

B. Besonderer Teil

§ 50 Bachelorstudiengang Internet und Online-Marketing
gültig ab WiSe26/27 (technische Version P012)

§ 50 Bachelorstudiengang Internet und Online-Marketing

1. Studienstruktur

Das Studium „Internet und Online-Marketing“ umfasst 34 Module in sieben Semestern und schließt mit der Bachelorprüfung ab. Vergeben wird der Grad Bachelor of Science.

Für den erfolgreichen Abschluss des Studiums sind Lehrveranstaltungen im Umfang von 180 ECTS erforderlich. Die Gesamtsumme von 210 ECTS ergibt sich aus sechs Semestern Theorie mit je 30 ECTS und einem Verpflichtenden Praktischen Studiensemester mit 30 ECTS.

2. Lehrveranstaltungen

Die für den erfolgreichen Abschluss erforderlichen Lehrveranstaltungen sowie die zugehörigen Studien- und Prüfungsleistungen ergeben sich aus den nachfolgenden Tabellen 1 und 2.

Dabei werden folgende Abkürzungen verwendet:

Lehrformen		Prüfungsleistungen		Weitere Abkürzungen	
V	Vorlesung	BA	Bachelorarbeit inkl. Kolloquium	SWS	Anzahl der Semesterwochenstunden
Ü	Übung	K(xx)	Klausur mit Dauer in xx Minuten	ECTS	Anzahl der zu erreichenden Leistungspunkte (§ 3)
PR	Projekt	M	Mündliche Prüfung		
S	Seminar	R	Referat		
B	Bachelorprüfung	PA	Praktische Arbeit		
		D	Dokumentation		
		PF	Portfolio		

3. Wahlmodule

Studierende können für die Wahlmodule ohne Antrag und Genehmigung Veranstaltungen aus einer Liste von Wahlmodulen wählen, die zu Beginn von jedem Semester veröffentlicht wird. In dieser Liste werden die Art der Lehrveranstaltung, die Prüfungsleistung und ein Verweis auf die Modulbeschreibung veröffentlicht. Weitere Wahlmodule können auf Antrag und nach Genehmigung durch die Studiengangsleitung aus dem Lehrangebot anderer Studiengänge der Hochschule Ravensburg-

B. Besonderer Teil

§ 50 Bachelorstudiengang Internet und Online-Marketing
gültig ab WiSe26/27 (technische Version P012)

Weingarten oder aus dem Lehrangebot anderer inländischer oder ausländischer Hochschulen und Universitäten gewählt werden. Als Wahlmodule können nur Module gewählt werden, die inhaltlich von Pflichtmodulen und anderen belegten Modulen deutlich verschieden sind, die dem thematischen Umfeld des Studiengangs „Internet und Online-Marketing“ zuzuordnen sind und die mindestens einen Umfang von 5 ECTS haben (die Zahl von ECTS kann gegebenenfalls aber auch überschritten werden).

Hat ein Modul weniger als 5 ECTS muss es mit anderen Modulen kombiniert werden, um als Wahlmodul angerechnet werden zu können. Als Wahlmodul können auch eine Tutorentätigkeit oder die aktive Mitarbeit bei Veranstaltungen des Studiengangs anerkannt werden. Die Anerkennung entsprechender Tätigkeiten erfolgt durch die Studiengangsleitung.

Die oben genannten Tätigkeiten werden im Umfang von bis zu 5 ECTS anerkannt. Alle anderen frei gewählten Module sind Zusatzmodule. Diese werden nicht in die Berechnung der Gesamtnote einbezogen, aber auf Antrag im Zeugnis aufgeführt, gegebenenfalls mit Note.

4. Prüfungsleistungen

Die Prüfungsleistungen ergeben sich aus den Tabellen 1 und 2.

5. Verpflichtendes Praktisches Studiensemester

Das fünfte Semester ist ein Verpflichtendes Praktisches Studiensemester. Das Verpflichtende Praktische Studiensemester darf erst begonnen werden, wenn die oder der Studierende mindestens 90 ECTS erworben hat.

Das Verpflichtende Praktische Studiensemester ist Teil des Studiums, in dem theoretische und praktische Inhalte miteinander verbunden werden. Es wird außerhalb der Hochschule abgeleistet, in der Regel in einem Unternehmen, aber auch in der öffentlichen Verwaltung oder im Sozial- und Gesundheitswesen. Über die Zulassung einer Organisation als Praktikumsstelle entscheidet das Praxisamt.

Die Betreuung während des Verpflichtenden Praktischen Studiensemesters erfolgt durch eine Betreuerin oder einen Betreuer im Unternehmen und eine Betreuerin oder einen Betreuer der Hochschule. Der Betreuerin oder dem Betreuer im Unternehmen obliegt die fachliche Anleitung der Studierenden oder des Studierenden. Der Hochschulbetreuerin oder dem Hochschulbetreuer obliegt die Beurteilung des Leistungs- und Ausbildungsniveaus.

Während des Verpflichtenden Praktischen Studiensemesters arbeiten die Studierenden im Unternehmen an praktischen Aufgaben. Diese werden vom Unternehmen vorgeschlagen und bedürfen der Zustimmung der Hochschule. Dabei sollen die Studierenden selbstständig an anspruchsvollen

B. Besonderer Teil

§ 50 Bachelorstudiengang Internet und Online-Marketing
gültig ab WiSe26/27 (technische Version P012)

Aufgabenstellungen aus dem Studienggebiet mitarbeiten und die fachlichen Anforderungen, die unternehmerische Arbeitsweise und das betriebliche Umfeld bei Planung, Entwicklung und Umsetzung von Online-Strategien und -Projekten kennenlernen. Über das Verpflichtende Praktische Studiensemester wird ein Vertrag zwischen dem oder der Studierenden und dem Unternehmen geschlossen. Dieser Vertrag muss die folgenden Angaben enthalten:

- Übersicht der zu bearbeitenden Aufgabenstellungen
- Betreuerin oder Betreuer seitens der Hochschule
- Betreuerin oder Betreuer seitens des Unternehmens

Der Arbeitsvertrag für die betriebliche Ausbildung muss über mindestens 22 Wochen abgeschlossen werden. Die Gesamtdauer der betrieblichen Ausbildung muss mindestens 95 volle Tage (Präsenztage) innerhalb von sechs Monaten umfassen. Bei Krankheit, Betriebsschließungen usw. muss der Vertrag entsprechend verlängert werden. Es wird empfohlen, die Prüfungen im Verpflichtenden Praktischen Studiensemester auf Wiederholungsprüfungen zu beschränken.

Die oder der Studierende berichtet seiner Hochschulbetreuerin oder seinem Hochschulbetreuer regelmäßig über den Verlauf des Verpflichtenden Praktischen Studiensemesters. Über die Ausbildung im Unternehmen sind von den Studierenden nach Vorgabe des Praxisamtes ein Tätigkeitsnachweis und ein Bericht anzufertigen. Auf Grundlage dieses Berichtes entscheidet die Betreuerin oder der Betreuer und im Widerspruchsfall der Prüfungsausschuss, ob die oder der Studierende das Verpflichtende Praktische Studiensemester erfolgreich abgeschlossen hat.

6. Bachelorarbeit (inklusive Kolloquium)

Das Modul „Bachelorarbeit (inkl. Kolloquium)“ umfasst insgesamt 15 ECTS. Davon entfallen 10 ECTS auf die Bachelorarbeit und 5 ECTS auf das Kolloquium und die Teilnahme an 10 hochschulöffentlichen Vorträgen.

Das Modul darf nur begonnen werden, wenn alle Module der ersten vier Studiensemester sowie das Verpflichtende Praktische Studiensemester erfolgreich abgeschlossen sind.

Thema, Aufgabenstellung und Umfang der Bachelorarbeit sind von der Aufgabenstellerin oder dem Aufgabensteller so zu begrenzen, dass der Arbeitsaufwand 10 ECTS entspricht. Die Bachelorarbeit ist spätestens sechs Monate nach dem Ausgabetag im Prüfungsamt der Hochschule Ravensburg-Weingarten oder bei der Erstgutachterin oder dem Erstgutachter der Bachelorarbeit abzugeben. Die Ergebnisse der Bachelorarbeit müssen im Rahmen eines Kolloquiums vorgestellt und verteidigt werden. Das Kolloquium wird als 45-minütiger, hochschulöffentlicher wissenschaftlicher Fachvortrag mit Diskussion durchgeführt.

B. Besonderer Teil

§ 50 Bachelorstudiengang Internet und Online-Marketing
gültig ab WiSe26/27 (technische Version P012)

Das Modul gilt zudem nur dann als erfolgreich abgeschlossen, wenn die bzw. der Studierende im Laufe ihres bzw. seines Studiums zusätzlich an mindestens 10 hochschulöffentlichen Online-Marketing-Vorträgen aus dem Studiengbiet als Zuhörer oder ZuhörerIn teilgenommen hat. Als hochschulöffentliche Vorträge gelten insbesondere Präsentationen zu Abschlussarbeiten, aber auch andere von der Studiengangsleitung genehmigte Vorträge, z. B. Gastvorträge oder Berufungsvorträge. Die Teilnahme an einem Vortrag muss durch Unterschrift des jeweiligen Referenten oder die Unterschrift eines Professors bzw. einer Professorin bestätigt werden.

Tabelle 1: Bachelorstudiengang Internet und Online-Marketing
Grundstudium

Kategorie	Modul	Art	Zugeordnetes Fachsemester			Benotete Prüfungsleistung
			1	2	3	
			ECTS/ SWS	ECTS/ SWS	ECTS/ SWS	
Marketing 1	Einführung in das Marketing	V+Ü	5/4			K90
Online-Marketing 1	Einführung in das Online-Marketing	V+Ü	5/4			K90
Online-Marketing 2	Toolkompetenz für Online-Marketer	V+Ü	5/4			PA
Online-Marketing 3	Social Media Marketing	V+Ü	5/4			K90
E-Business 1	Einführung in E-Business	V+Ü	5/4			K90
Internet 1	Webgestaltung 1	V+Ü	5/4			K90 oder PF
BWL 1	Einführung in die Wirtschaftswissenschaften	V+Ü		5/4		K90
Internet 2	Architektur des Internets	V+Ü		5/4		K90
Online-Marketing 4	Suchmaschinenmarketing	V+Ü		5/4		PA
Online-Marketing 5	Web Usability und Nutzerinteraktion	V+Ü		5/4		PA
Internet 3	Webgestaltung 2	V+Ü		5/4		PF
BWL 2	Innovative Geschäftsmodelle und Internetökonomie	V+Ü		5/4		K90
Schlüsselkompetenz 1	Präsentation und Medienkompetenz	V+Ü			5/4	PF
Schlüsselkompetenz 2	Professional English	S			5/4	PF
Data Science 1	Marketing Intelligence und Künstliche Intelligenz	V+Ü			5/4	K90
E-Business 2	E-Business-Anwendungen	V+Ü			5/4	K90
Online-Marketing 6	KI-gestütztes Content Marketing	V+Ü			5/4	PA
Internet 4	Mobile Applikationen für Online-Marketer	V+Ü			5/4	PF
Summe ECTS/SWS			30/24	30/24	30/24	

B. Besonderer Teil

§ 50 Bachelorstudiengang Internet und Online-Marketing
gültig ab WiSe26/27 (technische Version P012)

Tabelle 2: Bachelorstudiengang Internet und Online-Marketing

Hauptstudium

Kategorie	Modul	Art	Zugeordnetes Fachsemester				Benotete Prüfungsleistung
			4	5	6	7	
			ECTS/ SWS	ECTS/ SWS	ECTS/ SWS	ECTS/ SWS	
E-Business 3	Customer Relationship Management	V+Ü	5/4	Verpflichtendes Praktisches Studiensemester			K90
Data Science 2	Data Mining und Big Data	V+Ü	5/4				PA
BWL 3	Bilanzrecht und Reporting	V+Ü	5/4				K90
BWL 4	Kosten- und Leistungsrechnung	V+Ü	5/4				K90
Schlüsselkompetenz 3	Projektmanagement	V+Ü	5/4				K90
Marketing 2	Cross Media Management	V+Ü	5/4				K90 oder PA
Schlüsselkompetenz 4	Wissenschaftliches Arbeiten	V+Ü			5/4		D
Internet 5	Hyperautomatisierung für Online-Marketer	V+Ü			5/4		K90 oder PF
Online-Marketing 7	Projektarbeit Online-Marketing	S			5/4		D
Schlüsselkompetenz 5	Gesellschaftliche Auswirkungen der Digitalisierung	S			5/4		D
Online-Marketing 8	Planspiel Digital Entrepreneurship	V+Ü			5/4		PF
Wahlmodul 1	Wahlmodul	V+Ü			5/4		§ 50 (3)
Wahlmodul 2	Wahlmodul	V+Ü				5/4	§ 50 (3)
Schlüsselkompetenz 6	Soziale Interaktion und Mitarbeiterführung	V+Ü				5/4	K90
Online-Marketing 9	E-Commerce-Werkstatt	V+Ü				5/4	PA
Bachelorarbeit	Bachelorarbeit (inkl. Kolloquium)	B				15/0	BA
Summe ECTS/SWS			30/24	30/0	30/24	30/12	