

Modulhandbuch Bachelorstudiengang Internet & Online-Marketing B.Sc.

Das Modulhandbuch wurde in einer Arbeitsgruppe des Studiengangs Internet & Online-Marketing im LSF überarbeitet.

Die Ergebnisse wurden anschließend in diesem Dokument zusammengeführt.

Inhalt

OM - Grundstudium (1. - 3. Semester).....	7
OM - Hauptstudium (4. - 7. Semester).....	34

Die Lernziele der Module werden entsprechend dem **Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse** eingestuft.

Bachelorabschlüsse:

Wissen und Verstehen	Können (Wissenserschließung)	Formale Aspekte
<p>Wissensverbreiterung:</p> <p>Wissen und Verstehen von Absolventen bauen auf der Ebene der Hochschulzugangsberechtigung auf und gehen über diese wesentlich hinaus.</p> <p>Absolventen haben ein breites und integriertes Wissen und Verstehen der wissenschaftlichen Grundlagen ihres Lerngebietes nachgewiesen.</p> <p>Wissensvertiefung:</p> <p>Sie verfügen über ein kritisches Verständnis der wichtigsten Theorien, Prinzipien und Methoden ihres Studienprogramms und sind in der Lage ihr Wissen vertikal, horizontal und lateral zu vertiefen. Ihr Wissen und Verstehen entspricht dem Stand der Fachliteratur, sollte aber zugleich einige vertiefte Wissensbestände auf dem aktuellen Stand der Forschung in ihrem Lerngebiet einschließen.</p>	<p>Absolventen haben folgende Kompetenzen erworben:</p> <p>Instrumentale Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ihr Wissen und Verstehen auf ihre Tätigkeit oder ihren Beruf anzuwenden und Problemlösungen und Argumente in ihrem Fachgebiet zu erarbeiten und weiterzuentwickeln. <p>Systemische Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - relevante Informationen, insbesondere in ihrem Studienprogramm zu sammeln, zu bewerten und zu interpretieren - daraus wissenschaftlich fundierte Urteile abzuleiten, die gesellschaftliche, wissenschaftliche, und ethische Erkenntnisse berücksichtigen; - selbständig weiterführende Lernprozesse zu gestalten. <p>Kommunikative Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - fachbezogene Positionen und Problemlösungen zu formulieren und argumentativ zu verteidigen; - sich mit Fachvertretern und mit Laien über Informationen, Ideen, Probleme und Lösungen austauschen: 	<p><u>Zugangsvoraussetzung:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Hochschulzugangsberechtigung (s. Anlage 2) - entsprechend den Länderregelungen zum Hochschulzugang für beruflich qualifizierte Bewerber ohne schulische Hochschulzugangsberechtigung <p><u>Dauer:</u></p> <p>(einschl. Abschlussarbeit) 3, 3,5 oder 4 Jahre (180, 210 oder 240 ECTS Punkte)</p> <p>Abschlüsse auf der Bachelor-Ebene stellen den ersten berufsqualifizierenden Abschluss dar.</p> <p><u>Anschlussmöglichkeiten:</u></p> <p>Programme auf Master- (bei herausragender Qualifikation auch direkt auf Promotions-) Ebene, andere Weiterbildungsoptionen</p> <p><u>Übergänge aus der beruflichen Bildung:</u></p> <p>Außerhalb der Hochschule erworbene und durch Prüfung nachgewiesene Qualifikationen und Kompetenzen können bei Aufnahme eines Studiums von der jeweiligen Hochschule durch ein Äquivalenzprüfverfahren in einer Höhe</p>

- Verantwortung in einem Team übernehmen

Angerechnet werden, die den Leistungsanforderungen des jeweiligen Studiengangs entspricht.

Masterabschlüsse:

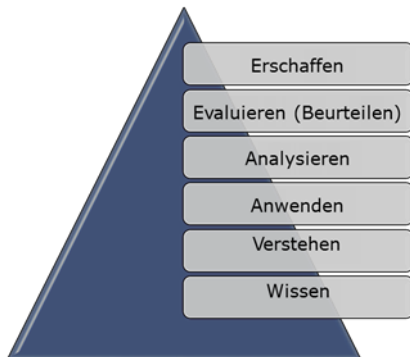
Wissen und Verstehen	Können (Wissenserschließung)	Formale Aspekte
<p>Wissensverbreiterung:</p> <p>Masterabsolventen haben Wissen und Verstehen nachgewiesen, das normalerweise auf der Bachelor-Ebene aufbaut und dieses wesentlich vertieft oder erweitert. Sie sind in der Lage, die Besonderheiten, Grenzen, Terminologien und Lehrmeinungen ihres Lerngebiets zu definieren und zu interpretieren.:</p> <p>Wissensvertiefung:</p> <p>Ihr Wissen und Verstehen bildet die Grundlage für die Entwicklung und/oder Anwendung eigenständiger Ideen. Dies kann anwendungs- oder forschungsorientiert erfolgen. Sie verfügen über ein breites, detailliertes und kritisches Verständnis auf dem neusten Stand des Wissens in einem oder mehreren Spezialbereichen.</p>	<p>Absolventen haben folgende Kompetenzen erworben:</p> <p>Instrumentale Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ihr Wissen und Verstehen sowie ihre Fähigkeiten zur Problemlösung auch in neuen und unvertrauten Situationen anzuwenden, die in einem breiteren oder multidisziplinären Zusammenhang mit ihrem Studienfach stehen. <p>Systemische Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen zu integrieren und mit Komplexität umzugehen; - auch auf der Grundlage unvollständiger oder begrenzter Informationen wissenschaftlich fundierte Entscheidungen zu fällen und dabei gesellschaftliche, wissenschaftliche und ethische Erkenntnisse zu berücksichtigen, die sich aus der Anwendung ihres Wissens und aus ihren Entscheidungen ergeben; - selbständig sich neues Wissen und Können anzueignen - weitgehend selbstgesteuert und/oder autonom eigenständige for-schungs- oder anwendungsorientierte Projekte durchzuführen. <p>Kommunikative Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - auf dem aktuellen Stand von Forschung und Anwendung Fachvertretern und Laien ihre Schlussfolgerungen und die diesen zugrunde 	<p><u>Zugangsvoraussetzungen:</u></p> <p>Für grundständige Studiengänge (Diplom, Magister, Staatsexamen):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hochschulzugangsberechtigung - entsprechend den Länderregelungen zum Hochschulzugang für beruflich qualifizierte Bewerber ohne schulische Hochschulzugangsberechtigung <p>Für die Master-Ebene: Erster berufsqualifizierender Hochschulabschluss mindestens auf Bachelor-Ebene, plus weitere, von der Hochschule zu definierende Zulassungsvoraussetzungen</p> <p><u>Dauer:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - für Masterprogramme 1, 1,5 oder 2 Jahre (60, 90 oder 120 ECTS Punkte) - für grundständige Studiengänge mit Hochschulabschluss 4, 4,5 oder 5 Jahre, einschl. Abschlussarbeit (240, 270 oder 300 ECTS Punkte) - für Studiengänge mit Staatsexamen <p><u>Anschlussmöglichkeiten:</u></p> <p>Promotion, Weiterbildungsoptionen</p> <p><u>Übergänge aus der beruflichen Bildung:</u></p>

- liegenden Informationen und Beweggründe in klarer und eindeutiger Weise zu vermitteln.
- sich mit Fachvertretern und mit Laien über Informationen, Ideen, Probleme und Lösungen auf wissenschaftlichem Niveau auszutauschen
 - in einem Team herausgehobene Verantwortung zu übernehmen

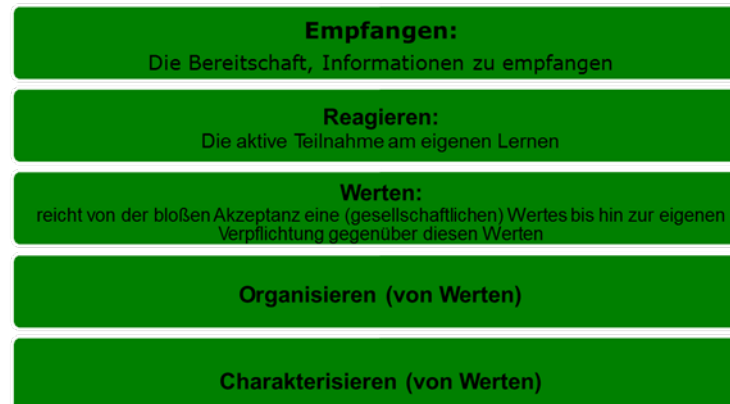
Unbeschadet des Erfordernisses eines ersten berufsqualifizierenden Abschlusses können außerhalb der Hochschule erworbene und durch Prüfung nachgewiesene Qualifikationen und Kompetenzen bei Aufnahme eines Studiums von der jeweiligen Hochschule durch ein Äquivalenzprüfverfahren in einer Höhe angerechnet werden, die den Leistungsanforderungen des jeweiligen Studiengangs entspricht.

Zusätzlich werden den Lernergebnissen Niveaustufen der kognitiven und affektiven Dimension zugeordnet:

Kognitive Dimension:



Affektive Dimension:



Erläuterung der Lehrformen und Prüfungsleistungen:

Die für den erfolgreichen Abschluss erforderlichen Lehrveranstaltungen sowie die zugehörigen Studien- und Prüfungsleistungen ergeben sich aus den nachfolgenden Tabellen. 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 Minuten
PF	Portfolio in Verbindung mit einer Präsentation
PA	Praktische Arbeit
R	Referat/Präsentation
D	Dokumentation
M	Mündliche Prüfung

Umfang der Leistung:

SWS	Zahl der Semesterwochenstunden
-----	--------------------------------

OM - Grundstudium (1. - 3. Semester)

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Einführung in das Marketing
Modulverantwortung	Dr. rer. pol. Professorin Heidi Reichle
Semester	1
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung und Übung
Prüfungsform	Klausur (90 Minuten)
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Unternehmen erbringen ihre Leistungen im Kontext dynamischer Umwelten mit rapidem gesellschaftlichem Wandel und veränderten Bedarfslagen. Deshalb gewinnt eine professionelle Durchführung von Marketingaktivitäten an Bedeutung. Die Planung, Umsetzung und Kontrolle von Marketingaktivitäten basiert auf Marktanforderungen. Unternehmensressourcen werden effizient koordiniert und instrumentielle Entscheidungen werden im Marketingmix systematisch getroffen, um Kunden-, Wettbewerbs- und Unternehmensvorteile zu erzielen. Erfolgswirkungen von Marketingmaßnahmen werden im Marketingcontrolling erfasst.</p> <p>Inhalte dieses Moduls:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen des Marketings - Marketingplanung - Marketingforschung - Marketinginstrumente - Erstellung einer Marketingkonzeption - Marketingcontrolling - Aktuelle Entwicklung im Marketing

Kompetenzen und Lernergebnisse				
Aussage		Niveaustufe	Kompetenz	Kategorie

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Einführung in das Online-Marketing
Modulverantwortung	Dr. Professor Bela Mutschler
Semester	1
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung und Übung
Prüfungsform	Klausur (90 Minuten)
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Online-Marketing umfasst alle Maßnahmen und Aktivitäten, die darauf abzielen, online die Aufmerksamkeit von Menschen auf ein Unternehmen, eine Marke, Produkte oder Leistungen zu lenken und den Verkauf von Produkten und Leistungen zu unterstützen.</p> <p>Inhalte dieses Moduls:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen des Online-Marketing - Grundlagen der Customer Journey - Konversionsoptimierung - Suchmaschinenmarketing - Suchmaschinenwerbung - Suchmaschinenoptimierung - Display Advertising - Social Media Marketing - Web-Analyse - Newsletter-Marketing - Affiliate-Marketing - Neuromarketing

Kompetenzen und Lernergebnisse				
Aussage		Niveaustufe	Kompetenz	Kategorie

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Toolkompetenz für Online-Marketer
Modulverantwortung	Dr. Professor Bela Mutschler
Semester	1
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung und Übung
Prüfungsform	Praktische Arbeit
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Online-Marketing umfasst alle Maßnahmen und Aktivitäten, die darauf abzielen, online die Aufmerksamkeit von Menschen auf ein Unternehmen, eine Marke, Produkte oder Leistungen zu lenken und den Verkauf von Produkten und Leistungen zu unterstützen (vgl. Modul #Online-Marketing 1#). Im Kontext dieser Aufgabe werden von Online-Marketern heute vielfältige Werkzeuge eingesetzt. Ziel dieses Moduls ist es die Studierenden mit den wichtigsten dieser Werkzeuge vertraut zu machen.</p> <p>Inhalte dieses Moduls:</p> <p>Tools im Online-Marketing (Überblick):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Microsoft Excel (Schwerpunkt) - Google Analytics - Google AdWords - SISTRIX - onpage.org - Bing Ads - Facebook Ads - Twitter Ads

Kompetenzen und Lernergebnisse				
Aussage		Niveaustufe	Kompetenz	Kategorie

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Geschäftsprozesse
Modulverantwortung	Dr. Professor Bela Mutschler
Semester	1
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung und Übung
Prüfungsform	Klausur (90 Minuten)
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Die zunehmende Globalisierung der Märkte führt zu einem massiven Kosten- und Wettbewerbsdruck für Unternehmen. In immer kürzeren Entwicklungszyklen müssen innovative Produkte und Dienstleistungen zur Marktreife gebracht sowie neue Formen der Kollaboration innerhalb von und zwischen Unternehmen realisiert werden. Infolge dieser steigenden Dynamik ist ein effektives Geschäftsprozessmanagement erfolgskritisches Instrument für Unternehmen. Im Mittelpunkt dieses Moduls steht die Modellierung von Prozessen, aber auch deren Analyse, Ausführung und Laufzeitkontrolle durch moderne Prozessmanagementsysteme.</p> <p>Inhalte dieses Moduls:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prozessverständnis in Unternehmen - Grundlagen des Prozessmanagements - Phasen des Business Process Lifecycle - Prozessmodellierung mit EPK - Prozessmodellierung mit BPMN - Prozessmanagementkonzepte & -technologien

Kompetenzen und Lernergebnisse

Aussage		Niveaustufe	Kompetenz	Kategorie
---------	--	-------------	-----------	-----------

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	E-Business & E-Commerce
Modulverantwortung	Dr. Professor Bela Mutschler
Semester	1
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung
Prüfungsform	Klausur (90 Minuten)
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Electronic Business (E-Business) bezeichnet gemäß dem Gabler Wirtschaftslexikon #die wirtschaftlichen Möglichkeiten im Zusammenhang mit den globalen digitalen Netzen#. Im Fokus steht dabei die Nutzung von digitalen Informationstechnologien zur Unterstützung von Geschäftsprozessen bzw. geschäftlichen Transaktionen, insbesondere die Unterstützung der Vorbereitungs-, Verhandlungs- und Durchführungsphasen. Dazu werden Geschäftsprozesse bzw. geschäftliche Transaktionen zwischen den beteiligten ökonomischen Partnern über digitale Netzwerke transferiert bzw. abgewickelt. Im Mittelpunkt dieses Moduls stehen die fünf wesentlichen konzeptionellen Bestandteile des E-Business: 1. E-Procurement, 2. E-Marketplace, 3. E-Community, 4. E-Company und 5. E-Shops (auch als Onlineshops bezeichnet). Besonderer Schwerpunkt des Moduls ist das Thema #E-Shop# # die entsprechenden Aktivitäten rund um E-Shops werden auch als #E-Commerce# bezeichnet.</p> <p>Inhalte dieses Moduls:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen des E-Business - E-Procurement - E-Marketplace - E-Community - E-Company

- E-Shops (~ Onlineshops)
- Grundlagen des E-Commerce
- Architektur von Onlineshops
- Funktionen von Onlineshops

Kompetenzen und Lernergebnisse

Aussage		Niveaustufe	Kompetenz	Kategorie
---------	--	-------------	-----------	-----------

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Webgestaltung 1
Modulverantwortung	Dr.-Ing. Professor Christoph Andriessens
Semester	1
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung und Übung
Prüfungsform	Praktische Arbeit
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Das Modul vermittelt die technischen Grundlagen der Gestaltung von Webangeboten.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Einführung in HTML - Einführung in CSS - Einführung in das Programmieren mit JavaScript - Werkzeuge für Webgestaltung -- insbesondere Editoren, Browser und ihre Unterschiede, Entwicklungswerkzeuge im Webbrowser, Prüfprogramme

Kompetenzen und Lernergebnisse

Aussage		Niveaustufe	Kompetenz	Kategorie
---------	--	-------------	-----------	-----------

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Einführung in die Wirtschaftswissenschaften
Modulverantwortung	Dr. rer. pol. Professor Markus Rager
Semester	2
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung und Übung
Prüfungsform	Klausur (90 Minuten)
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Nach der erfolgreichen Teilnahme an diesem Modul kennen die Studierenden grundlegende betriebs- und volkswirtschaftliche Konzepte und Methoden. Die Studierenden sind in der Lage, diese im Gesamtzusammenhang der Wirtschaftswissenschaften einzuordnen. Besonderer Fokus liegt hierbei auf einem informations- und entscheidungsorientierten Ansatz, der den Bezug zu modernen Informations- und Kommunikationssystemen herstellt.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen der Wirtschaftswissenschaften - Grundzüge der Unternehmensführung - Unternehmensziele - Grundzüge der Produktions-, Kosten- und Preistheorie - Planung und Entscheidung - Information und Informationsmanagement - Organisation - Nachhaltigkeit im Unternehmen
Kompetenzen und Lernergebnisse	

Aussage		Niveaustufe	Kompetenz	Kategorie
---------	--	-------------	-----------	-----------

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Architektur des Internet
Modulverantwortung	Dr.-Ing. Professor Christoph Andriessens
Semester	2
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung und Übung
Prüfungsform	Klausur (90 Minuten)
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Das Modul führt in Netzwerke ein (Zeichenkodierung, Dienste, Protokolle, Schichtenarchitektur, Netzwerkkomponenten) und vermittelt auf dieser Grundlage Funktionsweise und Aufbau des Internet unter Berücksichtigung seiner wichtigsten Dienste und Protokolle.</p> <p>Ein Schwerpunkt als Dienst des Internet ist dabei das World Wide Web, seine Architektur und ergänzende Systeme (wie Caching, Proxies, Suchmaschinen, Content Delivery Networks).</p> <p>Die Verwendung und Bedeutung des Internet wird auch über spezielle Anwendungen und auf das Internet aufbauende Architekturen vermittelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cloud Computing: Das Internet als weltweites Rechenzentrum und zentrale Service-Schnittstelle - Plattformen und Anwendungen, bei denen Anwender Inhalt erzeugen <p>Das Modul vermittelt am Rande die nötigsten Grundlagen zu Rechneraufbau und Virtualisierung</p>

Kompetenzen und Lernergebnisse

Aussage		Niveaustufe	Kompetenz	Kategorie
---------	--	-------------	-----------	-----------

Studiengang	Internet & Online-Marketing			
Modul	Erfolgreich studieren			
Modulverantwortung	Dr. Professor Bela Mutschler			
Semester	2			
Vorwissen				
Lehrmethode	Vorlesung und Übung			
Prüfungsform	Dokumentation			
Benotung				
ECTS	5			
Workload				
Inhalt	<p>Grundlagen der Informationsbeschaffung</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissensmanagement - Techniken der Informationsbeschaffung - Wissenschaftliches Arbeiten - Informationsressourcen <p>Grundlagen der Problemlösungs- und Kreativitätstechniken</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gestalten, organisieren und durchführen von Workshops und Meetings - Kommunikation und Störungen in Workshops - Kreativ-intuitive Techniken - Systematisch-logische Techniken 			
Kompetenzen und Lernergebnisse				
Aussage		Niveaustufe	Kompetenz	Kategorie

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Usability Engineering & Nutzerinteraktion
Modulverantwortung	Dr. Professor Bela Mutschler
Semester	2
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung und Übung
Prüfungsform	Klausur (90 Minuten)
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Methoden des Usability Engineering stellen nicht die Anwendungsfunktionalität einer Software, sondern deren Benutzer und deren Interaktionen mit der Software in den Vordergrund (~ Mensch-Maschine-Interaktion). Die Gestaltung der Benutzeroberfläche von Websites, Onlineshops, Webanwendungen ist entscheidend für deren Akzeptanz und Qualität. Benutzerschnittstellen haben deshalb, mit stetig steigender Tendenz, einen hohen Stellenwert im Internet. Daneben dient eine nutzerfreundliche und aufgabenorientierte Bedienoberfläche mehr und mehr auch als Differenzierungs-instrument im Wettbewerb der Produkte. Durch den Rückgriff auf Methoden des Usability Engineering sollen Systeme mit hoher ergonomischer Güte und aufgabengerechter Funktionalität entstehen. Usability Engineering soll dabei nicht als Sammlung zusammenhangloser Einzelmethode eingesetzt werden, sondern muss typischerweise in einem übergeordneten "Lifecycle" zur Anwendung kommen. Die Aktivitäten dieses Lifecycle beginnen dabei bereits weit vor dem eigentlichen User Interface Design und beziehen auch die Nutzungsphase nach Projektende mit ein. Inzwischen existieren zahlreiche Varianten solcher (mehr oder weniger vollständigen) Lifecycle-Modelle.</p> <p>Inhalte dieses Moduls:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Usability & Softwareergonomie - Usability Engineering Prozess - Usability Engineering Modelle - Nutzerorientierung im Web - Interaktionskonzepte im Web

- Gestaltung von Benutzerschnittstellen im Web
- Gestaltung von Benutzeroberflächen von Webanwendungen
- Navigationskonzepte auf Websites und Onlineshops
- Farben und ihre Wirkung

Kompetenzen und Lernergebnisse

Aussage		Niveaustufe	Kompetenz	Kategorie
---------	--	-------------	-----------	-----------

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Webgestaltung 2
Modulverantwortung	Dr.-Ing. Professor Christoph Andriessens
Semester	2
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung und Übung
Prüfungsform	Praktische Arbeit
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Das Modul vertieft Themen aus der Veranstaltung "Webgestaltung 1" und setzt sie in einen größeren Zusammenhang, wie er bei der Erstellung einer Unternehmenswebsite gegeben ist. Im Einzelnen werden behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vertiefung einzelner Themen bei HTML, CSS, JavaScript - Eine erste Hinführung zu Themen des Responsive Design - Einführung in dynamisch erzeugte Webseiten inklusive einer Einführung in Cookies und Ihre Verwendung - Einführung in Content Management Systeme - Einführung in den Umgang mit Anforderungen. Einsatz von Wireframing.

Kompetenzen und Lernergebnisse				
Aussage		Niveaustufe	Kompetenz	Kategorie

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Digitale Wirtschaft
Modulverantwortung	Dr. rer. pol. Professorin Heidi Reichle
Semester	2
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung
Prüfungsform	Klausur (90 Minuten)
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Das Internet verändert in vielfacher Weise die Interaktion zwischen den einzelnen Wirtschaftssubjekten. In diesem Kontext ist von besonderem Interesse, wie sich dadurch ökonomische Grundprinzipien ändern und wie Unternehmen darauf aufbauend neue Geschäftsmodelle entwickeln können. Dementsprechend werden die Studierenden durch das Modul einerseits in die Lage versetzt die ökonomischen Gesetzmäßigkeiten einer vernetzten Wirtschaft zu verstehen. Andererseits können die Studierenden auf dieser Basis innovative Geschäftsmodelle entwickeln.</p> <p>Inhalt:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen Elektronischer Märkte und Plattformen - Suchen, Finden und (Ver-)Kaufen auf elektronischen Märkten - Tauschen, Teilen und soziale Interaktion in elektronischen Netzwerken - Wege in die Selbständigkeit - Entscheidungen bei Existenzgründungen - Erstellung eines Businessplans

Kompetenzen und Lernergebnisse

Aussage		Niveaustufe	Kompetenz	Kategorie
---------	--	-------------	-----------	-----------

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Präsentation und Rhetorik
Modulverantwortung	Dr. rer. pol. Professor Jürgen Friedl
Semester	3
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung und Übung
Prüfungsform	Referat
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Den Studierenden werden für zielorientierte Präsentationen und Vorträge mit selbstsicherem und souveränem Auftreten vorbereitet.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ziele und Inhalte einer Präsentation - Aufbau einer Präsentation - Organisation & Generalprobe - Techniken zur Steigerung der Aufmerksamkeit - Argumentationstechnik und Dramaturgie - Visualisierung und Sprache - Körpersprache - Gestaltung einer Präsentation - Einsatz ausgewählter Medien - Evaluation und Nachbereitung

Kompetenzen und Lernergebnisse

Aussage		Niveaustufe	Kompetenz	Kategorie
---------	--	-------------	-----------	-----------

Studiengang	Internet & Online-Marketing			
Modul	Unternehmens- & IT-Recht			
Modulverantwortung	Dr. rer. pol. Professorin Heidi Reichle			
Semester	3			
Vorwissen				
Lehrmethode	Vorlesung und Übung			
Prüfungsform	Klausur (90 Minuten)			
Benotung				
ECTS	5			
Workload				
Inhalt	<p>Unternehmerisches Handeln unterliegt einem verbindlichen rechtlichen Rahmen. In Abhängigkeit von der Rechtsform sind die Regelungen des Bürgerlichen Rechts, des Handels- und Gesellschaftsrechts, des Steuerrechts und des IT-Rechts von enormer Bedeutung.</p> <p>Inhalte des Moduls:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bürgerliches Recht mit fundamentalen Rechtsbegriffen und der Haftung für Handlung anderer - Handelsrecht mit den Inhalten Kaufmannsbegriff, Handelsregister, Unternehmensübertragung, Firmenrecht, Stellvertretungsrecht und Handelsgeschäfte - Gesellschaftsrecht mit einer Charakterisierung von Einzelunternehmen und wesentlicher Personen- und Kapitalgesellschaften - Steuerrecht mit einer Einführung in die Grundlagen der Steuerarten und des Unternehmenssteuerrechts - IT-Recht mit Vertragsrecht der Informationstechnologien, Recht des elektronischen Geschäftsverkehrs und dem Recht des Datenschutzes 			
Kompetenzen und Lernergebnisse				
Aussage		Niveaustufe	Kompetenz	Kategorie

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Business Intelligence 1
Modulverantwortung	Dr.-Ing. Professor Wolfram Höpken
Semester	3
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung und Übung
Prüfungsform	Praktische Arbeit
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Das Modul #Business Intelligence # Praktische Umsetzung einer BI-Architektur# gibt einen praxisorientierten Einblick in alle Komponenten einer BI-Architektur und behandelt im Einzelnen die Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Data Warehousing und multi-dimensionale Datenmodellierung - ETL # Extraction, Transformation and Load - Reporting & OLAP - Vorgehensweise & Management eines BI-Projekts - BI-Trends und Big Data (noSQL, InMemory-DB, MapReduce/Hadoop) <p>Einen großen Anteil der Vorlesung hat hierbei der praktische Einsatz obiger Techniken mit den Werkzeugen RapidMiner, MS Excel PowerPivot, QlikView sowie SAP BI. Die Vorlesung schließt mit einer praktischen Arbeit zur Umsetzung ausgewählter Komponenten einer BI-Architektur auf Basis der kennengelernten Werkzeuge und Techniken (welche die Prüfungsleistung der Vorlesung darstellt).</p>

Kompetenzen und Lernergebnisse

Aussage		Niveaustufe	Kompetenz	Kategorie
---------	--	-------------	-----------	-----------

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	E-Business-Anwendungen
Modulverantwortung	Dr. Professor Bela Mutschler
Semester	3
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung und Übung
Prüfungsform	Klausur (90 Minuten)
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Im Fokus des Electronic Business (E-Business) steht die Nutzung von digitalen Informationstechnologien zur Unterstützung von Geschäftsprozessen bzw. geschäftlichen Transaktionen. Im Mittelpunkt dieses Moduls steht die Konzeption, Realisierung und Einführung von typischen E-Business-Anwendungen in Unternehmen. Beispiele von E-Business-Anwendungen sind ERP-, CRM, SCM- oder PLM-Anwendungen. Eine besondere Herausforderung ist die Sicherstellung der Interoperabilität der E-Business-Anwendungen in heterogenen, unternehmensübergreifenden Systemlandschaften durch den elektronischen Datenaustausch.</p> <p>Inhalte dieses Moduls:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Konzeption von E-Business-Anwendungen <ul style="list-style-type: none"> o Klassisches Anforderungsmanagement o Agiles Anforderungsmanagement - Realisierung von E-Business-Anwendungen <ul style="list-style-type: none"> o Datenintegration o Anwendungsintegration o Prozessintegration

- Elektronischer Datenaustausch mit XML
- Einführung von E-Business-Anwendungen

Kompetenzen und Lernergebnisse

Aussage		Niveaustufe	Kompetenz	Kategorie
---------	--	-------------	-----------	-----------

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Schreiben fürs Web
Modulverantwortung	Dr. Professor Bela Mutschler
Semester	3
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung und Übung
Prüfungsform	Klausur (90 Minuten)
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Texten auf Websites und in Onlineshops kommt eine ganz besondere Rolle zu, denn es ist der Text über den Botschaften vermittelt werden. Texte müssen heute nicht nur gut, sondern exzellent sein. Exzellente Texte enthalten eine Überschrift, die Lust aufs Lesen macht, eine Botschaft, die jeder Leser schnell und einfach versteht, eine Gliederung, die sich Lesern sofort erschließt, Informationen, die für Leser mehrwertig sind und einen Schreibstil, der beim Lesen Freude bereitet. In diesem Zusammenhang muss aber auch die Frage beantwortet werden, wie man die Besucher eines Webauftritts dazu bringt Texte auch zu lesen. Die Antwort: Text muss sich an Zielgruppen orientieren.</p> <p>Inhalte dieses Moduls:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bedeutung von Text im Web - Prinzipien guter Texte - Wie wird Text im Web gelesen? - Planung und Erstellung von Text - Zielgruppenrelevante Textgestaltung - Text als Teil der Content-Strategie

Kompetenzen und Lernergebnisse

Aussage		Niveaustufe	Kompetenz	Kategorie
---------	--	-------------	-----------	-----------

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Mobile Applikationen
Modulverantwortung	Dr.-Ing. Professor Christoph Andriessens
Semester	3
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung und Übung
Prüfungsform	Praktische Arbeit
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Das Modul vermittelt Kenntnisse zu den Spezifika mobiler Geräte und deren Programmierung. Weitere Inhalte sind</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Einsatzbereiche mobiler Applikationen, - Responsive Design, - die Verwendung von Webtechniken zur Erstellung mobiler Webseiten und mobiler Applikationen, - die Erstellung von mobilen Applikationen mithilfe von Baukästen und Bibliotheken sowie - der Einsatz von Cloud-Plattformen zur Erstellung mobiler Applikationen.

Kompetenzen und Lernergebnisse				
Aussage		Niveaustufe	Kompetenz	Kategorie

OM - Hauptstudium (4. - 7. Semester)

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Customer Relationship Management
Modulverantwortung	Dipl.-Inf. Professorin Eva-Maria Oßwald
Semester	4
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung und Übung
Prüfungsform	Klausur (90 Minuten)
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Kooperative Geschäftsszenarien im E-Business - Einführung in das Kundenbeziehungsmanagement - Kundenbindung, Kundennutzen und Kundenzufriedenheit - Vorgehensmodell für ein CRM-Vorhaben im Unternehmen - Ziele und Strategien des CRM - Analyse und Konzeption bezüglich Customer Relationship Management - Organisatorische Umsetzung - CRM-Systeme: Einordnung, typische Funktionen und Module - Wirtschaftlichkeit von CRM-Projekten - Durchführung von CRM-Projekten - CRM-Controlling

Kompetenzen und Lernergebnisse

Aussage		Niveaustufe	Kompetenz	Kategorie
---------	--	-------------	-----------	-----------

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Business Intelligence 2
Modulverantwortung	Dr.-Ing. Professor Wolfram Höpken
Semester	4
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung und Übung
Prüfungsform	Praktische Arbeit
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Das Modul gibt eine praxisorientierte Einführung in das Gebiet Data Mining und Big Data und vermittelt Grundlagen und Techniken der Datenanalyse. Die Studierenden erlangen praktische Erfahrung in der Anwendung der behandelten Techniken mittels des Data Mining Werkzeugs RapidMiner. Zur Sicherstellung eines maximalen Praxisbezugs wird in der Vorlesung das erlangte Wissen auf Realdaten angewendet.</p> <p>Im Einzelnen werden in dem Modul folgende Themen behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Data Mining <ul style="list-style-type: none"> o Grundlegende Techniken der Datenvorverarbeitung o Explorative Datenanalyse und OLAP o Assoziationsregeln o Supervised Learning (Klassifikation) o Unsupervised Learning (Cluster-Bildung) - Web Data Mining <ul style="list-style-type: none"> o Web-Suche & Linkanalyse o Extraktion strukturierter Daten: Web Crawling & Wrapper-Generierung

- o Social Media Analysen und Sentiment Analysis
- o Web Usage Mining
- o Recommendersysteme und Targeting

Kompetenzen und Lernergebnisse

Aussage		Niveaustufe	Kompetenz	Kategorie
---------	--	-------------	-----------	-----------

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Bilanzrecht & Reporting
Modulverantwortung	Dr. rer. pol. Professorin Heidi Reichle
Semester	4
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung und Übung
Prüfungsform	Klausur (90 Minuten)
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Jedes Unternehmen hat gesetzliche Rechnungslegungspflichten nach Handels- und Steuerrecht zu erfüllen. Bei einer engen Verknüpfung von Handelsrecht und steuerlicher Gewinnermittlung gilt es den Informationsbedürfnissen der Eigenkapital- und der Fremdkapitalgeber gerecht zu werden. Maßgeblich ist ein aussagefähiges Reporting, das den Publizitätspflichten entspricht. Dabei bestehen umfangreiche bilanzpolitische Spielräume, rechtsformspezifische Besonderheiten und nationale bzw. internationale Rechnungslegungsvorschriften.</p> <p>Inhalte des Moduls:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Grundlagen des Bilanzrechts -Jahresabschluss nach Handels- und Steuerrecht -Vergleich zwischen HGB- Rechnungslegung und internationaler Rechnungslegung nach IAS/IFRS -Grundlagen der Bilanzpolitik und der Jahresabschlussanalyse

Kompetenzen und Lernergebnisse				
Aussage		Niveaustufe	Kompetenz	Kategorie

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Kosten- & Leistungsrechnung
Modulverantwortung	Dr. rer. pol. Professor Markus Rager
Semester	4
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung und Übung
Prüfungsform	Klausur (90 Minuten)
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Für den wirtschaftlichen Erfolg unternehmerischer Entscheidungen ist die Analyse und das Management von Kosten und Erlösen von besonderer Bedeutung. Die Studierenden werden durch dieses Modul einerseits in die Lage versetzt, grundlegende Verfahren der Kosten- und Leistungsrechnung auf reale Problemstellungen anzuwenden. Andererseits können die Studierenden das Einsatzspektrum und die Grenzen dieser Verfahren einschätzen. Besonderer Fokus liegt hierbei auf einer entscheidungsorientierten Herangehensweise.</p> <p>Inhalt:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundbegriffe der Kosten- und Leistungsrechnung - Kalkulation - Kostenstellenrechnung - Kostenartenrechnung - Erfolgsrechnung - Entscheidungsunterstützung durch die Kosten- und Leistungsrechnung

Kompetenzen und Lernergebnisse

Aussage		Niveaustufe	Kompetenz	Kategorie
---------	--	-------------	-----------	-----------

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Business English
Modulverantwortung	Dipl.-Soz. Wiss. Fabienne Ronssin
Semester	4
Vorwissen	
Lehrmethode	Seminar
Prüfungsform	Portfolio
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Inhalte:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Da das Arbeitsleben zum größten Teil aus Kommunikation besteht - mit den Hauptzielen 'Informieren-Einfluss nehmen-Überzeugen' - ist Kommunikation auch der Schwerpunkt des Seminars. Während des Kurses entwickeln und vertiefen die Studierenden die Fähigkeiten, erfolgreich zu präsentieren, sich kritisch und kreativ mit wirtschaftlichen und technischen Themen auseinander zu setzen und zu kommunizieren. 2) Das Hör- und Leseverständnis mit besonderem Augenmerk auf Fachterminologie aus den Bereichen des Arbeitslebens wird trainiert. 3) Die Ausbildung eines interkulturellen Bewusstseins begleitet den Lernprozess. Casestudies aus der Berufspraxis tragen dazu bei. 4) Der Aufbau von Schreibfertigkeiten für typische berufsrelevante Situationen ist ebenfalls Bestandteil des Moduls. trainiert.

Kompetenzen und Lernergebnisse				
Aussage		Niveaustufe	Kompetenz	Kategorie

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Suchmaschinenmarketing
Modulverantwortung	Dr. Professor Bela Mutschler
Semester	4
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung und Übung
Prüfungsform	Praktische Arbeit
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Suchmaschinenmarketing (englisch: search engine marketing; SEM) unterteilt sich in zwei Stoßrichtungen: Die Suchmaschinenoptimierung (englisch: search engine optimization; SEO) und die Suchmaschinenwerbung (englisch: search engine advertising; SEA). Im Mittelpunkt des SEO steht die Optimierung der Sichtbarkeit einer Website in den organischen, unbezahlten Suchergebnissen von Suchmaschinen. Im Fokus des SEA steht die Idee, sich in die Ergebnisse von Suchmaschinen einzukaufen. Dazu bieten Suchmaschinen entsprechende Tools, wie z. B. Google AdWords oder BING Ads.</p> <p>Inhalte dieses Moduls:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Begriffliche Grundlagen - Suchmaschinen: Architektur und Funktionsweise - OnPage-Suchmaschinenoptimierung - OffPage-Suchmaschinenoptimierung - Suchmaschinenwerbung mit Google AdWords - Suchmaschinenwerbung mit BING Ads - Optimierung für mobile Endgeräte

Kompetenzen und Lernergebnisse				
Aussage		Niveaustufe	Kompetenz	Kategorie

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Projektmanagement
Modulverantwortung	Dipl.-Inf. Professorin Eva-Maria Oßwald
Semester	6
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung und Übung
Prüfungsform	Klausur (90 Minuten)
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Grundbegriffe, Definitionen und Klassifizierungen des Projektmanagements - Vorbereitung und Organisation eines Projektes - Aufwands- und Zeitschätzungen - Ablauf- und Terminplanung; Balkendiagramme und Netzplantechnik - Ressourcen- und Kostenplanung - Projektsteuerung und -kontrolle - Projektabschluss - Organisatorische Instrumente während der gesamten Projektlaufzeit - Standards und Vorgehensmodelle - Wie entsteht Erfolg im Projekt ?

Kompetenzen und Lernergebnisse				
Aussage		Niveaustufe	Kompetenz	Kategorie

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Internet der Dinge
Modulverantwortung	Dr. rer. pol. Professor Jürgen Friedl
Semester	6
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung und Übung
Prüfungsform	Klausur (90 Minuten)
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Internet der Dinge / Internet of Things (IoT) Basiselemente und Basistechnologien des IoT:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hardware (Sensoren, Aktoren, Datenübertragung, Low-Power-Devices, Embedded Systems, etc) <p>Aufgaben und Entwicklung des IoT:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identifikation von einfachen Dingen - Dinge, die messen und/oder Aktionen durchführen können - Identifikation und Ortung von Menschen (bzw. beliebigen Dingen) - Überwachung und Steuerung entfernter Dinge - Selbststeuernde Software-Agenten für das IoT <p>Anwendungsgebiete und Geschäftsmodelle im IoT:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Intelligente kooperative Assistenz in Geschäftsprozessen - Intelligente Maschinen/Gegenstände/Bauten - Smart Cities & Intelligenter Verkehr - Intelligente Eigenheime - Einsatz biometrischer Analysen

- Internet der Nano-Dinge
- Social Media

Kompetenzen und Lernergebnisse

Aussage		Niveaustufe	Kompetenz	Kategorie
---------	--	-------------	-----------	-----------

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Startup Werkstatt
Modulverantwortung	Dr. Professor Bela Mutschler
Semester	6
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung und Übung
Prüfungsform	Praktische Arbeit
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Das Modul vermittelt Kompetenzen im Bereich der Anwendung und Kombination von Web-Technologien zur Unterstützung und bei der Umsetzung neuer innovativer digitaler Geschäftsmodelle. Im Sinne eines problembasierten Lernens werden die Fertigkeiten im Rahmen der Durchführung eines konkreten Projekts als Gruppenarbeit erworben. Neben der reinen Innovations- und Transferkompetenz werden so auch Kompetenzen im Bereich Projektmanagement und -organisation sowie der Steuerung dynamischer kollaborativer Gruppenprozesse vermittelt.</p> <p>Inhalte dieses Moduls:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identifikation neuer Technologien und potentieller Einsatzmöglichkeiten in der Praxis - Recherche des State-of-the-Art zu einem Problembereich - inhaltliche Erschließung einer ausgewählten Technologie bzw. eines Problembereichs - Umsetzung neuer Technologien in Innovationen bzw. Transfer neuer Technologien in die Praxis - Evaluierung einer Innovation in Bezug auf ihre Praxistauglichkeit und Nutzenstiftung

Kompetenzen und Lernergebnisse				
Aussage		Niveaustufe	Kompetenz	Kategorie

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Nachhaltigkeit
Modulverantwortung	Dr. Professor Bela Mutschler
Semester	6
Vorwissen	
Lehrmethode	Seminar
Prüfungsform	Seminar
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Dieses Modul bietet einen systematischen und umfassenden Einstieg in das Thema Nachhaltigkeit in der E-Society bzw. Konsumgesellschaft. Die Studierenden machen sich mit relevanten Begriffen, Konzepten, Elementen und Themenfeldern von Nachhaltigkeit vertraut. Basierend auf einer einführenden geschichtlichen Herleitung des Nachhaltigkeitsbegriffes werden im Rahmen von Seminararbeiten konkrete Schwerpunkte und Anwendungsbereiche adressiert. Durch die integrierte Betrachtung ökonomischer, ökologischer und sozialer Aspekte wird damit der Vielschichtigkeit und Komplexität der Nachhaltigkeit in der E-Society bzw. Konsumgesellschaft Rechnung getragen.</p> <p>Inhalte dieses Moduls:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen der E-Society - Grundlagen der Nachhaltigkeit - Grundlagen der Konsumgesellschaft - Themenfelder der Nachhaltigkeit - Anwendungsfelder der Nachhaltigkeit - Nachhaltigkeit und Konsum - Green IT

Kompetenzen und Lernergebnisse				
Aussage		Niveaustufe	Kompetenz	Kategorie

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Wahlmodul 1
Modulverantwortung	Dr. Professor Bela Mutschler
Semester	6
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung
Prüfungsform	§X(3)
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>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.</p> <p>Als Wahlmodul kann auch eine Tutorentätigkeit sowie die aktive Mitarbeit in Hochschulgremien oder 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.</p> <p>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.</p> <p>Als Wahlmodule können nur Module bzw. Lehrveranstaltungen gewählt werden, die inhaltlich von Pflichtmodulen und anderen belegten Modulen bzw. Lehrveranstaltungen deutlich verschieden sind.</p>

Kompetenzen und Lernergebnisse

Aussage		Niveaustufe	Kompetenz	Kategorie
---------	--	-------------	-----------	-----------

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Wahlmodul 2
Modulverantwortung	Dr. Professor Bela Mutschler
Semester	6
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung
Prüfungsform	§X(3)
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>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.</p> <p>Als Wahlmodul kann auch eine Tutorentätigkeit sowie die aktive Mitarbeit in Hochschulgremien oder 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.</p> <p>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.</p> <p>Als Wahlmodule können nur Module bzw. Lehrveranstaltungen gewählt werden, die inhaltlich von Pflichtmodulen und anderen belegten Modulen bzw. Lehrveranstaltungen deutlich verschieden sind.</p>

Kompetenzen und Lernergebnisse

Aussage		Niveaustufe	Kompetenz	Kategorie
---------	--	-------------	-----------	-----------

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Soziale Interaktion & Mitarbeiterführung
Modulverantwortung	Dr. Professor Bela Mutschler
Semester	7
Vorwissen	
Lehrmethode	Vorlesung und Übung
Prüfungsform	Klausur (90 Minuten)
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Neben der Vermittlung von Fach- und Methodenkompetenz ist es für Studierende der Wirtschaftsinformatik auch wichtig, soziale Kompetenzen zu erlernen. Die Studierenden bekommen kurz vor ihrem Berufseinstieg einen praxisnahen Einblick in die speziellen Herausforderungen des Unternehmensalltags abseits fachlicher und methodischer Diskussionen. Adressiert werden insbesondere die Herausforderung der sozialen Interaktion und Kommunikation in Unternehmen sowie damit verbundene Probleme und Lösungsansätze.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kommunikation & Körpersprache - Kommunikation im Team - Interkulturelle Kommunikation - Gesprächsführung & Argumentation - Vortragen & Foliengestaltung - Konfliktmanagement - Grundlagen der Mitarbeiterführung

Kompetenzen und Lernergebnisse

Aussage		Niveaustufe	Kompetenz	Kategorie
---------	--	-------------	-----------	-----------

Studiengang	Internet & Online-Marketing			
Modul	Projektseminar Online-Marketing			
Modulverantwortung	Dr. Professor Bela Mutschler			
Semester	7			
Vorwissen				
Lehrmethode	Projekt			
Prüfungsform	Dokumentation			
Benotung				
ECTS	5			
Workload				
Inhalt	<p>Die Studierenden dokumentieren durch die selbstständige Bearbeitung eines Themas aus dem Bereich #Online-Marketing#, dass sie in der Lage sind, praxisrelevante Problemstellungen zu erkennen und systematisch innerhalb eines begrenzten Zeitrahmens zu einem Lösungsansatz zu führen und gegebenenfalls auch umzusetzen. Mögliche Ergebnisse können damit, in Abhängigkeit von der Aufgabenstellung, Marketingkonzepte, Suchmaschinenoptimierungen, Analysen, Tool-Einführungen (auch spezieller Tools, z. B. für die Suchmaschinenoptimierung), Webanwendungen, mobile Apps, Websites oder Onlineshops sein.</p> <p>Das Projekt kann in Einzelarbeit aber auch in Gruppenarbeit mit einer Gruppengröße von maximal 5 Studierenden realisiert werden. Im Falle einer Gruppenarbeit ist das Projekt entsprechend umfangreicher angelegt und die Studierenden müssen ihre Verantwortlichkeiten, ihre Aufgaben und Arbeitspakete im Projektteam eindeutig festlegen und dokumentieren. Ein Gruppenprojekt kann interdisziplinär durch mehrere Professoren betreut werden. Um Projekte auch iterativ durchführen zu können gibt es Projektarbeiten, deren Schwerpunkt auf Recherche und Konzeption liegen, während in darauffolgenden Projekten die Schwerpunkte auf Realisierung und Test liegen können.</p>			
Kompetenzen und Lernergebnisse				
Aussage		Niveaustufe	Kompetenz	Kategorie

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Projektseminar Social Media
Modulverantwortung	Dr. Professor Bela Mutschler
Semester	7
Vorwissen	
Lehrmethode	Projekt
Prüfungsform	Dokumentation
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Die Studierenden dokumentieren durch die selbstständige Bearbeitung eines Themas aus dem Bereich #Social Media#, dass sie in der Lage sind, praxisrelevante Problemstellungen zu erkennen und systematisch innerhalb eines begrenzten Zeitrahmens zu einem Lösungsansatz zu führen und gegebenenfalls auch umzusetzen. Mögliche Ergebnisse können damit, in Abhängigkeit von der Aufgabenstellung, Social-Media-Strategien, Social-Media-Kampagnen, Analysen oder Tool-Einführungen (z. B. für das Management von Social-Media-Kanälen) sein.</p> <p>Das Projekt kann in Einzelarbeit aber auch in Gruppenarbeit mit einer Gruppengröße von maximal 5 Studierenden realisiert werden. Im Falle einer Gruppenarbeit ist das Projekt entsprechend umfangreicher angelegt und die Studierenden müssen ihre Verantwortlichkeiten, ihre Aufgaben und Arbeitspakete im Projektteam eindeutig festlegen und dokumentieren. Ein Gruppenprojekt kann interdisziplinär durch mehrere Professoren betreut werden. Um Projekte auch iterativ durchführen zu können gibt es Projektarbeiten, deren Schwerpunkt auf Recherche und Konzeption liegen, während in darauffolgenden Projekten die Schwerpunkte auf Realisierung und Test liegen können.</p>

Kompetenzen und Lernergebnisse				
Aussage		Niveaustufe	Kompetenz	Kategorie

Studiengang	Internet & Online-Marketing
Modul	Bachelorarbeit
Modulverantwortung	Dr. Professor Bela Mutschler
Semester	7
Vorwissen	
Lehrmethode	Seminar und Bachelorarbeit
Prüfungsform	Bachelorarbeit
Benotung	
ECTS	5
Workload	
Inhalt	<p>Die Arbeit ist spätestens 6 Monate nach dem Ausgabetag beim Aufgabensteller oder im Prüfungsamt der Hochschule Ravensburg-Weingarten abzugeben.</p> <p>Die mündliche Prüfung (Kolloquium) zur Bachelor-Arbeit geht zu 15 % in die Note der Bachelor-Arbeit ein. Dokumentation der Bachelorarbeit und Präsentation.</p>

Kompetenzen und Lernergebnisse				
Aussage		Niveaustufe	Kompetenz	Kategorie