

Marketing Management
Neue Wege zu nachhaltigen Kundenbeziehungen

Module	Inhalte	ECTS
Strategie		4
	<p>Neue Geschäftsmodelle & Plattformökonomie</p> <ul style="list-style-type: none"> - Der Value Proposition Canvas - Neue Geschäftsmodelle (Abonnements, Sharing, Freemium, etc.) - Digitale Plattformen und Ökosysteme 	2
	<p>Content Marketing & Storytelling</p> <ul style="list-style-type: none"> - Content Strategie & Content Typen - Content User Experience (Content UX) - Neue Technologien im Storytelling 	2
Customer Centricity		4
	<p>Customer Journey & Experience Management</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kundenkontaktpunkt-Management - Kundenreisen erkennen und gezielt steuern - Kanalübergreifende Kundenerlebnisse kreieren 	3
	<p>Customer Relationship Management</p> <ul style="list-style-type: none"> - CRM-Plattformen & -Systeme - Customer Lifecycle Management - Hyper-Personalisierung 	1
Kommunikationsinstrumente		4
	<p>Online Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> - Online Marketing Strategie - Aktuelle Tools und Medien für Online Marketing - Marketing im Metaverse 	2
	<p>Social Media Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> - Influencer Marketing - Social Selling - User-Generated Content & Brand Communities 	2

Analytics	4
Technische & Rechtliche Grundlagen	
- Onlinemarketing-Recht	1
- Datenschutz & Privatsphäre	
Web & Social Media Analytics	
- Trackingmethoden & Kennzahlensysteme	2
- KI-gestützte Analytics	
- Verantwortungsvolle Datensammlung & -auswertung	
Omni-Channel Analytics	
- Messansätze für Omni-Channel Analytics und Channel Scoring	1
- Data Integration & Warehousing	
Abschlussarbeit und Abschlussprüfung	4
	20