



## Master of Science in Digital Marketing & Analytics MSc

Premium accredited



Jointly creating a  
European University



## Inhalt

VORWORT	3	DOZENTINNEN & DOZENTEN	11
POSITIONIERUNG	4	AUFNAHME	12
ZIELGRUPPE	4	ANERKENNUNG NACHGEWIESENER KENNTNISSE	12
AUFBAU	5	TEILNAHMEENTGELT	12
MODULE	6	MCI   DIE UNTERNEHMERISCHE HOCHSCHULE®	14
MCI LEARNING GOALS MASTER	8	ALUMNI & FRIENDS	14
DIDAKTIK	9	BEWERBUNGEN	15
PRÜFUNGEN / ABSCHLUSS	9	ANSPRECHPARTNER/INNEN	15
BLENDED LEARNING	10		

## Vorwort

Die Kommunikation mit Kund/innen und Stakeholder/innen über digitale Kommunikations- und Marketingkanäle bietet Unternehmen und Organisationen ungeahnte Möglichkeiten und erfordert aber zugleich eine professionelle und erfolgsgesteuerte Marketingstrategie. Diese Marketingstrategie kombiniert eine Vielzahl an neuen digitalen Marketingkanälen mit altbewährten Marketinginstrumenten.

Das berufsbegleitende viersemestrige Masterstudium „Digital Marketing & Analytics MSc“ vermittelt umfassendes technisches, strategisches und rechtliches Anwendungs-Know-How im digitalen Marketing und der digitalen Strategieführung. Ein besonderer Fokus liegt auf der Erfolgsmessung der digitalen Marketinginstrumente und der Analyse der digitalen Marketingstrategien. Das Studium zielt nicht nur auf die fachlich-methodischen Kompetenzen im Bereich des digitalen Marketings ab, sondern fördert und entwickelt darüber hinaus auch digitale Leadership Fähigkeiten.

Im Blended Learning Format, das durch die Kombination von Präsenzlehre und Online-Elementen eine leichtere Vereinbarkeit von Beruf, Studium und Freizeit erlaubt, wird das notwendige Know-how zeitnah transferiert und reflektiert, um die Herausforderungen des digitalen Zeitalters souverän bewältigen zu können. Hohe Praxisrelevanz und wissenschaftliches Anspruchsniveau sind durch die Auswahl an hochkarätigen Dozentinnen und Dozenten garantiert.



*Claudia Brauer*

FH-Prof. Dr. Claudia Brauer  
Wissenschaftliche Leiterin MSc  
MCI Lektorin Department Business &  
Management, Innsbruck/ Tirol



*Susanne Herzog*

Mag. Susanne E. Herzog  
Leiterin Executive Education & Development  
MCI | Die Unternehmerische Hochschule®



*Andreas Altmann*

Prof. Dr. Andreas Altmann  
Rektor  
MCI | Die Unternehmerische Hochschule®



## Positionierung

Digitale Medien und Technologien veränderten in nur knapp zwei Jahrzehnten grundlegend die Art und Weise wie Menschen miteinander kommunizieren. Unternehmen, Non-Profit Organisationen und öffentliche Institutionen müssen sich auf die geänderten Kommunikationsgewohnheiten einstellen und ihre Marketingstrategien neu ausrichten. Mehrwerte werden durch digitale Inhalte geschaffen, die von potentiellen Kund/innen selbst erstellt werden. Begleitet werden diese Entwicklungen von zunehmender Geschwindigkeit, Dynamik und Komplexität. Der Wettbewerb um Aufmerksamkeit, Visibility und Profilierung in den digitalen Medien ist stärker denn je.

Der viersemestrige Master-Studiengang Digital Marketing & Analytics MSc ermöglicht berufstätigen Entscheidungsträger/innen und sowie Fachkräften einen professionellen Einstieg in die Welt des digitalen Marketings und die webbasierte Erfolgsmessung. Im innovativen Blended Learning Format werden neben strategischem, technischem und rechtlichem Know-how praxisrelevante Instrumente im digitalen Marketing, der richtige Umgang in der digitalen Kommunikation sowie die Generierung zielgruppenspezifischer Inhalte vermittelt.

## Zielgruppe

Zielgruppe des Master-Studiengangs sind berufstätige Unternehmer/innen, (Nachwuchs-)Führungskräfte und Fachkräfte,

- die mit ihrem Unternehmen digital sichtbar werden bzw. neue Produkt-Markt-Kombinationen schaffen möchten;
- die ihre Kompetenzen um digitale Fähigkeiten und Fertigkeiten erweitern möchten;
- die bereits über Marketing-Vorwissen verfügen und sich für eine Position im digitalen Marketing qualifizieren möchten.

Als Weiterbildungsprogramm wendet sich der Master-Studiengang an

- Absolventinnen und Absolventen wirtschaftswissenschaftlicher Studienrichtungen, deren Studienabschluss bereits länger zurückliegt;
- Absolventinnen und Absolventen wirtschaftswissenschaftlicher Studienrichtungen, die eine profunde funktionale Spezialisierung wünschen;
- Absolventinnen und Absolventen nicht-wirtschaftswissenschaftlicher Studienrichtungen mit betriebswirtschaftlichen Kenntnissen.

## Aufbau

Das postgraduale Masterstudium in Digital Marketing & Analytics MSc erstreckt sich über zwei Jahre und kann berufsbegleitend studiert werden. Das innovative Blended Learning Konzept des MCI verbindet synchrone und asynchrone Lernphasen mit Präsenzphasen und ermöglicht so ein Höchstmaß an zeitlicher und örtlicher Flexibilität.

Die Präsenzphasen werden in Blöcken von 1 bis 2-tägigen Seminaren absolviert, die jeweils Freitag und Samstag stattfinden. Das restliche Studium erfolgt auf interaktive Weise über die moderne und hochentwickelte Online-Lernumgebung des MCI.

TYP	MODULE	PRÄSENZ	ONLINE	ECTS
Präsenz 1 + Online	Digitale Kompetenzen	2 Tage	6 Wochen	7
Präsenz 2 + Online	Technische Grundlagen	1 Tag	6 Wochen	7
Präsenz 3 + Online	Grundlagen & Instrumente des Digitalen Marketing	5 Tage	5 Wochen	8
Präsenz 4 + Online	Digital Sales & E-Commerce	2 Tage	7 Wochen	8
Online	Social Media Marketing		10 Wochen	8
Präsenz 5 + Online	Digital Analytics & Strategies	6 Tage	10 Wochen	16
Online	Rechtsgrundlagen im Digitalen Marketing		7 Wochen	6
Präsenz 6 + Online	Digitale Marketingstrategien & Leadership	4 Tage	6 Wochen	8
Präsenz 7 + Online	Virtual Reality	2 Tage	2 Wochen	4
Präsenz 8 + Thesis	Wissenschaftlich betreute Master Thesis mit begleitenden Lehrveranstaltungen	2 Tage	3 Wochen	18
	Kommissionelle Abschlussprüfung			

24 MONATE | 10 MODULE | 62 ONLINEWOCHE | 24 PRÄSENZTAGE | MASTER THESIS | 90 ECTS

Zur Erlangung eines Master of Science in Digital Marketing & Analytics MSc ist neben dem positiven Abschluss aller vorgesehenen Module eine wissenschaftlich verfasste Master Thesis einzureichen und nach positiver Beurteilung persönlich vor einer Prüfungskommission erfolgreich zu präsentieren und zu verteidigen.

# Module

## DIGITALE KOMPETENZEN

- Webseitendesign & Usability
- Grundlagen Medien- & Internetmanagement
- Schreibkompetenzen im Internet

## TECHNISCHE GRUNDLAGEN

- Grundlagen Internettechnologien
- Medientechnik & -design

## GRUNDLAGEN & INSTRUMENTE DES DIGITALEN MARKETING

- E-Mail Marketing
- Display Marketing
- Suchmaschinenwerbung
- Suchmaschinenoptimierung
- Affiliate Marketing & Couponing
- Digital Public Relations
- Videomarketing
- Apps Marketing

## DIGITAL SALES & E-COMMERCE

- Webshop Design
- E-Commerce
- Social Commerce
- International & Multichannel Commerce

## SOCIAL MEDIA MARKETING

- Content Marketing
- Private Social Networks
- Corporate Social Networks
- Influencer Marketing
- International Social Media Marketing
- Social Media Marketing im HR/Recruiting

## DIGITAL ANALYTICS & STRATEGIES

- Statistische & mathematische Methoden
- Web Analytics
- Social Media Analytics
- E-Commerce Analytics/In-Store Analytics
- Mobile & Apps Analytics
- International Digital Analytics

#### RECHTSGRUNDLAGEN IM DIGITALEN MARKETING

- Urheberrechte & Reputation
- Data Security & Datenschutz
- Arbeitsrecht
- E-Commerce Recht
- Steuerliche Aspekte

#### DIGITALE MARKETINGSTRATEGIEN & LEADERSHIP

- Digitale Strategien & Innovation
- Digital Leadership
- International Digital Marketing
- Controlling im Digitalen Marketing

#### VIRTUAL REALITY

- Digital Gaming
- E-Sports
- Virtual Reality

#### WISSENSCHAFTLICH BETREUTE MASTER THESIS MIT BEGLEITENDEN LEHRVERANSTALTUNGEN

Wissenschaftlich betreute Master Thesis mit begleitenden Lehrveranstaltungen, die eine praxisorientierte Problemstellung behandelt und vor einer Kommission persönlich präsentiert und verteidigt wird.



## MCI Learning Goals Master

Um Lerntransfer, Kompetenzerwerb und Profilbildung für zukünftige Tätigkeitsbereiche von Studierenden sicherzustellen, gibt es am MCI klar präzierte, fächerübergreifende Lehr- und Lernziele, die als Lernergebnisse formuliert wurden. MCI Lernergebnisse definieren genau, was Studierende am MCI nach Abschluss ihres Studiums wissen, verstehen und in der Lage sind zu tun.



### KOMMUNIKATION

Die Absolventinnen und Absolventen können in ihrem fachlichen Bereich effizient kommunizieren.

Einzelziel: Die Studierenden sind in der Lage, Informationen, Ideen, Probleme und Lösungen mit Expertinnen und Experten sowie mit nicht fachlich vorgebildeten Personen zu besprechen bzw. auszuarbeiten.



### WISSENSCHAFTLICHE METHODEN

Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, Theorien und wissenschaftliche Methoden auf praktische Problemstellungen anzuwenden.

Einzelziele: Die Studierenden sind in der Lage, Theorien und wissenschaftliche Methoden auf praktische Problemstellungen in ihrem Arbeitsbereich anzuwenden. Die Studierenden handeln im wissenschaftlichen Arbeiten nach ethischen Prinzipien.



## Learning Goals Executive Master

Die Absolventinnen und Absolventen sind als Führungskräfte in der Lage, qualitätsvolle Entscheidungen effizient und zeitgerecht umzusetzen.

Einzelziele:

- Die Studierenden entwickeln ein Bewusstsein für erfolgreiches und effizientes Führungsverhalten.
- Die Studierenden sind in der Lage, effektive Entscheidungen auf Managementebene zu treffen und diese effizient umzusetzen.

Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, Marketingstrategien zielgruppenorientiert zu entwickeln und in digitalen Kanälen effizient umzusetzen.

Einzelziele:

- Die Studierenden können die Instrumente des digitalen Marketings unter Berücksichtigung der Gesamt-Marketingstrategie effektiv und effizient einsetzen.
- Die Studierenden sind in der Lage, den Erfolg von Marketingmaßnahmen zu messen und zu analysieren.

## Didaktik

Inhalt und Methodik des Master-Studiengangs zielen darauf ab, die berufliche Expertise und den persönlichen Erfahrungshintergrund der Studierenden durch wechselseitigen Erfahrungsaustausch als wertvolles Potenzial zu nutzen, den Studierenden laufend kritische Feedbacks zu geben und dadurch nachhaltig den Lern- und Umsetzungsprozess zu unterstützen. In den Lehrveranstaltungen werden bewusst Situationen geschaffen, in denen erworbenes Wissen angewandt und an konkreten praktischen Problemen gespiegelt werden kann.

Ein intelligenter Mix von Online Courses, Präsenzmodulen und elektronischen Medien verknüpft ortsunabhängiges Studium mit persönlicher Interaktion zwischen Dozentinnen und Dozenten und Studierenden. Damit unterscheidet sich das didaktische Konzept grundsätzlich von einem typischen Fernstudium und erfüllt höchste Ansprüche.

Der MCI eCampus unterstützt die Studierenden mit zeitgemäßen didaktischen Formaten wie Webcasts, Videos, Blogs, moderierten Chats, Livestreams und digitalem Studienmaterial.

## Prüfungen / Abschluss

Die Erbringung von Leistungsnachweisen und die Ablegung von Prüfungen bilden einen integralen, nachhaltigen Baustein des Master-Programms. Es gilt das System der studienbegleitenden Leistungsbewertung durch integrative Modulprüfungen. Modulprüfungen setzen sich aus einer oder mehreren Prüfungsleistungen im Rahmen einzelner Lehrveranstaltungen oder lehrveranstaltungsübergreifender Prüfungsgebiete zusammen. Im Vordergrund steht dabei die Spiegelung der Theorie an der Praxis und die Nachbildung realistischer Situationen aus dem beruflichen und unternehmerischen Alltag.

Für die Erlangung des akademischen Grads ist die Verfassung einer praxisorientierten, wissenschaftlich aufbereiteten Master Thesis erforderlich, die in deutscher oder englischer Sprache verfasst werden kann. Die Master Thesis soll zeigen, dass die Studierenden in der Lage sind, innerhalb einer vorgegebenen Frist eine thematisch den Studieninhalten entsprechende Problemstellung selbstständig nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten und präzise und effizient zu lösen.

Nach positiver Absolvierung aller Prüfungen, der positiven Beurteilung der Master Thesis und der mündlichen kommissionellen Abschlussprüfung wird ein Abschlusszeugnis ausgestellt und der Titel Master of Science verliehen. Es wird empfohlen, den akademischen Grad mit dem Suffix „MCI“ als Information über die verleihende Hochschule zu führen, um im unübersichtlichen Bildungs- und Wissenschaftsmarkt Vertrauen und Orientierung zu bieten. Beispiel: Master of Science in Digital Marketing & Analytics MSc (MCI) / MSc (MCI).

# Blended Learning

## DEFINITION

Blended Learning ist die didaktisch sinnvolle Kombination von online Lern- und Trainingsmethoden sowie Präsenzelementen, welche den jeweils gegebenen Lernzielen und Lernansprüchen am besten entsprechen. Studierenden wird durch Blended Learning ein hochqualitatives Lernerlebnis, online und on Campus geboten. Die Vorteile umfassen:

## FLEXIBILITÄT

- Lernen, wo man will (auch unterwegs – mobiles Lernen)
- Lernen, wann man kann
- Ersparen von Fahrtzeiten und –kosten

## LERNVORTEILE

- Individualisiertes Lernen je nach Vorwissen und Ziel
- Interaktiveres Lernen mit regem Austausch, Kollaboration und Netzwerken
- Entwicklung digitaler Kompetenzen

## ARBEITEN – LEBEN – LERNEN

- Blended Learning erleichtert oder ermöglicht die Vereinbarung von Beruf, Privatleben und Weiterbildung

## FORMAT

Ein innovatives Blended Learning Konzept verbindet verschiedene Lernformate in didaktisch sinnvoller und effizienter Weise. Präsenzphasen sind kombiniert mit live online Events, online Interaktion, Zusammenarbeit und Selbstlernphasen.

 <p><b>Präsenzunterricht</b></p> <p>Vorlesung / Input Kennenlernen / Networking Gruppenarbeit Diskussionen</p>	 <p><b>Synchrones* Lernen</b></p> <p>Webinare Chat Input / Vorlesung Brainstorming</p>	 <p><b>Asynchrones** interaktives Lernen</b></p> <p>Diskussionsforen Social Networking Gruppenarbeiten Wikis und Blogs</p>	 <p><b>Asynchrone** Selbstlernphasen</b></p> <p>Webseiten / Skripten / Texte Webcast / Screencast Videos &amp; Podcasts online Tests &amp; Quizzes</p>
---	---	--	---

\*Synchron = zeitgleich, alle sind zur gleichen Zeit online; \*\*Asynchron = nicht zeitgleich / zeitlich unabhängig; © MCI | Die Unternehmerische Hochschule®, Obexer / Mössenlechner 2015

## eCAMPUS AM MCI

Der MCI eCampus ermöglicht die Durchführung spezieller Module mit sehr hoher Zeitautonomie und Ortsunabhängigkeit. Die Lehr- und Lernunterlagen können jederzeit und überall am eCampus bearbeitet und heruntergeladen werden. Obwohl die Lehrgangsteilnehmer/innen im Rahmen dieser Module zeitlich und räumlich unabhängig arbeiten, sind sie dennoch ständig in Kontakt mit Faculty, Lehrgangskollegen/innen und dem MCI Support.



## Dozentinnen & Dozenten

Dozentinnen und Dozenten im Master-Studiengang bilden eine ausgewogene Mischung aus international anerkannten Hochschulprofessoren/innen mit Praxiserfahrung, Führungskräften aus der Wirtschaft und Experten/innen bzw. Trainern/innen aus Consulting und freien Berufen.

Die Dozentinnen und Dozenten werden sorgfältig ausgewählt, stellen sich strengen Evaluationskriterien und verfolgen das engagierte Ziel, durch professionelle Vermittlung der Inhalte und Vernetzung der einzelnen Module zur interdisziplinären Bewältigung komplexer Problemstellungen zu befähigen.

Die Dozentinnen und Dozenten im Master-Studiengang lenken ihre Aufmerksamkeit über die eigentliche Wissensvermittlung hinaus auf anwendungsorientiertes Feedback und konstruktive Beratung. Aus der Zusammenarbeit mit den Studierenden entstehen unterschiedlichste Netzwerke, die motivierte Menschen auf ihrem weiteren beruflichen und persönlichen Weg begleiten.

### AUSZUG

FH-Prof. Dr. Claudia Brauer

---

Wissenschaftliche Leiterin MSc,  
MCI Lektorin Department Business & Management,  
Innsbruck / Tirol

Prof. Dr. Gerrit Heinemann

---

Leiter eWeb-Research-Center, Hochschule Niederrhein,  
Deutschland

Ing. Marc Heiss, BA

---

Head of Analytics, TUI Austria Holding GmbH,  
Innsbruck / Tirol

Ing. Mag. (FH) Patrick Loner

---

Territory Manager, Austria-Google Cloud, Dublin / Ireland

Mag. (FH) Irene Michl, MA

---

Content Strategin,  
Bestseller-Autorin von „Think Content!“

FH-Prof. Dr. Stephan Schlögl

---

MCI Lektor Department Management, Communication & IT,  
Innsbruck / Tirol

Prof. Dr. Matthias Schulten

---

Professor für Marketingkonzeption, Hochschule Furtwangen,  
Fakultät Digitale Medien, Deutschland

FH-Prof. Dr. Nils Mevenkamp

---

MCI Lektor Department Nonprofit-, Sozial- & Gesundheits-  
management

Moritz Mosenhauer, PhD

---

MCI Lektor Department Betriebswirtschaft online

## Aufnahme

Das Aufnahmeverfahren sieht folgende Elemente vor:

- **SCHRIFTLICHE BEWERBUNG**
- **AUFNAHMEGESPRÄCH**
- **INSTANZ**

- **SCHRIFTLICHE BEWERBUNG**

Die Bewerbung erfolgt mittels Online-Bewerbung und ergänzenden Unterlagen (Curriculum Vitae, Essay zu mittelfristigen Berufszielen). Der Abschluss eines akademischen Grades und mindestens zwei Jahre Berufserfahrung in qualifizierten Positionen vor Beginn des Master-Studiums (idealerweise auch qualifizierte Berufstätigkeit während des Master-Studiums) werden vorausgesetzt.

- **AUFNAHMEGESPRÄCH**

Das Aufnahmegespräch gibt den Bewerbern/innen die Möglichkeit, sich persönlich zu präsentieren, zum bisherigen Werdegang Stellung zu nehmen und die Motivation zur Bewerbung einschließlich der mittelfristigen Berufsziele zu erörtern.

- **INSTANZ**

Über die Aufnahme in den Master-Studiengang entscheidet ein Zulassungsausschuss.

## Anerkennung nachgewiesener Kenntnisse

Studienabschlüsse anerkannter Hochschulen und Zertifikats-Lehrgänge des MCI sowie Studien- und Prüfungsleistungen, die an anderen staatlichen oder staatlich anerkannten Hochschulen oder ausländischen Hochschulen erbracht worden sind, werden auf schriftlichen Antrag gemäß dem „Übereinkommen über die Anerkennung von Qualifikationen im Hochschulbereich in der Europäischen Union“ (Lissabon Konvention, Abschnitt VI. 1) je nach Umständen des Einzelfalls auf den Master-Studiengang angerechnet, sofern hinsichtlich der erworbenen Kompetenzen keine wesentlichen Unterschiede bestehen. Keine wesentlichen Unterschiede sind dann gegeben, wenn die nachgewiesenen Qualifikationen den angestrebten Qualifikationszielen des Studiengangs am MCI im Wesentlichen entsprechen.

Die Entscheidung über die Anrechnung trifft der Prüfungsausschuss. Sie wird schriftlich unter Angabe einer Rechtsmittelbelehrung mitgeteilt.

## Teilnahmeentgelt

Das Teilnahmeentgelt beläuft sich auf EUR 14.900,-. In diesem Entgelt sind sämtliche Lehrveranstaltungen, umfangreiche Unterlagen und Kursdokumentationen, Pausengetränke und die Mitgliedschaft „FREE“ im Absolventenclub MCI Alumni & Friends enthalten. Es versteht sich exklusive Reise-, Unterkunfts- und Verpflegungskosten.

Die Stornierung von Bewerbungen ist entsprechend den Allgemeinen Geschäftsbedingungen des MCI möglich. Näheres sehen Sie bitte unter Punkt III. der AGB.



die unternehmerische ho

## MCI | Die Unternehmerische Hochschule®

Das MCI verknüpft Wissenschaft, Wirtschaft und Consulting zum einzigartigen Konzept einer internationalen Unternehmerischen Hochschule®.

Führungskräften und Nachwuchsführungskräften aller Managementebenen und Branchen bietet das MCI graduale, non-graduale und post-graduale Aus- und Fortbildungsprogramme auf höchstem Niveau, lösungsorientierte Forschung, Entwicklung und Knowhow-Transfer sowie beispielgebende akademische Services. Die am MCI vermittelten Inhalte zielen auf alle Ebenen der Persönlichkeit ab und umfassen wirtschaftlich und gesellschaftlich relevantes Wissen auf dem letzten Stand von Wissenschaft und Praxis.

Als Unternehmerische Hochschule® fördert das MCI die Wettbewerbsfähigkeit von Organisationen und leistet einen Beitrag zur Professionalisierung von Wirtschaft, Verwaltung, Politik und Kultur. Angewandte Forschung und Entwicklung genießt am MCI besonderen Stellenwert zur Stärkung der Innovationskraft heimischer Unternehmungen und zur Sicherung einer qualitätsorientierten Lehre. Eingebettet in ein breites internationales Netzwerk geht das MCI offen auf neue Perspektiven, Methoden und Aufgabenstellungen zu. Konstruktiver Dialog und das gemeinschaftliche Erarbeiten interdisziplinärer Handlungskompetenz zählen zu den tragenden Säulen aktiven Lehrens und Lernens am MCI. In enger Zusammenarbeit mit engagierten Träger/innen, Partner/innen sowie Förderinnen und Förderer und ist das MCI wichtiger Motor in der Positionierung Innsbrucks, Tirols und Österreichs als Zentrum für wissenschaftliche Auseinandersetzung und internationale Begegnung.

### Alumni & friends

Im Netzwerk stark – als lebendige Serviceplattform fördert der Absolventenclub „MCI Alumni & Friends“ Kontaktpflege, berufliche Laufbahn und persönliche Entwicklung der Absolventinnen und Absolventen.

Podiumsveranstaltungen mit Spitzenpersönlichkeiten aus dem In- und Ausland vermitteln neue Impulse und unterstützen freundschaftlichen Wissens- und Erfahrungsaustausch.

Der Absolventenclub „MCI Alumni & Friends“ bietet Absolventinnen und Absolventen die Möglichkeit, ihr Wissen durch die Auseinandersetzung mit Gleichgesinnten auf dem letzten Stand zu halten und in das Netzwerk des MCI und seiner Absolventinnen & Absolventen eingebunden zu bleiben. Der Absolventenclub dient zudem als Sprungbrett für die weitere berufliche und persönliche Entwicklung der MCI Absolventinnen und Absolventen.

[www.mci.edu/alumni/mitgliedschaft](http://www.mci.edu/alumni/mitgliedschaft)



Der Master-Studiengang Digital Marketing & Analytics MSc trifft den Nerv der Zeit und schafft Bewusstsein für den branchenübergreifenden digitalen Wandel. Der Fokus auf die Erarbeitung von Wissen anhand frei wählbarer und anwendungsorientierter Projektarbeiten ermöglicht die unmittelbare Umsetzung von Theorie in die Praxis. Darüber hinaus wird durch den Austausch mit Kommilitoninnen und Kommilitonen aus unterschiedlichsten Sektoren abermals bewiesen: „Every business is a digital business“. Das im Studium vermittelte Know-How symbolisiert dabei den Schlüssel zu dieser digitalen Geschäftswelt.

Sandra Jehle, joint systems Fundraising- & IT-Services GmbH



## Bewerbungen

Bewerbungen erfolgen mittels standardisierter Online-Bewerbung mit Angaben zur Person, zur bisherigen Ausbildung, zum beruflichen Werdegang und Erfahrungshintergrund, zur aktuellen beruflichen Position und zu den Beweggründen für den Besuch des Master-Studiengangs sowie den mittelfristigen Berufszielen. Zugang zur Online-Bewerbung unter [www.mci.edu/digital-marketing-analytics](http://www.mci.edu/digital-marketing-analytics).

## Ansprechpartner/innen

### WISSENSCHAFTLICHE LEITUNG

FH-Prof. Dr. Claudia Brauer, +43 512 2070-2100, [claudia.brauer@mci.edu](mailto:claudia.brauer@mci.edu)

### LEITERIN EXECUTIVE EDUCATION & DEVELOPMENT

Mag. Susanne E. Herzog, +43 512 2070-2100, [susanne.herzog@mci.edu](mailto:susanne.herzog@mci.edu)

### OFFICE MANAGEMENT

Janine Köppen, +43 512 2070-2121, [janine.koeppen@mci.edu](mailto:janine.koeppen@mci.edu)

www.mci.edu

MCI | DIE UNTERNEHMERISCHE HOCHSCHULE®  
6020 Innsbruck / Austria, Universitätsstraße 15  
+43 512 2070-2100, office@mci.edu, www.mci.edu



TRÄGER



START-UPS & BETEILIGUNGEN



FÖRDERER



Stimmen zum MCI

Unglaublich, was sich in Innsbruck entwickelt hat. Eine Unternehmerische Hochschule at its best!

Andreas König, CEO, TeamViewer, Göppingen / Deutschland

Die Unternehmerische Hochschule steht für exzellente Forschung,

Lehre, Technologie und Innovation. Was für eine Erfolgsgeschichte!

Christoph Vilanek, CEO, Freenet Group, Rendsburg / Deutschland

The Entrepreneurial School® is an exciting brand and a rewarding mission. I am delighted to contribute to MCI's success.

Hap Klopp, Founder and longtime CEO of The North Face®, San Francisco / USA

Congratulations to your focus on diversity, your entrepreneurial spirit and your goal to make MCI the best place to work,

to learn and grow in a diverse and open world.

Catherine Ladousse, Executive Director Communications EMEA, Lenovo, Paris / Frankreich