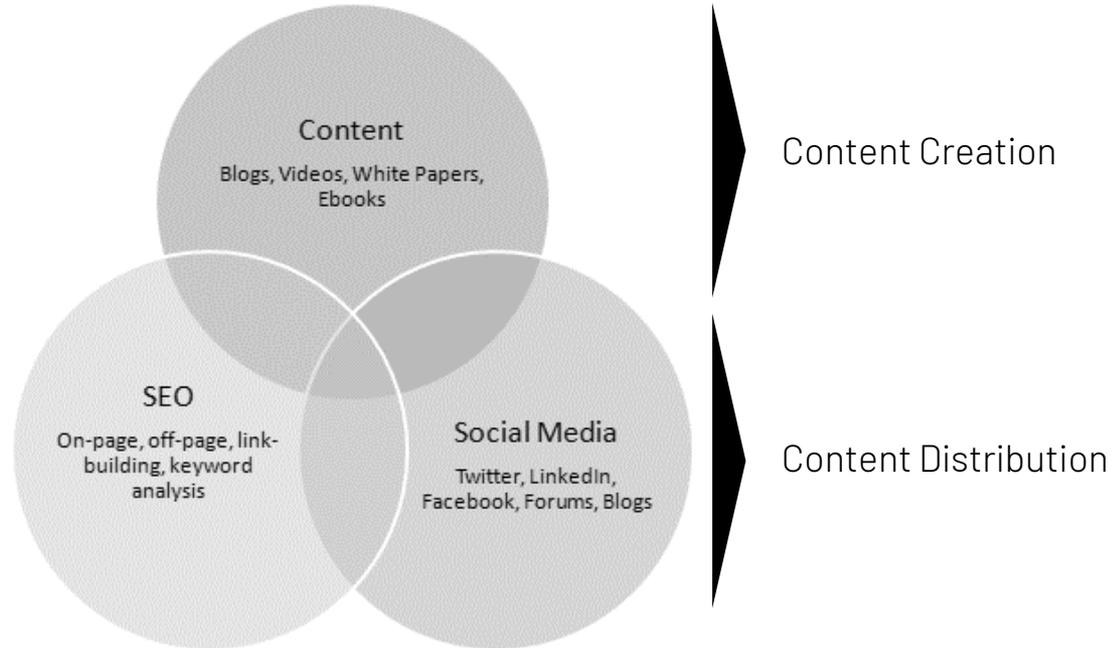
# Content is King – Relevance is Queen



<https://www.simplemarketingnow.com/blog/flooring-the-consumer/bid/152664/content-context-for-customer-relevance-and-relationship>

# Aufgaben im Digital Marketing

The Big 3 – Content, SEO & Social Media



# BECOME A FULL STACK MARKETER



# Jobprofile

- ▶ Digital Marketing Manager
- ▶ Inbound Marketing Manager
- ▶ Content Marketing Manager
- ▶ Social Media Manager
- ▶ Corporate Communications Manager
- ▶ Brand Manager
- ▶ Web Project Leader
- ▶ Online Media Planner





**60 Studis**



**20 Praxispartner**



**Viele Best Practices**

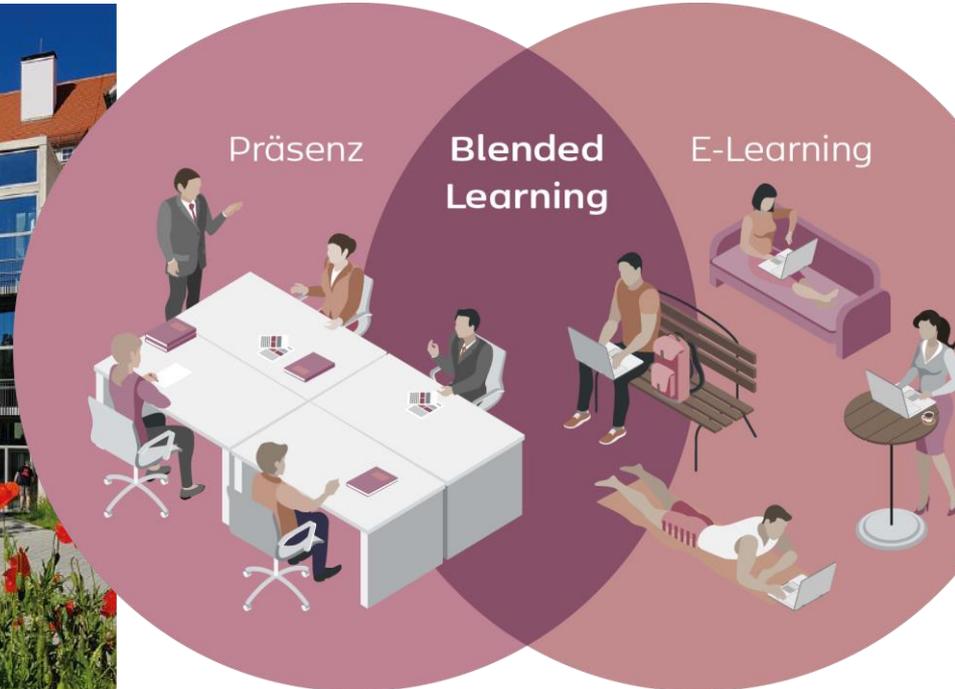


**10 Experten**

# Modulplan



# Studienorte & Formate



# Zulassungsvoraussetzung

- ▶ Studiengänge, die auf Grundlagen aus den Bereichen **Medien, Betriebswirtschaft** bzw. **Wirtschaftsinformatik** aufbauen.
- ▶ 180 ECTS Bachelor (Uni) → Brückensemester
- ▶ 210 ECTS Bachelor (HAW) → Regulär
- ▶ **NEU: Verfahren zur Feststellung der studiengangspezifischen Eignung!**

# Feststellung der Eignung (SPO)

<b>Prüfungsbestandteil</b>	<b>Höchste erreichbare Punktzahl</b>
<b>1</b> Prüfungsgesamtergebnis aus dem grundständigen Bachelor-, Diplom, Magisterstudium (Erstabschluss)	70
<b>2</b> Abschlussarbeit aus den Bereichen Marketing / Medien / PR- und Unternehmenskommunikation	10
<b>3</b> Praktikum (mindestens 20 Wochen in den Bereichen Marketing / Medien / PR- und Unternehmenskommunikation)	10
<b>4</b> Arbeitsprobe: Eine von der*dem Bewerber*in selbstständig verfasste Arbeitsprobe im Umfang von zwei Seiten (max. 1000 Wörter) zu einem von der Prüfungskommission vorgegebenen Thema mit Bezug zu den Inhalten des Masterstudiengangs Digital Marketing (das Thema wird auf der Internetseite des Masterstudiengangs DIM jeweils mit Beginn der Bewerberfrist bekanntgegeben)	bestanden / nicht bestanden

Die Eignung von Bewerber\*innen liegt vor, wenn mindestens 60 Punkte im Verfahren zur Feststellung der studiengangspezifischen Eignung aus der Position 1.-3. sowie Position 4 erfüllt sind.



You can find us at

[www.campusrothenburg.de](http://www.campusrothenburg.de)

<https://www.hs-ansbach.de/master/digital-marketing/>