§ 50 Bachelorstudiengang Internet und Online-Marketing

(1) Studienstruktur

Das Studium „Internet und Online-Marketing" umfasst 35 Module in sieben Semestern und schließt mit der Bachelor-Prüfung ab. Vergeben wird der Grad Bachelor of Science. Für den erfolgreichen Abschluss des Studiums sind Lehrveranstaltungen im Umfang von 180 Credits (Kreditpunkte nach ECTS, European Credit Transfer System) erforderlich. Die Gesamtsumme von 210 ECTS ergibt sich aus 6 Semestern Theorie mit je 30 ECTS und einem 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	**B**	Bachelorarbeit	**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	Bachelor Prüfung	**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-

Weingarten oder aus dem Lehrangebot anderer inländischer oder ausländischer Hochschulen und Universitäten gewählt werden. Als Wahlmodule können nur Module gewählt werden, die

1. inhaltlich von Pflichtmodulen und anderen belegten Modulen deutlich verschieden sind, die
2. dem thematischen Umfeld des Studiengangs „Internet und Online-Marketing" zuzuordnen sind und die
3. 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 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 Praktikantenstelle entscheidet das Praktikantenamt.

Die Betreuung während des 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 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 Aufgabenstellungen aus dem Studiengebiet 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 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

Die Bachelorarbeit 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 12 ECTS entspricht. Die Bachelorarbeit ist spätestens sechs Monate nach dem Ausgabetag im Prüfungsamt der Hochschule Ravensburg-Weingarten oder beim Erstgutachter der Bachelorarbeit abzugeben. Die Ergebnisse der Bachelorarbeit müssen in einem 45-minütigen hochschulöffentlichen Vortrag präsentiert werden.

Das 2 SWS/3 ECTS-Modul „Begleitseminar Bachelorarbeit" dient dazu, vorbereitend zur Bachelorarbeit Aspekte wissenschaftlichen Arbeitens und Schreibens zu wiederholen, zu vermitteln und zu vertiefen – insbesondere auch, aber nicht nur das Schreiben eines Exposés. Das Modul gilt zudem nur dann als erfolgreich abgeschlossen, wenn die/der Studierende im Laufe ihres/seines Studiums zusätzlich an mindestens 10 hochschulöffentlichen Online-Marketing-Vorträgen aus dem Studiengebiet als Zuhörer 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**	**Zugeordnetes Fachsemester**				**Benotete Prüfungs-leistung**
			1	2	3	
		Art	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			PA
BWL 1	Einführung in die Wirtschaftswissenschaften	V+Ü		5/4		K90
Internet 2	Architektur des Internet	V+Ü		5/4		K90
Online-Marketing 4	Suchmaschinenmarketing	V+Ü		5/4		PA
Online-Marketing 5	Web Usability & 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 oder PF
Schlüsselkompetenz 1	Präsentation & Medienkompetenz	V+Ü			5/4	PF
Schlüsselkompetenz 2	Wissenschaftliches Arbeiten	V+Ü			5/4	D
Business Intelligence 1	Business Intelligence - Praktische Umsetzung einer BI-Architektur	V+Ü			5/4	K90
E-Business 2	E-Business Anwendungen	V+Ü			5/4	K90
Online-Marketing 6	Schreiben fürs Web	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**	

Tabelle 2: Bachelorstudiengang Internet und Online-Marketing

Hauptstudium

Module	**Lehrveranstaltungen**	**Zugeordnetes Fachsemester**					**Benotete Prüfungs-leistung**
			4	5	6	7	
		Art	ECTS/ SWS	ECTS/ SWS	ECTS/ SWS	ECTS/ SWS	
E-Business 3	Customer Relationship Management (CRM)	V+Ü	5/4	Praktisches Studiensemester			K90
Business Intelligence 2	Data Mining & Big Data	V+Ü	5/4				PA
BWL 3	Bilanzrecht & Reporting	V+Ü	5/4				K90
BWL 4	Kosten- & Leistungsrechnung	V+Ü	5/4				K90
Schlüsselkompetenz 3	Professional English1	S	5/4				PF
Marketing 2	Cross Media Management	V+Ü	5/4				K90
Schlüsselkompetenz 4	Projektmanagement	V+Ü			5/4		K90
Internet 5	Internet der Dinge	V+Ü			5/4		K90
Online-Marketing 7	E-Commerce-Werkstatt	V+Ü			5/4		PA
Schlüsselkompetenz 5	Gesellschaftliche Auswirkungen der Digitalisierung	S			5/4		D
Online-Marketing 8	Planspiel Digital Entrepreneurship	V+Ü			5/4		PF
Wahlmodul 1	Wahlfach	V+Ü			5/4		§ 50 (3)
Wahlmodul 2	Wahlfach	V+Ü				5/4	§ 50 (3)
Schlüsselkompetenz 6	Soziale Interaktion & Mitarbeiterführung	V+Ü				5/4	K90
Online-Marketing 9	Projektseminar Online-Marketing	S				5/4	D
Schlüsselkompetenz 7	Begleitseminar Bachelorarbeit	S				3/2	D
Bachelorarbeit	Bachelorarbeit incl. Abschluss-Kolloquium2	B				12/0	BA
Summe ECTS/SWS			**30/24**	**30/0**	**30/24**	**30/14**	