

Akkreditierungsbericht

Studiengang: Internet & Online-Marketing

Abschluss	Bachelor of Science (B.Sc.)
Studiendauer	7 Semester
Studienform	Vollzeit
Fakultät	Elektrotechnik und Informatik
Aufnahme des Studienbetriebs	WS 2016/2017
Peer-Review am	06.06.2016
Akkreditierung am	15.12.2016
Akkreditierung bis	14.12.2021
Auflagen	2
Stand der Auflagenerfüllung	Auflagen erfüllt

Inhalt:

1	Gutachterinnen und Gutachter des Peer Reviews	2
2	Profil des Studiengangs	2
3	Zusammenfassende Beurteilung durch die Gutachtergruppe	3
3.1	SWOT-Analyse	3
3.2	Erfüllung der Kriterien für die Akkreditierung von Studiengängen	4
3.3	Empfehlungen der Gutachtergruppe.....	5
3.4	Auflagen aus Sicht der Gutachtergruppe.....	6
4	Interne Akkreditierung des Studiengangs	6
5	Umgang des Studiengangs mit den Empfehlungen und Auflagen	6

1 Gutachterinnen und Gutachter des Peer Reviews

Dr. Jens Kolb	Vertreter der Berufspraxis	Lemonize GmbH Bernstadt CEO
Dipl.-Betriebsw. (FH) Michael Herrling		MARKTPRAXIS Agentur für Marketing Ravensburg Marketingberater
Prof. Dr. Manfred Rössle	Externe Vertreter der Wissenschaft	Hochschule Aalen Lehrgebiete: Logistik, Inte- grierte Anwendungssysteme, Management-Informations- und ERP-Systeme
Prof. Dr. Simon Wiest		Hochschule der Medien Stutt- gart Lehrgebiete: Informatik, Inter- aktive Medien, Internet
Prof. Dr. Jörg Wendorff	Prorektor für Didaktik, Weiterbildung und Studentisches Leben	Hochschule Ravensburg-Weingarten
Prof. Ekkehard Löhmann	Dekan der Fakultät Elekt- rotechnik und Informatik	
Prof. Dr. Peter Philippi-Beck	Vertreter der Nachbarfakultät	
Prof. Dr. Maria Mischo-Kelling	Stellv. Gleichstellungsbe- auftragte	
Florian Kaupp	Vertreter der Studierendenschaft 1. Vorsitzender des Stu- deirendenparlaments Studierender Angewandte Informatik	

2 Profil des Studiengangs

Der Bachelorstudiengang „Internet & Online-Marketing“ ist als Vollzeitstudium mit 7 Semestern konzipiert. Studienbeginn ist ausschließlich im Wintersemester.

Im Mittelpunkt des Studiengangs steht die digitale Beziehung zwischen Konsumenten und Unternehmen (B2C, Business-to-Consumer). Die Studierenden lernen, wie Unternehmen

Social Media zur Kundenkommunikation einsetzen, wie Suchmaschinen funktionieren und wie das Verhalten von Internetnutzern auf Websites erfasst und analysiert werden kann. Ebenso wird thematisiert, wie Websites nutzerfreundlicher gestaltet werden können. Das Studium enthält Fächer wie „Suchmaschinenmarketing“, „Schreiben fürs Web“, „Mobile Applikationen“ oder „Usability Engineering und Nutzerinteraktion“.

Innerhalb von Projektarbeiten und dem Praxissemester setzen die Studierenden das theoretisch erlernte Wissen in die Praxis um. Absolventinnen und Absolventen arbeiten beispielsweise in Online-Redaktionen von Verlagen, in der Online-Pressearbeit oder in Marketing-Abteilungen und Social Media Teams mittelständischer und großer Unternehmen.

3 Zusammenfassende Beurteilung durch die Gutachtergruppe

3.1 SWOT-Analyse

Die Gutachtergruppe weist die erkennbare Abgrenzung des Profils zur „Wirtschaftsinformatik“ als deutliche Stärke des Studiengangs aus. Gleichzeitig erkennen sie die Verbindung zu den Stärken des Wirtschaftsinformatik-Studiengangs an: Die Lehrenden bilden ein gemeinsames Team und es herrscht eine starke Corporate Identity und zielorientiertes Arbeiten.

Eine Stärke des Studiengangs ist auch, dass er erfahrungsgemäß Frauen stärker anspricht als ein Studiengang „Wirtschaftsinformatik“.

Die Gutachtergruppe sieht zudem das Profil von „Internet & Online-Marketing“ für die Industrie als relevant an. Es entspricht aktuellen Anforderungen und ist damit eine weitere Stärke des Studiengangs.

Als Schwächen weist die Gutachtergruppe die im Curriculum nicht erkennbare Organisation der Lerninhalte im Sinne des selbstorganisierten Lernens aus. Ziel muss sein, den eigenen Lernprozess zu fördern.

Ebenso ist die Vermittlung von relevanten mathematisch-statistischen Grundlagen, z. B. SEO (Search Engine Optimization) und Big Data nicht klar erkennbar.

Eine weitere Schwäche des Studiengangs ist, dass das spätere Berufsfeld der Absolventinnen und Absolventen noch nicht ausreichend klar ist.

3.2 Erfüllung der Kriterien für die Akkreditierung von Studiengängen

Die Gutachtergruppe sieht die Kriterien für die Akkreditierung von Studiengängen¹, soweit für den Studiengang relevant, mit Ausnahme von 2.9 als erfüllt an:

Kriterium	Status	Bemerkungen
2.1 Qualifikationsziele des Studiengangskonzeptes	erfüllt	
2.2 Konzeptionelle Einordnung des Studiengangs in das Studiensystem	erfüllt	
<p>2.3 Studiengangskonzept</p> <p>Das Studiengangskonzept umfasst die Vermittlung von Fachwissen und fachübergreifendem Wissen sowie von fachlichen, methodischen und generischen Kompetenzen.</p> <p>Es ist in der Kombination der einzelnen Module stimmig im Hinblick auf formulierte Qualifikationsziele aufgebaut und sieht adäquate Lehr- und Lernformen vor. Ggf. vorgesehene Praxisanteile werden so ausgestaltet, dass Leistungspunkte (ECTS) erworben werden können.</p> <p>Es legt die Zugangsvoraussetzungen und ggf. ein adäquates Auswahlverfahren fest sowie Anerkennungsregeln für an anderen Hochschulen erbrachte Leistungen gemäß der Lissabon Konvention und außerhochschulisch erbrachte Leistungen. Dabei werden Regelungen zum Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung getroffen. Ggf. vorgesehene Mobilitätsfenster werden curricular eingebunden.</p> <p>Die Studienorganisation gewährleistet die Umsetzung des Studiengangskonzeptes.</p>	erfüllt	Es wird empfohlen, dass Veranstaltungen, die der Studiengang mit der Wirtschaftsinformatik gemeinsam hat, nicht so technisch werden wie im Studiengang Wirtschaftsinformatik.
2.4 Studierbarkeit	erfüllt	
<p>2.5 Prüfungssystem</p> <p>Die Prüfungen dienen der Feststellung, ob die formulierten Qualifikationsziele erreicht wurden. Sie sind modulbezogen sowie wissens- und kompetenzorientiert. Jedes Modul schließt i.d.R. mit einer das gesamte Modul umfassenden Prüfung ab. Der Nachteilsausgleich für behinderte Studierende hinsichtlich zeitlicher und formaler Vorgaben im Studium sowie bei allen abschließenden</p>	erfüllt	Die Gutachtergruppe empfiehlt, ausgewogenere Zusammensetzungen von Prüfungsformen für die zu erwerbenden Kompetenzen zu erarbeiten.

¹ Regeln für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung. Beschluss des Akkreditierungsrates vom 08.12.2009, zuletzt geändert am 20.02.2013, S. 11-13.

oder studienbegleitenden Leistungsnachweisen ist sichergestellt. Die Prüfungsordnung wurde einer Rechtsprüfung unterzogen.		
2.6 Studiengangsbezogene Kooperationen	nicht relevant	
2.7 Ausstattung	erfüllt	
2.8 Transparenz und Dokumentation Studiengang, Studienverlauf, Prüfungsanforderungen und Zugangsvoraussetzungen einschließlich der Nachteilsausgleichsregelungen für Studierende mit Behinderung sind dokumentiert und veröffentlicht.	erfüllt	Die Gutachtergruppe empfiehlt erwartete Grundlagen, z. B. in Mathematik oder Programmierung in den Modulbeschreibungen deutlicher hervorzuheben. Ebenso wird empfohlen, dass bei Veranstaltungen, die der Studiengang mit der Wirtschaftsinformatik gemeinsam hat, die spezifischen Schwerpunkte und Lernziele in den Modulbeschreibungen deutlicher gemacht werden.
2.9 Qualitätssicherung und Weiterentwicklung Ergebnisse des hochschulinternen Qualitätsmanagements werden bei den Weiterentwicklungen des Studienganges berücksichtigt. Dabei berücksichtigt die Hochschule Evaluationsergebnisse, Untersuchungen der studentischen Arbeitsbelastung, des Studienerfolgs und des Absolventenverbleibs.	nicht erfüllt	Die Gutachtergruppe macht dem Studiengang zur Auflage, die Kommunikation mit (1) den Berufsgruppen sowie (2) mit den Studierenden zu initialisieren. Weiter wird von der Gutachtergruppe zur Auflage erhoben, die Compliance im Sponsorenprogramm der WI sicherzustellen.
2.10 Studiengänge mit besonderem Profilanspruch	nicht relevant	
2.11 Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit	erfüllt	

3.3 Empfehlungen der Gutachtergruppe

Die Gutachtergruppe empfiehlt, ausgewogenere Zusammensetzungen von Prüfungsformen für die zu erwerbenden Kompetenzen zu erarbeiten.

Erwartete Grundlagen, z. B. in Mathematik oder Programmierung sollen in den Modulbeschreibungen deutlicher hervorgehoben werden.

Die Veranstaltungen, die der Studiengang mit der Wirtschaftsinformatik gemeinsam hat, sollten nicht so technisch werden wie im Studiengang Wirtschaftsinformatik, bei gleichen

Veranstaltungen sollen daher die Schwerpunkte und Lernziele in den Modulbeschreibungen deutlicher gemacht werden.

3.4 Auflagen aus Sicht der Gutachtergruppe

Die Gutachtergruppe macht zur Auflage,

- (1) die Kommunikation des Studiengangs mit den Berufsgruppen zu initialisieren.
- (2) Ebenso muss die Kommunikation des Studiengangs mit der Bezugsgruppe Studierende initialisiert werden.
- (3) Weiter erhält der Studiengang aus Sicht der Gutachtergruppe die Auflage die Compliance im Sponsorenprogramm der Wirtschaftsinformatik sicherzustellen.

4 Interne Akkreditierung des Studiengangs

Der Senat hat sich dem Votum der Gutachtergruppe mit Ausnahme der Auflage 3 angeschlossen, da Complainceregelungen hinsichtlich Sponsorenprogramme studiengangübergreifend gelten. Der Studiengang wurde am 15.12.2016 unter dem Vorbehalt der Erfüllung der genannten Auflagen (1) und (2) akkreditiert.

5 Umgang des Studiengangs mit den Empfehlungen und Auflagen

Die Kommunikation mit den Bezugsgruppen wurde initiiert: Ein Beirat mit externen Vertreterinnen und Vertretern wurde eingerichtet. Die Bezugsgruppe Studierende wurde u.a. über die Studienkommission miteingebunden. Der Senat hat in seiner Sitzung vom 11.05.2017 die Erfüllung der Auflagen festgestellt.