

§ 50 Bachelorstudiengang Internet & Online-Marketing

(1) Studienstruktur

Das Studium Internet & 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 (European Credit Transfer System) erforderlich. Die Gesamtsumme von 210 ECTS ergibt sich aus sechs 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

Die Studierenden können für die beiden Wahlmodule Veranstaltungen aus einer Liste von Wahlfächern wählen, die zu Beginn von jedem Semester veröffentlicht wird. In dieser Liste wird die Art der Lehrveranstaltung und der Prüfungsleistung veröffentlicht.

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 fünf ECTS anerkannt.

Weitere Wahlmodule können auf Antrag und nach Genehmigung durch die Studiengangsleitung aus dem Lehrangebot anderer Studiengänge der Hochschule Ravensburg-Weingarten und aus dem Lehrangebot anderer inländischer oder ausländischer Hochschulen und Universitäten gewählt werden. Lehrveranstaltungen sind so zu wählen, dass mindestens die geforderte Anzahl an ECTS erreicht wird. Als Wahlmodule können nur Module bzw. Lehrveranstaltungen gewählt werden, die inhaltlich von Pflichtmodulen und anderen belegten Modulen bzw. Lehrveranstaltungen deutlich verschieden sind. Die im Wahlmodulbereich geforderte Zahl von ECTS kann gegebenenfalls überschritten werden. Dies ist dann der Fall, wenn die oder der Studierende zum Erreichen der geforderten Zahl von ECTS noch ein weiteres Modul bzw. Lehrveranstaltung benötigt.

Alle anderen frei gewählten Module bzw. Lehrveranstaltungen sind Zusatzmodule bzw. Zusatzfächer. Sie 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 Praktikantenstelle entscheidet das Praktikantenamt.

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 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 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 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. 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 Studien-semester 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 abzugeben. Die Ergebnisse der Bachelorarbeit müssen in einem 45-minütigen hochschulöffentlichen Vortrag präsentiert werden.

Teil der Bachelorprüfung ist ein Online-Marketing-Seminar. Das Online-Marketing-Seminar gilt dann als erfolgreich abgeschlossen, wenn die/der Studierende im Laufe ihres/seines Studiums an mindestens zehn hochschulöffentlichen 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 von Industrievertretern oder Berufungsvorträge. Die Teilnahme an einem Vortrag muss durch Unterschrift des jeweiligen Referenten oder die Unterschrift eines Professors bzw. einer Professorin des jeweiligen Studiengangs bestätigt werden.

**Tabelle 1: Bachelorstudiengang Internet & Online-Marketing
Grundstudium**

Module	Lehrveranstaltungen	Zugeordnetes Fachsemester				Benotete Prüfungsleistung
			1	2	3	
		Art	ECTS/SWS	ECTS/SWS	ECTS/SWS	
Einführung in das Marketing	Einführung in das Marketing	V+Ü	5/4			K90
Einführung in das Online-Marketing	Einführung in das Online-Marketing	V+Ü	5/4			K90
Toolkompetenz für Online-Marketer	Toolkompetenz für Online-Marketer	V+Ü	5/4			PA
Geschäftsprozesse	Geschäftsprozesse	V+Ü	5/4			K90
E-Business & E-Commerce	Einführung in E-Business	V	5/4			K90
	Einführung in E-Commerce					
Webgestaltung 1	Webgestaltung 1	V+Ü	5/4			PA
Einführung in die Wirtschaftswissenschaften	Einführung in die Wirtschaftswissenschaften	V+Ü		5/4		K90
Architektur des Internet	Architektur des Internet	V+Ü		5/4		K90
Erfolgreich studieren	Wissenschaftliches Arbeiten	V+Ü		5/4		D
	Kreativitätstechniken					
Usability Engineering & Nutzerinteraktion	Usability Engineering & Nutzerinteraktion	V+Ü		5/4		K90
Webgestaltung 2	Webgestaltung 2	V+Ü		5/4		PA
Digitale Wirtschaft	Innovative Geschäftsmodelle	V		5/4		K90
	Internetökonomie					
Präsentation & Rhetorik	Präsentation & Rhetorik	V+Ü			5/4	R
Unternehmens- & IT-Recht	Unternehmens- & IT-Recht	V+Ü			5/4	K90
Business Intelligence 1	Business Intelligence - Praktische Umsetzung einer BI	V			5/4	K90
E-Business Anwendungen	E-Business Anwendungen	V+Ü			5/4	K90
Schreiben fürs Web	Schreiben fürs Web	V+Ü			5/4	K90
Mobile Applikationen	Mobile Applikationen für Online-Marketer	V+Ü			5/4	PA
Summe ECTS/SWS			30/24	30/24	30/24	

**Tabelle 2: Bachelorstudiengang Internet & Online-Marketing
Hauptstudium**

Module	Lehrveranstaltungen	Zugeordnetes Fachsemester					Benotete Prüfungsleistung	
			4	5	6	7		
		Art	ECTS/SWS	ECTS/SWS	ECTS/SWS	ECTS/SWS		
Customer Relationship Management	Customer Relationship Management (CRM)	V+Ü	5/4	Praktisches Studiensemester			K90	
Business Intelligence 2	Data Mining & Big Data	V+P	5/4				PA	
Bilanzrecht & Reporting	Bilanzrecht & Reporting	V+Ü	5/4				K90	
Kosten- & Leistungsrechnung	Kosten- & Leistungsrechnung	V+Ü	5/4				K90	
Professional English	Professional English ¹	S	5/4				PF	
Suchmaschinenmarketing	Suchmaschinenmarketing	V+Ü	5/4				PA	
Projektmanagement	Projektmanagement	V+Ü				5/4	K90	
Internet der Dinge	Internet der Dinge	V+Ü				5/4	K90	
Startup Werkstatt	Startup Werkstatt	V+Ü				5/4	PA	
Nachhaltigkeit	Nachhaltigkeit in der E-Society	S				5/4	S	
Wahlmodul 1	Wahlfach 1	V				5/4	§ 50 (3)	
Wahlmodul 2	Wahlfach 2	V				5/4	§ 50 (3)	
Soziale Interaktion & Mitarbeiterführung	Soziale Interaktion & Mitarbeiterführung	V+Ü					5/4	K90
Projektseminar Online-Marketing	Projektarbeit Online-Marketing	PR					5/4	D
Projektseminar Social Media	Projektarbeit Social Media	PR					5/4	D
Abschlussmodul	Online-Marketing-Seminar	S					3/0	BA
	Bachelorarbeit incl. Abschluss-Kolloquium ²	B					12/0	
Summe ECTS/SWS			30/24		30/0	30/24	30/12	

¹ Level B2 nach dem europäischen Referenzrahmen für Sprachen.

² Das Abschluss-Kolloquium zur Bachelorarbeit geht zu 15 % in die Note der Bachelorarbeit ein.