

## Qualifikationsziele im Masterstudiengang Dialogmarketing und E-Commerce

Der Master-Studiengang "Dialogmarketing und E-Commerce (DEC)" bietet die Möglichkeit einer Spezialisierung für alle Absolventinnen und Absolventen medien- und wirtschaftswissenschaftlicher Bachelorstudiengänge. Die Pflichtmodule umfassen insbesondere marketing- und informationstechnische Themen und Fragestellungen. Im Bereich E-Commerce können die Inhalte mit einem Wahlmodul nochmals individuell vertieft werden.

**Die Studierenden des Masterstudiengangs Dialogmarketing und E-Commerce werden auf folgenden Kompetenzfeldern Fähigkeiten und Wissen aufbauen:**

- Fachliche Kompetenz
- Methodenkompetenz
- Persönliche Kompetenz
- Wissenschaftliche Kompetenz

**Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage:**

- Neue technologische und konzeptionelle Herausforderungen aus den Bereichen Dialogmarketing und E-Commerce zu erfassen und zu analysieren
- Marketing- und vertriebstechnische Probleme und Aufgabenstellungen zu beschreiben, in Modelle zu überführen und Lösungen zu entwerfen
- Gesamtkonzepte für vertriebliche Prozesse zu erstellen und diese selbständig wirtschaftlich und technisch zu optimieren
- Neue Entwicklungen in Dialogmarketing und E-Commerce aufzugreifen, zu analysieren und anzuwenden
- Eigene wissenschaftliche Arbeiten anzufertigen und im Kontext zu veröffentlichen
- Multi-channel-basierte Kommunikations- und Vertriebsprozesse zu analysieren und zu bewerten
- Projekte in einem vorgegebenen Zeit- und Finanzrahmen unter Berücksichtigung gesellschaftlicher, wissenschaftlicher und ethischer Erkenntnisse durchzuführen und zu managen
- Im Team zu arbeiten, Verantwortung und Führungsaufgaben zu übernehmen