

Pressemitteilung

International School of Management (ISM)

Maxie Strate

04.07.2018

<http://idw-online.de/de/news698847>

Kooperationen, Studium und Lehre
Medien- und Kommunikationswissenschaften, Wirtschaft
überregional



ISM kooperiert mit METRO für neuen M.A. Digital Marketing

Zusammen neue Ideen finden und digitale Konzepte erarbeiten – Die International School of Management (ISM) kooperiert ab sofort mit METRO für den neuen Studiengang M.A. Digital Marketing, der im Herbst 2018 startet. Mit Deutschlands führendem Großhandelsunternehmen hat die private Wirtschaftshochschule einen starken Partner an ihrer Seite, der mit seinen Digitalisierungsinitiativen die Standards von morgen setzen möchte.

„Die kompromisslose Bereitschaft neue Wege zu gehen, sich immer wieder infrage zu stellen und neugierig zu sein – das sind die Kernkompetenzen für Fach- und Führungskräfte der Zukunft. Ein kontinuierlicher Austausch mit der unternehmerischen Elite von morgen halte ich für essenziell, damit wir voller Mut, Begeisterung und mit Pioniergeist ein wegweisendes Zukunftsfundament für unsere Kunden schaffen und unser Geschäftsmodell ausbauen. Deshalb freuen wir uns sehr, im Dialog mit den Studenten und Dozenten der ISM neue Ideen zu entwickeln und umzusetzen“, sagt Marina Sverdel, Global Head of Multichannel Marketing METRO AG, über die Kooperation mit der ISM.

Im neuen M.A. Digital Marketing, der ab dem Wintersemester 2018/2019 an den ISM-Standorten Köln und Stuttgart angeboten wird, erwerben Studierende innerhalb von zwei Jahren gezieltes Fachwissen in Bereichen wie Search Engine Marketing (SEM, SEA und SEO), eCommerce und Social Media. Durch die Praxisorientierung mit Workshops, Beratungsprojekten und Praxisphasen sowie die internationale Ausrichtung samt Auslandssemester stehen den Absolventen des Studiengangs alle Türen in der digitalen Marketingbranche offen.

ISM-Professorin Dr. Meike Terstiege, die die Studiengangsleitung des neuen Masters verantwortet: „Das heutige und zukünftige Marketing muss der digitalen Entwicklung sowie dynamischen Zielgruppenbedürfnissen entsprechen. Im Fokus stehen der Konsument 4.0, digitale Medien und eine 360°-Kommunikation, die analoge und digitale Kanäle umfasst. Allein ein orchestriertes Multi- und Omnichannel-Marketing über alle Kanäle hinweg ist der zukünftige Garant für Unternehmenserfolg. Dieses operative und strategische Know-how vermitteln wir unseren Studenten vor allem im Rahmen von Praxisprojekten mit renommierten Partnern wie der METRO Group.“

Für die ISM ist METRO bereits der zweite starke Kooperationspartner im Rahmen des neuen Studiengangs M.A. Digital Marketing. Mit der international agierenden Werbe- und Marketingagentur BBDO hat die private Wirtschaftshochschule ein weiteres renommiertes Expertennetz an ihrer Seite.

Hintergrund:

Die International School of Management (ISM) zählt zu den führenden privaten Wirtschaftshochschulen in Deutschland. In den einschlägigen Hochschulrankings rangiert die ISM regelmäßig an vorderster Stelle. Die ISM hat Standorte in Dortmund, Frankfurt/Main, München, Hamburg, Köln und Stuttgart. An der staatlich anerkannten, privaten Hochschule in gemeinnütziger Trägerschaft wird der Führungsnachwuchs für international orientierte

Wirtschaftsunternehmen in kompakten, anwendungsbezogenen Studiengängen ausgebildet. Alle Studiengänge der ISM zeichnen sich durch Internationalität und hohe Lehrqualität aus. Projekte in Kleingruppen gehören ebenso zum Hochschulalltag wie integrierte Auslandssemester und -module an einer der über 175 Partneruniversitäten der ISM.

URL zur Pressemitteilung: <https://www.ism.de/hochschule/presse>

