

Bachelor-Studiengang Internet & Online-Marketing

(1) Studienstruktur

Das Studium „Internet & Online-Marketing“ umfasst 34 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 Credits ergibt sich aus 6 Semestern Theorie mit je 30 Credits und einem Praktischen Studiensemester mit 30 Credits.

(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:

Art der Veranstaltung	V	Vorlesung
	Ü	Übung
	S	Seminar
	PR	Projekt
	B	Bachelor-Prüfung
Art der Leistung	BA	Bachelor-Arbeit
	K (xx)	Klausur mit Dauer in xx Minuten
	PF	Portfolio
	PA	Praktische Arbeit
	R	Referat
	D	Dokumentation
	M	Mündliche Prüfung
Umfang der Leistung	SWS	Zahl der Semesterwochenstunden

(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 die 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 5 Credits 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 Credits 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 Credits kann gegebenenfalls überschritten werden. Dies ist dann der Fall, wenn die Studierende oder der Studierende zum Erreichen der geforderten Zahl von Credits 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 Studierende oder der Studierende mindestens 90 Credits 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 Studienseesters 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 Studienseester wird ein Vertrag zwischen dem/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 6 Monaten umfassen. Bei Krankheit, Betriebsschließungen usw. muss der Vertrag entsprechend verlängert werden. Es wird empfohlen, die Prüfungen im verpflichtenden praktischen Studienseester auf Wiederholungsprüfungen zu beschränken.

Die Studierende oder der Studierende berichtet seiner Hochschulbetreuerin oder seinem Hochschulbetreuer regelmäßig über den Verlauf des praktischen Studienseesters. 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 Studierende oder der Studierende das praktische Studienseester erfolgreich abgeschlossen hat.

(6) **Bachelor-Arbeit**

Die Bachelor-Arbeit darf nur begonnen werden, wenn alle Module der ersten vier Studienseester sowie das Praktische Studienseester erfolgreich abgeschlossen sind.

Thema, Aufgabenstellung und Umfang der Bachelor-Arbeit sind von der Aufgabenstellerin oder dem Aufgabensteller so zu begrenzen, dass der Arbeitsaufwand 12 Credits entspricht. Die Bachelor-Arbeit ist spätestens sechs Monate nach dem Ausgabetag im Prüfungsamt der Hochschule Ravensburg-Weingarten oder beim Erstgutachter der Bachelor-Arbeit abzugeben. Die Ergebnisse der Bachelor-Arbeit müssen in einem 45minütigen hochschulöffentlichen Vortrag präsentiert werden.

Teil der Bachelor-Prüfung 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 10 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 der Wirtschaftsinformatik bestätigt werden.



**Tabelle 1: Bachelor-Studiengang Internet & Online-Marketing
GRUNDSTUDIUM**

Module	Lehrveranstaltung	Art	Zugeordnetes Fachsemester						Prüfungsleistung	
			SWS/ Credits		SWS/ Credits		SWS/ Credits			
			1	2	3	4	5	6	7	
Einführung in das Marketing	Einführung in das Marketing	V+Ü	4	5						K90
Einführung in das Online-Marketing	Einführung in das Online-Marketing	V+Ü	4	5						K90
Toolkompetenz für Online-Marketer	Toolkompetenz für Online-Marketer	V+Ü	4	5						PA
Geschäftsprozesse	Geschäftsprozesse	V+Ü	4	5						K90
E-Business & E-Commerce	Einführung in E-Business	V	4	5						K90
	Einführung in E-Commerce									
Webgestaltung 1	Webgestaltung 1	V+Ü	4	5						PA
Einführung in die Wirtschaftswissenschaften	Einführung in die Wirtschaftswissenschaften	V+Ü			4	5				K90
Architektur des Internet	Architektur des Internet	V+Ü			4	5				K90
Erfolgreich studieren	Wissenschaftliches Arbeiten	V+Ü			4	5				D
	Kreativitätstechniken	V+Ü								
Usability Engineering & Nutzerinteraktion	Usability Engineering & Nutzerinteraktion	V+Ü			4	5				K90
Webgestaltung 2	Webgestaltung 2	V+Ü			4	5				PA
Digitale Wirtschaft	Innovative Geschäftsmodelle	V			4	5				K90
	Internetökonomie	V								
Präsentation & Rhetorik	Präsentation und Rhetorik	V+Ü					4	5		R
Unternehmens- & IT-Recht	Unternehmens- & IT-Recht	V+Ü					4	5		K90
Business Intelligence 1	Business Intelligence – Praktische Umsetzung einer BI-Architektur	V					4	5		K90
E-Business-Anwendungen	E-Business-Anwendungen	V+Ü					4	5		K90
Schreiben fürs Web	Schreiben fürs Web	V+Ü					4	5		K90
Mobile Applikationen	Mobile Applikationen für Online-Marketer	V+Ü					4	5		PA
Summen			24	30	24	30	24	30		

**Tabelle 2: Bachelor-Studiengang Internet & Online-Marketing
HAUPTSTUDIUM**

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

¹ Level B2 nach dem europäischen Referenzrahmen für Sprachen.

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