

Herausgegeben im Auftrag des Rektors von der Abteilung Hochschulrechtliche, akademische und hochschulpolitische Angelegenheiten, Straße der Nationen 62, 09111 Chemnitz - Postanschrift: 09107 Chemnitz

Nr. 33/2021

5. November 2021

Inhaltsverzeichnis

Studienordnung für den berufsbegleitenden Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.) an der Technischen Universität Chemnitz vom 4. November 2021	Seite 1186
Prüfungsordnung für den berufsbegleitenden Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.) an der Technischen Universität Chemnitz vom 4. November 2021	Seite 1215

Studienordnung für den berufsbegleitenden Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.) an der Technischen Universität Chemnitz Vom 4. November 2021

Aufgrund von §§ 2 Abs. 4 Nr. 5, 7 Abs. 3 Nr. 1 der Ordnung des Zentrums für Wissens- und Technologietransfer der Technischen Universität Chemnitz vom 7. Mai 2014 (Amtliche Bekanntmachungen der Technischen Universität Chemnitz Nr. 16/2014, S. 502) i. V. m. §§ 36 Abs. 1, 92 Abs. 2 Satz 2 des Gesetzes über die Freiheit der Hochschulen im Freistaat Sachsen (Sächsisches Hochschulfreiheitsgesetz - SächsHSFG) in der Fassung der Bekanntmachung vom 15. Januar 2013 (SächsGVBl. S. 3), das zuletzt durch Artikel 2 des Gesetzes vom 30. September 2021 (SächsGVBl. S. 1122, 1123) geändert worden ist, hat der Erweiterte Vorstand des Zentrums für Wissens- und Technologietransfer der Technischen Universität Chemnitz die folgende Studienordnung erlassen:

Inhaltsübersicht

Teil 1: Allgemeine Bestimmungen

- § 1 Geltungsbereich
- § 2 Studienbeginn und Regelstudienzeit
- § 3 Zugangsvoraussetzungen
- § 4 Lehrformen
- § 5 Ziele des Studienganges

Teil 2: Aufbau und Inhalte des Studiums

- § 6 Aufbau des Studiums
- § 7 Inhalte des Studiums

Teil 3: Durchführung des Studiums

- § 8 Studienberatung
- § 9 Prüfungen
- § 10 Selbst-, Fern- und Teilzeitstudium

Teil 4: Schlussbestimmungen**§ 11 Inkrafttreten und Veröffentlichung, Übergangsregelung**

Anlagen: 1 Studienablaufplan
2 Modulbeschreibungen

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird im Folgenden in der Regel das generische Maskulinum verwendet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten selbstverständlich für alle Geschlechter.

**Teil 1
Allgemeine Bestimmungen****§ 1
Geltungsbereich**

Diese Studienordnung regelt auf der Grundlage der jeweils gültigen Prüfungsordnung (§ 9) Ziele, Inhalte, Aufbau, Ablauf und Durchführung des Studienganges Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science am Zentrum für Wissens- und Technologietransfer (ZWT) der Technischen Universität Chemnitz.

**§ 2
Studienbeginn und Regelstudienzeit**

- (1) Studienbeginn ist in der Regel im Wintersemester.
- (2) Der Studiengang hat eine Regelstudienzeit von acht Semestern (vier Jahren). Die Durchführung des Studienganges erfolgt als berufsbegleitender Fernstudiengang. Das Studium umfasst Module im Gesamtumfang von 180 Leistungspunkten (LP). Dies entspricht einem durchschnittlichen Arbeitsaufwand von 4500 Arbeitsstunden.

**§ 3
Zugangsvoraussetzungen**

Zugangsvoraussetzung für den Bachelorstudiengang Event- und Online-Marketing ist die allgemeine Hochschulreife, eine einschlägige fachgebundene Hochschulreife oder eine durch Rechtsvorschrift als gleichwertig anerkannte Hochschulzugangsberechtigung.

**§ 4
Lehrformen**

- (1) Das Studium erfolgt im Fernstudium unter Nutzung von entsprechenden Materialien und mit Unterstützung durch Methoden des E-Learning.
- (2) Lehrformen können sein: die Vorlesung (V), das Seminar (S), die Übung (Ü), das Projekt (PR), das Kolloquium (K), das Tutorium (T), das Praktikum (P), das Planspiel (PS), die Exkursion (E) oder E-Learning-Lehreinheiten (E-L).
- (3) Lehrveranstaltungen werden in Deutsch abgehalten. In den Modulbeschreibungen ist geregelt, welche Lehrveranstaltungen in englischer Sprache abgehalten werden.

**§ 5
Ziele des Studienganges**

Der Bachelorstudiengang Event- und Online-Marketing ist ein anwendungsorientiertes, berufsbegleitendes Studienangebot. Ziel dieses Studienganges ist eine wirtschaftswissenschaftliche Ausbildung, die die Teilnehmer einerseits zu Experten im Bereich Event- und Online-Marketing ausbildet und andererseits die Fähigkeit vermittelt, ein Studium in einem berufsbegleitenden betriebswirtschaftlichen Masterstudiengang im Marketing-Bereich der Technischen Universität Chemnitz aufzunehmen. Absolventen des Bachelorstudienganges Event- und Online-Marketing verfügen über fachwissenschaftliche Grundlagenkenntnisse aus den Bereichen Wirtschaftswissenschaften, einschließlich Wirtschaftsinformatik und -recht sowie darüber hinausgehende Fach- und Methodenkompetenzen des Online-Marketing (Social Media Marketing, Suchmaschinenmarketing, Influencermarketing) und der Live-Kommunikation (Event- und Messemanagement) auf dem aktuellen Stand der Forschung. Ebenfalls sind sie in der Lage, eigenständig Konzepte für Maßnahmen des Online-Marketing und für verschiedene Veranstaltungskonzepte (live / digital / hybrid) zu entwickeln und praktische Fragestellungen mit wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten. Mit den im Studium erworbenen sozialen Kompetenzen sind die Absolventen befähigt, bereichsübergreifend im

Marketing und mit anderen Unternehmensbereichen zusammenzuarbeiten. Der erfolgreiche Abschluss des Bachelorstudiums befähigt zu einem Einsatz in relevanten Aufgabenfeldern von Unternehmen, Agenturen und anderen privaten Einrichtungen, Non-Profit-Organisationen und dem öffentlichen Sektor.

Teil 2 **Aufbau und Inhalte des Studiums**

§ 6 **Aufbau des Studiums**

(1) Im Studium werden 180 LP erworben, die sich wie folgt zusammensetzen:

1. Basismodule: Σ 66 LP

Modul 01: Wissenschaftstheoretische Grundlagen und Sozialkompetenzen	10 LP (Pflichtmodul)
Modul 02: Quantitative Methoden und Wirtschaftsinformatik	8 LP (Pflichtmodul)
Modul 03: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	15 LP (Pflichtmodul)
Modul 04: Grundlagen der Volkswirtschaftslehre	8 LP (Pflichtmodul)
Modul 05: Marketing und Einführung in das Event- und Online-Marketing	15 LP (Pflichtmodul)
Modul 06: Grundlagen des Rechts	10 LP (Pflichtmodul)

2. Berufsfeldmodule: Σ 64 LP

Modul 07: Grundlagen des Berufsfeldes Event- und Online-Marketing	26 LP (Pflichtmodul)
Modul 08: Vertiefung Live-Kommunikation	18 LP (Pflichtmodul)
Modul 09: Vertiefung Online-Kommunikation	20 LP (Pflichtmodul)

3. Ergänzungsmodul:

Modul 10: Berufsfeldprojekt	35 LP (Pflichtmodul)
-----------------------------	----------------------

4. Modul Bachelor-Arbeit:

Modul 11: Bachelor-Arbeit	15 LP (Pflichtmodul)
---------------------------	----------------------

(2) Der empfohlene Ablauf des Studiums im Bachelorstudiengang Event- und Online-Marketing an der Technischen Universität Chemnitz innerhalb der Regelstudienzeit ergibt sich aus der zeitlichen Gliederung im Studienablaufplan (siehe Anlage 1) und dem modularen Aufbau des Studienganges.

§ 7 **Inhalte des Studiums**

(1) Der Bachelorstudiengang vermittelt breites fachbezogenes Grundlagen- und Methodenwissen aus den Bereichen Betriebs- und Volkswirtschaftslehre, Wirtschaftsinformatik und Recht (Module 02 bis 06). Darüber hinaus erwerben die Studenten ein umfangreiches berufsfeldbezogenes Wissen in den Bereichen Event- und Online-Marketing (Module 07 bis 09). Die Vermittlung der wissenschaftstheoretischen Grundlagen und von Schlüsselkompetenzen (Modul 01) ist schließlich unverzichtbarer Bestandteil für jedes akademische Studium. Über das individuelle studienbegleitende Berufsfeldprojekt (Modul 10) findet ein unmittelbarer Wissenstransfer in die Berufspraxis statt. Das wissenschaftlich betreute Projekt kann im Rahmen der Arbeitstätigkeit entwickelt werden. Die erworbenen Fach- und Methodenkompetenzen fließen schließlich in die Bachelorarbeit (Modul 11) ein.

(2) Inhalte, Ziele, Lehrformen, Leistungspunkte, Prüfungen sowie Häufigkeit des Angebots und Dauer der einzelnen Module sind in den Modulbeschreibungen (siehe Anlage 2) festgelegt.

Teil 3 **Durchführung des Studiums**

§ 8 **Studienberatung**

(1) Neben der zentralen Studienberatung an der Technischen Universität Chemnitz findet eine Fachstudienberatung statt. Der Erweiterte Vorstand des Zentrums für Wissens- und Technologietransfer beauftragt einen Fachstudienberater mit der Wahrnehmung dieser Beratungsaufgabe.

(2) Ein Student soll an einer Studienberatung im dritten Fachsemester teilnehmen, wenn er bis zum Beginn des dritten Fachsemesters nicht mindestens einen Leistungsnachweis erbracht hat.

(3) Es wird empfohlen, eine Studienberatung darüber hinaus insbesondere in folgenden Fällen in

Anspruch zu nehmen:

1. vor Beginn des Studiums,
2. nach nicht bestandenen Prüfungen.

§ 9 Prüfungen

Die Regelungen zu Prüfungen sind in der Prüfungsordnung für den berufsbegleitenden Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.) an der Technischen Universität Chemnitz enthalten.

§ 10 Selbst-, Fern- und Teilzeitstudium

(1) Der Studiengang wird im Fernstudium studiert, durch Präsenzveranstaltungen ergänzt und durch Methoden des E-Learning unterstützt. Die Studenten sollen sich auf die Fernstudieninhalte und die zu besuchenden Lehrveranstaltungen vorbereiten und deren Inhalte in selbstständiger Arbeit vertiefen. Die für den erfolgreichen Abschluss des Studiums erforderlichen Kenntnisse und Fähigkeiten werden nicht ausschließlich durch den Besuch von Lehrveranstaltungen erworben, vielmehr sind zusätzliche eigene Studien erforderlich (Selbststudium).

(2) Die Organisation des Studiengangs als Fernstudium mit Präsenzanteilen an der Technischen Universität Chemnitz dient dazu, den Studenten ein berufsbegleitendes Fernstudium zu ermöglichen.

(3) Um den Besonderheiten eines berufsbegleitenden Fernstudienganges Rechnung zu tragen, beträgt die Regelstudienzeit acht Semester. Ein darüber hinausgehendes Teilzeitstudium ist nicht vorgesehen.

Teil 4 Schlussbestimmungen

§ 11 Inkrafttreten und Veröffentlichung, Übergangsregelung

Diese Studienordnung gilt für die ab Wintersemester 2021/2022 Immatrikulierten.

Für Studenten, die ihr Studium vor dem Wintersemester 2021/2022 aufgenommen haben, gilt die Studienordnung für den berufsbegleitenden Fernstudiengang Event- und Messemanagement mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.) an der Technischen Universität Chemnitz vom 11. Juni 2015 (Amtliche Bekanntmachungen der Technischen Universität Chemnitz Nr. 18/2015, S. 678) fort.

Diese Studienordnung tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung in den Amtlichen Bekanntmachungen der Technischen Universität Chemnitz in Kraft.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Erweiterten Vorstandes des Zentrums für Wissens- und Technologietransfer der Technischen Universität Chemnitz vom 14. Oktober 2021 und der Genehmigung durch das Rektorat der Technischen Universität Chemnitz vom 27. Oktober 2021.

Chemnitz, den 4. November 2021

Der Rektor
der Technischen Universität Chemnitz

Prof. Dr. Gerd Strohmeier

Anlage 1: Berufsbegleitender Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)
STUDIENABLAUFPLAN

Module	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester	7. Semester	8. Semester	Arbeitsaufwand Leistungspunkte Gesamt
1. Basismodule:									
Modul 01: Wissenschafts- theoretische Grundlagen und Sozial- kompetenzen	Techniken des wissen- schaftlichen Arbeitens 50 AS 1 LVS (Ü/E-L)	Projektmanage- ment 50 AS 0,5 LVS (V/E-L)							250 AS / 10 LP
	Interkulturelles Training 50 AS 1 LVS (Ü/E-L)	Kommunikation 50 AS 1 LVS (Ü/E-L) PL: Präsentation							
		Interkulturelles Training 50 AS 0,5 LVS (Ü/E-L)							
Modul 02: Quantitative Methoden und Wirtschafts- informatik		Mathematik/ Statistik 50 AS 1 LVS (0,5 V/ 0,5 Ü/E-L)	Marktforschung 75 AS 1 LVS (0,5 V/ 0,5 Ü/E-L)						200 AS / 8 LP
		Wirtschafts- informatik 50 AS 1 LVS (V/E-L) PL: Klausur oder Hausarbeit	PL: Klausur oder Hausarbeit zu Marktforschung und Mathematik/ Statistik						
		Buchführung 25 AS 1 LVS (Ü/E-L)							

Anlage 1: Berufsbegleitender Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)
STUDIENABLAUFPLAN

Module	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester	7. Semester	8. Semester	Arbeitsaufwand Leistungspunkte Gesamt
Modul 03: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	Einführung in die Betriebswirtschaftslehre 75 AS 1 LVS (0,5 V/ 0,5 Ü/E-L) PL: Klausur Personal und Organisation 75 AS 1 LVS (V/E-L) PL: Klausur oder Hausarbeit Kosten- und Leistungsrechnung 75 AS 0,5 LVS (V/E-L) Controlling 75 AS 1 LVS (V/E-L) PL: Klausur oder Hausarbeit zu Controlling und Kosten- und Leistungsrechnung	Investition/ Finanzierung 75 AS 0,5 LVS (Ü/E-L) PL: Klausur oder Hausarbeit							375 AS / 15 LP

Anlage 1: Berufsbegleitender Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)
STUDIENABLAUFPLAN

Module	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester	7. Semester	8. Semester	Arbeitsaufwand Leistungspunkte Gesamt
Modul 04: Grundlagen der Volkswirt- schaftslehre	Einführung in die Volkswirt- schaftslehre 50 AS 1 LVS (V/E-L)	Mikro- und Makroökonomie 75 AS 1 LVS (V/E-L)	Mikro- und Makroökonomie 75 AS 1 LVS (V/E-L) PL: Klausur oder Hausarbeit						200 AS / 8 LP
Modul 05: Marketing und Einführung in das Event- und Online- Marketing			Grundlagen des Marketing 90 AS 1,5 LVS (V/E- L)	Grundlagen des Marketing 85 AS 0,5 LVS (Ü/E- L) PL: Klausur Einführung in die Live- Kommuni- kation 100 AS 1 LVS (0,5 V/ 0,5 Ü/E-L) Einführung in das Online- Marketing 100 AS 1 LVS (0,5 V/ 0,5 Ü/E-L) PL: Hausarbeit zu Einführung					375 AS / 15 LP

Anlage 1: Berufsbegleitender Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)
STUDIENABLAUFPLAN

Module	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester	7. Semester	8. Semester	Arbeitsaufwand Leistungspunkte Gesamt
Modul 06: Grundlagen des Rechts			Bürgerliches Recht/BGB 100 AS 1 LVS (V/E-L) PL: Klausur oder Hausarbeit Arbeitsrecht 50 AS 1 LVS (V/E-L) Gesellschafts- und Handelsrecht 50 AS 1 LVS (V/E-L)	in die Live- Kommuni- kation oder zu Einführung in das Online- Marketing Gesellschafts- und Handelsrecht 50 AS 1 LVS (V/E-L) PL: Klausur oder Hausarbeit					250 AS / 10 LP

Anlage 1: Berufsbegleitender Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)
STUDIENABLAUFPLAN

Module	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester	7. Semester	8. Semester	Arbeitsaufwand Leistungspunkte Gesamt
2. Berufsfeldmodule:									
Modul 07: Grundlagen des Berufsfeldes Event- und Online-Marketing				Datenschutz und Rechtsfragen 150 AS 1,5 LVS (V/E-L)	Überblick über Marketingkon- zeptionen 100 AS 0,5 LVS (V/E-L) PL: Präsentation Event- und Messekonzep- tionen 200 AS 1,5 LVS (1 V/ 0,5 Ü/E-L) PL: Klausur oder Hausarbeit Online- Marketing- Konzeptionen 200 AS 1,5 LVS (1 V/ 0,5 Ü/E-L) PL: Klausur oder Hausarbeit				650 AS / 26 LP
Modul 08: Vertiefung Live- Kommunikation						Event- organisation 200 AS 2 LVS (1 V/1 Ü/E-L) PL: Hausarbeit Messe- organisation			450 AS / 18 LP

Anlage 1: Berufsbegleitender Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)
STUDIENABLAUFPLAN

Module	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester	7. Semester	8. Semester	Arbeitsaufwand Leistungspunkte Gesamt
Modul 09: Vertiefung Online- Kommunikation						200 AS 2 LVS (1 V/1 Ü/E-L) PL: Hausarbeit Kreations- techniken 50 AS 1 LVS (0,5V/0,5Ü/E- L) PL: Präsen- ta- tion	Online- Marketing und CRM 100 AS 1 LVS (V/E-L) Social Media Marketing und Influencer- Einsatz 100 AS 2 LVS (1 V/ 1 Ü/E-L) Online-Werbung, Content- Marketing und Suchmaschinen- Optimierung 100 AS 1 LVS (V/E-L)		500 AS / 20 LP

Anlage 1: Berufsbegleitender Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)
STUDIENABLAUFPLAN

Module	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester	7. Semester	8. Semester	Arbeitsaufwand Leistungspunkte Gesamt
							PL: Klausur oder Hausarbeit zu Social Media Marketing und Influencer- Einsatz und Online- Werbung, Content- Marketing und Suchmaschi- nen- Optimierung Berufsfeld- seminar 200 AS 1 LVS (S/E-L) PL: Seminararbeit		
3. Ergänzungsmodul:									
Modul 10: Berufsfeldprojekt (studienbegleitend 1. bis 7. Semester)	Berufsfeld- projekt 125 AS 0,4 LVS (K/E-L)	Berufsfeld- projekt 125 AS 0,1 LVS (PR/E-L)	Berufsfeld- projekt 125 AS 0,1 LVS (PR/E-L) 2 PL: Projektarbeit, Präsentation		875 AS / 35 LP				

Anlage 1: Berufsbegleitender Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)
STUDIENABLAUFPLAN

Module	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester	7. Semester	8. Semester	Arbeitsaufwand Leistungspunkte Gesamt
4. Modul Bachelor-Arbeit:									
Modul 11: Bachelor-Arbeit								Konsulta- tionen und Kolloquium 375 AS 2 LVS (K/E- L) 2 PL: Bachelor- arbeit, mündliche Prüfung (Kolloquium)	375 AS / 15 LP
Gesamt LVS	6,9 LVS	6,6 LVS	6,6 LVS	5,1 LVS	3,6 LVS	5,1 LVS	5,1 LVS	2 LVS	41 LVS
Gesamt AS	575 AS	550 AS	565 AS	610 AS	625 AS	575 AS	625 AS	375 AS	4500 AS / 180 LP

- PL Prüfungsleistung
- PVL Prüfungsvorleistung
- AS Arbeitsstunden
- LVS Lehrveranstaltungsstunden
- LP Leistungspunkte (1 LP = 25 AS)
- V Vorlesung
- S Seminar
- K Kolloquium
- Ü Übung
- PR Projekt
- PS Planspiel
- ASL Anrechenbare Studienleistung
- E-L E-Learning-Lehreinheiten

Anlage 2: Modulbeschreibung zum berufsbegleitenden Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)
Basismodul

Modulnummer	01
Modulname	Wissenschaftstheoretische Grundlagen und Sozialkompetenzen
Modulverantwortlich	Studiengangsleiter Event- und Online-Marketing
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Es werden Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens vermittelt, u. a. effektives Lernen im berufsbegleitenden Fernstudium, wissenschaftliches Arbeiten im Selbststudium – Material rationell lesen, Texte erschließen, Literatur recherchieren, Fragen stellen -, wirkungsvolle Arbeit in den Präsenzveranstaltungen – Vorbereitung von Veranstaltungen, aktives Zuhören, sinnvolles Mitschreiben, konstruktives Mitarbeiten –, Klausurvorbereitung, Verhalten in schriftlichen und mündlichen Prüfungen, Erstellung von wissenschaftlichen Arbeiten – Hausarbeiten, Projektbelege, Fallstudien und Bachelorarbeit. Weiterhin werden die Grundlagen des Projektmanagements vermittelt sowie die kommunikativen Fähigkeiten zur Präsentation und Moderation trainiert. Schließlich werden interkulturelle Kompetenzen im Geschäftsbereich Messen und internationale Events entwickelt.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Die Studenten eignen sich grundlegende, fachübergreifende, wissenschaftstheoretische sowie individuelle, teamorientierte und interkulturelle Kompetenzen in Deutsch und Business English an. Hierdurch werden die Grundlagen für ein erfolgreiches Studium gelegt und die sozialen Kompetenzen der Studenten erweitert.</p>
Lehrformen	<p>Lehrformen des Moduls sind Vorlesung und Übung.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ü: Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens mit E-Learninglehreinheiten (1 LVS) • Ü: Kommunikation mit E-Learninglehreinheiten (1 LVS) • Ü: Interkulturelles Training mit E-Learninglehreinheiten (1,5 LVS) • V: Projektmanagement mit E-Learninglehreinheiten (0,5 LVS)
Voraussetzungen für die Teilnahme (empfohlene Kenntnisse und Fähigkeiten)	keine
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung ist Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten.
Modulprüfung	<p>Die Modulprüfung besteht aus einer Prüfungsleistung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 15-minütige Präsentation zu Kommunikation
Leistungspunkte und Noten	<p>In dem Modul werden 10 Leistungspunkte erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistung und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.</p>
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studenten von 250 Arbeitsstunden.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf zwei Semester.

Anlage 2: Modulbeschreibung zum berufsbegleitenden Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)
Basismodul

Modulnummer	02
Modulname	Quantitative Methoden und Wirtschaftsinformatik
Modulverantwortlich	Studiengangsleiter Event- und Online-Marketing
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Es werden die Grundlagen der Wirtschaftsinformatik (u. a. Hardware, Software, Systembetrieb, Datenorganisation, Kommunikationssysteme in der Wirtschaft), der Wirtschaftsmathematik (u. a. lineare Gleichungssysteme, Gleichungen und Ungleichungen, Funktionen und Differentialrechnung) und Wirtschaftsstatistik (u. a. Datenerhebung und -aufbereitung, Häufigkeitsverteilung, Mittelwerte, Streuung, Verhältniszahlen, Verteilungsmaße, Regressions- und Korrelationsanalyse, Zeitreihenanalyse und Wahrscheinlichkeitsanalyse) sowie der Marktforschung (u. a. Marktforschungsdesigns, Primär- und Sekundärforschung, qualitative und quantitative Marktforschung, Online Research) behandelt.</p> <p>Weiterhin werden die Grundlagen der Buchführung (u. a. Funktionen des externen Rechnungswesens, Vermögensgegenstände, Abschreibungen, Ertrags- und Aufwandgrößen, Bilanzgliederung, Durchführung von Buchungen und die Organisation der Buchführung, die Buchungstechnik) sowie die Grundlagen des Jahresabschlusses vermittelt.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Die Studenten erwerben die Fähigkeiten zur methodischen Bearbeitung von Fragestellungen aus Wirtschaftsinformatik, Mathematik, Statistik, Marktforschung und buchhalterischer Abrechnung in der Wirtschaft.</p>
Lehrformen	<p>Lehrformen des Moduls sind Vorlesung und Übung.</p> <ul style="list-style-type: none"> • V: Wirtschaftsinformatik mit E-Learninglehreinheiten (1 LVS) • V: Mathematik/Statistik mit E-Learninglehreinheiten (0,5 LVS) • V: Marktforschung mit E-Learninglehreinheiten (0,5 LVS) • Ü: Mathematik/Statistik mit E-Learninglehreinheiten (0,5 LVS) • Ü: Buchführung mit E-Learninglehreinheiten (1 LVS) • Ü: Marktforschung mit E-Learninglehreinheiten (0,5 LVS)
Voraussetzungen für die Teilnahme (empfohlene Kenntnisse und Fähigkeiten)	keine
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung ist Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten.
Modulprüfung	<p>Die Modulprüfung besteht aus zwei Prüfungsleistungen. Im Einzelnen sind folgende Prüfungsleistungen zu erbringen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 60-minütige Klausur zu Wirtschaftsinformatik oder Hausarbeit zu Wirtschaftsinformatik (Umfang: 10 bis 15 Seiten, Bearbeitungszeit: 6 Wochen) • 90-minütige Klausur zu Marktforschung und Mathematik/Statistik oder Hausarbeit (Umfang: 10 bis 15 Seiten, Bearbeitungszeit: 6 Wochen) zu Marktforschung und Mathematik/Statistik

Anlage 2: Modulbeschreibung zum berufsbegleitenden Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)

Leistungspunkte und Noten	In dem Modul werden 8 Leistungspunkte erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistungen und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt. Prüfungsleistungen: <ul style="list-style-type: none">• Klausur zu Wirtschaftsinformatik oder Hausarbeit zu Wirtschaftsinformatik, Gewichtung 1• Klausur zu Marktforschung und Mathematik/Statistik oder Hausarbeit zu Marktforschung und Mathematik/Statistik, Gewichtung 1
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studenten von 200 Arbeitsstunden.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf zwei Semester.

Anlage 2: Modulbeschreibung zum berufsbegleitenden Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)
Basismodul

Modulnummer	03
Modulname	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre
Modulverantwortlich	Studiengangsleiter Event- und Online-Marketing
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> In der Einführung werden die Betriebswirtschaftslehre als wissenschaftliche Fachdisziplin, die betriebswirtschaftlichen Grundbegriffe, der Betrieb als Gegenstand der Betriebswirtschaftslehre und die betrieblichen Entscheidungsprozesse vermittelt. Entsprechend des Berufsfeldes Event- und Online-Marketing werden die betriebswirtschaftlichen Teilgebiete Kosten- und Leistungsrechnung (u. a. Grundbegriffe, Kostendynamik, Grundzüge der Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung, verschiedene Kostenrechnungssysteme im Überblick), Investition und Finanzierung (u. a. Grundlagen der Investitionsplanung und -rechnung, Finanzplanung, Innen- und Außenfinanzierung), Controlling (u. a. Planungsarten, Controlling als Managementfunktion, Methoden des strategischen und operativen Controlling) sowie Personal und Organisation (u. a. Personalwirtschaft, Personalführung, Organisationsstrukturen, Prinzipien der Aufbau- und Ablauforganisation) vertiefend behandelt.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Die Studenten erlangen Kenntnisse über betriebswirtschaftliche Begriffe, Konzepte und Methoden und beherrschen diese sicher. Die Studenten erwerben darüber hinaus die Fähigkeit, betriebswirtschaftliche Zusammenhänge zu verstehen und das erlangte Wissen auf praktische Fragestellungen anzuwenden.</p>
Lehrformen	<p>Lehrformen des Moduls sind Vorlesung und Übung.</p> <ul style="list-style-type: none"> • V: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre mit E-Learninglehreinheiten (0,5 LVS) • V: Kosten- und Leistungsrechnung mit E-Learninglehreinheiten (0,5 LVS) • V: Controlling mit E-Learninglehreinheiten (1 LVS) • V: Personal und Organisation mit E-Learninglehreinheiten (1 LVS) • Ü: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre mit E-Learninglehreinheiten (0,5 LVS) • Ü: Investition/Finanzierung mit E-Learninglehreinheiten (0,5 LVS)
Voraussetzungen für die Teilnahme (empfohlene Kenntnisse und Fähigkeiten)	keine
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung ist Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten.

Anlage 2: Modulbeschreibung zum berufsbegleitenden Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)

Modulprüfung	<p>Die Modulprüfung besteht aus vier Prüfungsleistungen. Im Einzelnen sind folgende Prüfungsleistungen zu erbringen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 60-minütige Klausur zu Einführung in die Betriebswirtschaftslehre • 90-minütige Klausur zu Kosten- und Leistungsrechnung und Controlling oder Hausarbeit zu Kosten- und Leistungsrechnung und Controlling (Umfang: 10 bis 15 Seiten, Bearbeitungszeit: 6 Wochen) • 60-minütige Klausur zu Personal und Organisation oder Hausarbeit zu Personal und Organisation (Umfang: 10 bis 15 Seiten, Bearbeitungszeit: 6 Wochen) • 60-minütige Klausur zu Investition/Finanzierung oder Hausarbeit zu Investition/Finanzierung (Umfang: 10 bis 15 Seiten, Bearbeitungszeit: 6 Wochen)
Leistungspunkte und Noten	<p>In dem Modul werden 15 Leistungspunkte erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistungen und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt. Prüfungsleistungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Klausur zu Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Gewichtung 1 • Klausur zu Kosten- und Leistungsrechnung und Controlling oder Hausarbeit zu Kosten- und Leistungsrechnung und Controlling, Gewichtung 2 • Klausur zu Personal und Organisation oder Hausarbeit zu Personal und Organisation, Gewichtung 1 • Klausur zu Investition/Finanzierung oder Hausarbeit zu Investition/Finanzierung, Gewichtung 1
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studenten von 375 Arbeitsstunden.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf zwei Semester.

Anlage 2: Modulbeschreibung zum berufsbegleitenden Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)
Basismodul

Modulnummer	04
Modulname	Grundlagen der Volkswirtschaftslehre
Modulverantwortlich	Studiengangsleiter Event- und Online-Marketing
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Nach einer Einführung in die Volkswirtschaftslehre werden im Bereich Mikroökonomie vor allem Haushaltstheorie, Preisbildung und Marktprozesse sowie die Preisbildung bei verschiedenen Marktformen vermittelt.</p> <p>Die Makroökonomie legt einen ersten Schwerpunkt bei der Kreislauftheorie, der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung, der Messung von Preisniveau und Preisentwicklung, den Arbeitsmärkten und der Arbeitsmarktentwicklung, dem Wirtschaftswachstum und Konjunkturindikatoren sowie bei Grundbegriffen der Zahlungsbilanz.</p> <p>In einem zweiten Schwerpunkt der Makroökonomie werden vor allem Fragen von Einkommen und Beschäftigung vertieft. Neben den wichtigsten Lehrmeinungen werden u. a. die Arbeitsmarkttheorien, die Güter- und Geldmarktanalyse, das Gleichgewicht auf Güter-, Geld- und Arbeitsmarkt sowie Ansatzpunkte der Stabilitätspolitik vertieft.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Die Studenten sind befähigt, sicher mit mikro- und makroökonomischen Grundbegriffen umzugehen und besitzen volkswirtschaftliches Grundlagenwissen. Das Problembewusstsein der Studenten für gesellschaftliche Probleme und Zusammenhänge wird geschärft und die Kritikfähigkeit wird gesteigert.</p>
Lehrformen	<p>Lehrform des Moduls ist die Vorlesung.</p> <ul style="list-style-type: none"> • V: Einführung in die Volkswirtschaftslehre mit E-Learninglehreinheiten (1 LVS) • V: Mikro- und Makroökonomie mit E-Learninglehreinheiten (2 LVS)
Voraussetzungen für die Teilnahme (empfohlene Kenntnisse und Fähigkeiten)	keine
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung ist Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten.
Modulprüfung	<p>Die Modulprüfung besteht aus einer Prüfungsleistung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 90-minütige Klausur zu Grundlagen der Volkswirtschaftslehre oder Hausarbeit zu Grundlagen der Volkswirtschaftslehre (Umfang: 10 bis 15 Seiten, Bearbeitungszeit: 6 Wochen)
Leistungspunkte und Noten	<p>In dem Modul werden 8 Leistungspunkte erworben.</p> <p>Die Bewertung der Prüfungsleistung und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.</p>
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studenten von 200 Arbeitsstunden.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf drei Semester.

Anlage 2: Modulbeschreibung zum berufsbegleitenden Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)
Basismodul

Modulnummer	05
Modulname	Marketing und Einführung in das Event- und Online-Marketing
Modulverantwortlich	Studiengangsleiter Event- und Online-Marketing
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> In den Grundlagen werden die Marketingbegriffe und die Ansätze der Marketingtheorie vermittelt. Marketing wird als Managementkonzept in die Wertschöpfungskette eingeordnet. Vertieft werden u. a. die verhaltenswissenschaftliche Erklärung des Käuferverhaltens, die Markenpolitik, Produkt- und Programmpolitik, die Servicepolitik, die Kommunikationspolitik, die Vertriebspolitik, die Preis- und Konditionenpolitik sowie die Marketingstrategien im nationalen und internationalen Kontext. In der Einführung in die Live-Kommunikation wird ein umfassender Überblick über die Live-Kommunikationsbereiche Event und Messe aus wissenschaftlicher, managementorientierter und praxisorientierter Perspektive vermittelt. In der Einführung in das Online-Marketing wird ein umfassender Überblick über die Nutzung von Online-Kommunikation im Marketing aus wissenschaftlicher, managementorientierter und praxisorientierter Perspektive vermittelt.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Die Studenten sollen die Begriffe, Konzepte und Methoden des Marketing sicher beherrschen, Zusammenhänge im Marketing aus Käufersicht und Managementsicht verstehen und das Wissen auf praktische Fragestellungen im Marketing anwenden. Darüber hinaus sollen sie einen umfassenden, wissenschaftlich fundierten Überblick über das Event- und Messemarketing und das Onlinemarketing erhalten.</p>
Lehrformen	<p>Lehrformen des Moduls sind Vorlesung und Übung.</p> <ul style="list-style-type: none"> • V: Grundlagen des Marketing mit E-Learninglehreinheiten (1,5 LVS) • V: Einführung in die Live-Kommunikation mit E-Learninglehreinheiten (0,5 LVS) • V: Einführung in das Online-Marketing mit E-Learninglehreinheiten (0,5 LVS) • Ü: Grundlagen des Marketing mit E-Learninglehreinheiten (0,5 LVS) • Ü: Einführung in die Live-Kommunikation mit E-Learninglehreinheiten (0,5 LVS) • Ü: Einführung in das Online-Marketing mit E-Learninglehreinheiten (0,5 LVS)
Voraussetzungen für die Teilnahme (empfohlene Kenntnisse und Fähigkeiten)	keine
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung ist Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten.

Anlage 2: Modulbeschreibung zum berufsbegleitenden Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)

Modulprüfung	Die Modulprüfung besteht aus zwei Prüfungsleistungen. Im Einzelnen sind folgende Prüfungsleistungen zu erbringen: <ul style="list-style-type: none">• 90-minütige Klausur zu Grundlagen des Marketing• Hausarbeit zu Einführung in die Live-Kommunikation (Umfang: 10 bis 15 Seiten, Bearbeitungszeit: 6 Wochen) oder Hausarbeit zu Einführung in das Online-Marketing (Umfang: 10 bis 15 Seiten, Bearbeitungszeit: 6 Wochen)
Leistungspunkte und Noten	In dem Modul werden 15 Leistungspunkte erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistungen und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt. Prüfungsleistungen: <ul style="list-style-type: none">• Klausur zu Grundlagen des Marketing, Gewichtung 1• Hausarbeit zu Einführung in die Live-Kommunikation oder Hausarbeit zu Einführung in das Online-Marketing, Gewichtung 1
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studenten von 375 Arbeitsstunden.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf zwei Semester.

Anlage 2: Modulbeschreibung zum berufsbegleitenden Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)

Basismodul

Modulnummer	06
Modulname	Grundlagen des Rechts
Modulverantwortlich	Studiengangsleiter Event- und Online-Marketing
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Nach einer Einführung in Methode und Aufbau der Rechtswissenschaft werden im Bürgerlichen Recht Grundbegriffe wie Rechtssubjekte, Rechtsobjekte, subjektive Rechte, rechtsgeschäftliches Handeln und Vertrag sowie Schuldrecht und Schadensrecht behandelt. Vertieft werden die Bereiche Gesellschaftsrecht, Handelsrecht und Arbeitsrecht.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Die Studenten erlangen grundlegende Kenntnisse im Privatrecht/BGB, im Handels- und Gesellschaftsrecht sowie im Arbeitsrecht. Vertrags-, handels- und gesellschaftsrechtliche sowie arbeitsrechtliche Problemstellungen im wirtschaftlichen Kontext sollen eigenständig erkannt und beurteilt werden. Dadurch wird eine Qualifizierung für Managementaufgaben an der Schnittstelle von juristischen und ökonomischen Funktionen im Event- und Messebereich erreicht.</p>
Lehrformen	<p>Lehrform des Moduls ist die Vorlesung.</p> <ul style="list-style-type: none"> • V: Bürgerliches Recht/BGB mit E-Learninglehreinheiten (1 LVS) • V: Gesellschafts- und Handelsrecht mit E-Learninglehreinheiten (2 LVS) • V: Arbeitsrecht mit E-Learninglehreinheiten (1 LVS)
Voraussetzungen für die Teilnahme (empfohlene Kenntnisse und Fähigkeiten)	keine
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung ist Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten.
Modulprüfung	<p>Die Modulprüfung besteht aus zwei Prüfungsleistungen. Im Einzelnen sind folgende Prüfungsleistungen zu erbringen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 60-minütige Klausur zu Bürgerliches Recht/BGB oder Hausarbeit zu Bürgerliches Recht/BGB (Umfang: 8 bis 10 Seiten, Bearbeitungszeit: 6 Wochen) • 90-minütige Klausur zu Gesellschafts- und Handelsrecht oder Hausarbeit zu Gesellschafts- und Handelsrecht (Umfang: 10 bis 15 Seiten, Bearbeitungszeit: 6 Wochen)
Leistungspunkte und Noten	<p>In dem Modul werden 10 Leistungspunkte erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistungen und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.</p> <p>Prüfungsleistungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Klausur zu Bürgerliches Recht/BGB oder Hausarbeit zu Bürgerliches Recht/BGB, Gewichtung 1 • Klausur zu Gesellschafts- und Handelsrecht oder Hausarbeit zu Gesellschafts- und Handelsrecht, Gewichtung 1
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studenten von 250 Arbeitsstunden.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf zwei Semester.

Anlage 2: Modulbeschreibung zum berufsbegleitenden Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)
Berufsfeldmodul

Modulnummer	07
Modulname	Grundlagen des Berufsfeldes Event- und Online-Marketing
Modulverantwortlich	Studiengangsleiter Event- und Online-Marketing
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Es wird ein Überblick über die Erarbeitung von Marketingkonzeptionen (u. a. die Situations- und Zielgruppenanalyse, die strategische und operative Planung inkl. der Budgetierung) aus managementorientierter Perspektive vermittelt. Vertieft werden die Vorgehensweise bei der Entwicklung von Event- und Messekonzeptionen aus Perspektive der verschiedenen Akteure (Eventveranstalter und Agenturen sowie Messegesellschaften, Aussteller und Messebauer) sowie die Vorgehensweise bei der Entwicklung von Online-Marketing- Konzeptionen mit dem Schwerpunkt soziale Medien. Weiterhin werden Fragen des Datenschutzes und weitere Rechtsfragen im Online-Marketing und der Live-Kommunikation vermittelt.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Die Studenten werden befähigt, die Vorgehensweise zur Entwicklung von Konzeptionen für das Marketing und insbesondere in den Teilbereichen der Event- und Messekonzeption sowie Online-Marketing-Konzeption zu verstehen und sind in der Lage, praxisbezogene Konzepte eigenständig zu entwickeln sowie Rechtsfragen im Berufsfeldkontext zu erfassen.</p>
Lehrformen	<p>Lehrformen des Moduls sind Vorlesung und Übung.</p> <ul style="list-style-type: none"> • V: Überblick über Marketingkonzeptionen mit E-Learninglehr-einheiten (0,5 LVS) • V: Event- und Messekonzeptionen mit E-Learninglehreinheiten (1 LVS) • V: Online-Marketing-Konzeptionen mit E-Learninglehreinheiten (1 LVS) • V: Datenschutz und Rechtsfragen mit E-Learninglehreinheiten (1,5 LVS) • Ü: Event- und Messekonzeptionen mit E-Learninglehreinheiten (0,5 LVS) • Ü: Online-Marketing-Konzeptionen mit E-Learninglehreinheiten (0,5 LVS)
Voraussetzungen für die Teilnahme (empfohlene Kenntnisse und Fähigkeiten)	keine
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung ist Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten.

Anlage 2: Modulbeschreibung zum berufsbegleitenden Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)

Modulprüfung	Die Modulprüfung besteht aus drei Prüfungsleistungen. Im Einzelnen sind folgende Prüfungsleistungen zu erbringen: <ul style="list-style-type: none"> • 15-minütige Präsentation zu Überblick über Marketingkonzeptionen • 90-minütige Klausur zu Event- und Messekonzeptionen oder Hausarbeit (Umfang: 10 bis 15 Seiten, Bearbeitungszeit: 6 Wochen) zu Event- und Messekonzeptionen • 90-minütige Klausur zu Online-Marketing-Konzeptionen oder Hausarbeit (Umfang: 10 bis 15 Seiten, Bearbeitungszeit: 6 Wochen) zu Online-Marketing-Konzeptionen
Leistungspunkte und Noten	In dem Modul werden 26 Leistungspunkte erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistungen und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt. Prüfungsleistungen: <ul style="list-style-type: none"> • Präsentation zu Überblick über Marketingkonzeptionen, Gewichtung 0,5 • Klausur zu Event- und Messekonzeptionen oder Hausarbeit zu Event- oder Messekonzeptionen, Gewichtung 2 • Klausur zu Online-Marketing-Konzeptionen oder Hausarbeit zu Online-Marketing-Konzeptionen, Gewichtung 2
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studenten von 650 Arbeitsstunden.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf zwei Semester.

Anlage 2: Modulbeschreibung zum berufsbegleitenden Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)
Berufsfeldmodul

Modulnummer	08
Modulname	Vertiefung Live-Kommunikation
Modulverantwortlich	Studiengangsleiter Event- und Online-Marketing
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Vertiefend behandelt werden die operativen Inhalte und Methoden der Eventorganisation (u.a. reale, hybride und digitale Events als Projekt, Kreativität, Locationauswahl, Internationalisierung von Events, Qualitätsmanagement und Zertifizierung) und der Messeorganisation (u. a. reale, hybride und digitale Messen bzw. Messeauftritte als Projekt, Messeselektion und Standortwahl, Messe-PR, Besucher- und Standpersonalmanagement, Qualitätsmanagement und Zertifizierung). Weiterhin ist die Koordination der Eventdienstleister (z.B. Catering, Hospitality, Teilnehmer-, Personal- und Künstlermanagement, Hygiene und Security) und die Koordination der Zusammenarbeit mit Messegesellschaften und Messedienstleistern Gegenstand des Moduls. Mittels Rollenspielen, Gruppenarbeit und Fallbeispielen werden Fertigkeiten des Event- bzw. Messemanagers trainiert.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Die Studenten lernen die zentralen Inhalte und Methoden der Event- und Messeorganisation anwendungsorientiert kennen und sind in der Lage, eigenständig Events und Messen bzw. Messeauftritte zu organisieren.</p>
Lehrformen	<p>Lehrformen des Moduls sind Vorlesung und Übung.</p> <ul style="list-style-type: none"> • V: Eventorganisation mit E-Learninglehreinheiten (1 LVS) • V: Messeorganisation mit E-Learninglehreinheiten (1 LVS) • Ü: Eventorganisation mit E-Learninglehreinheiten (1 LVS) • Ü: Messeorganisation mit E-Learninglehreinheiten 1 LVS) • V: Kreationstechniken mit E-Learninglehreinheiten (0,5 LVS) • Ü: Kreationstechniken mit E-Learninglehreinheiten (0,5 LVS)
Voraussetzungen für die Teilnahme (empfohlene Kenntnisse und Fähigkeiten)	keine
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung ist Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten.
Modulprüfung	<p>Die Modulprüfung besteht aus drei Prüfungsleistungen. Im Einzelnen sind folgende Prüfungsleistungen zu erbringen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hausarbeit zu Eventorganisation (Umfang: 15 bis 20 Seiten, Bearbeitungszeit: 8 Wochen) • Hausarbeit zu Messeorganisation (Umfang: 15 bis 20 Seiten, Bearbeitungszeit: 8 Wochen) • 15-minütige Präsentation zu Kreationstechniken

Anlage 2: Modulbeschreibung zum berufsbegleitenden Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)

Leistungspunkte und Noten	In dem Modul werden 18 Leistungspunkte erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistungen und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt. Prüfungsleistungen: <ul style="list-style-type: none">• Hausarbeit zu Eventorganisation, Gewichtung 2• Hausarbeit zu Messeorganisation, Gewichtung 2• Präsentation zu Kreationstechniken, Gewichtung 0,5
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studenten von 450 Arbeitsstunden.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf ein Semester.

Anlage 2: Modulbeschreibung zum berufsbegleitenden Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)

Berufsfeldmodul

Modulnummer	09
Modulname	Vertiefung Online-Kommunikation
Modulverantwortlich	Studiengangsleiter Event- und Online-Marketing
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> In diesem Modul wird der Einsatz von Instrumenten des Online-Marketing für das digitale Marketingmanagement, das Customer Journey Management und das CRM vertiefend behandelt. Schwerpunkte bilden Social Media Marketing, Content-Marketing, Online-Werbung, Suchmaschinenoptimierung und der Einsatz von Influencern. Weiterhin wird ein Berufsfeldseminar durchgeführt.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Die Studenten sollen zu ausgewählten Gebieten des Online-Marketing ein vertieftes Wissen erwerben und in der Lage sein, dieses Wissen problemorientiert anzuwenden. Im Berufsfeldseminar soll die Befähigung zur wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit Fragestellungen im Berufsfeld nachgewiesen werden.</p>
Lehrformen	<p>Lehrformen des Moduls sind Vorlesung, Übung und Seminar.</p> <ul style="list-style-type: none"> • V: Online-Marketing und CRM mit E-Learninglehreinheiten (1 LVS) • V: Social Media Marketing und Influencer-Einsatz mit E-Learninglehreinheiten (1 LVS) • V: Online-Werbung, Content-Marketing und Suchmaschinen-Optimierung mit E-Learninglehreinheiten (1 LVS) • Ü: Social Media Marketing und Influencer-Einsatz mit E-Learninglehreinheiten (1 LVS) • S: Berufsfeldseminar mit E-Learninglehreinheiten (1 LVS)
Voraussetzungen für die Teilnahme (empfohlene Kenntnisse und Fähigkeiten)	keine
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung ist Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten.
Modulprüfung	<p>Die Modulprüfung besteht aus zwei Prüfungsleistungen. Im Einzelnen sind folgende Prüfungsleistungen zu erbringen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 60-minütige Klausur zu Social Media Marketing und Influencer-Einsatz und Online-Werbung, Content-Marketing und Suchmaschinen-Optimierung oder Hausarbeit zu Social Media Marketing und Influencer-Einsatz und Online-Werbung, Content-Marketing und Suchmaschinen-Optimierung (Umfang: 8 bis 10 Seiten, Bearbeitungszeit: 6 Wochen) • Seminararbeit zu Berufsfeldseminar (Umfang: 15 bis 20 Seiten, Bearbeitungszeit: 8 Wochen)

Anlage 2: Modulbeschreibung zum berufsbegleitenden Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)

Leistungspunkte und Noten	<p>In dem Modul werden 20 Leistungspunkte erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistungen und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt. Prüfungsleistungen:</p> <ul style="list-style-type: none">• Klausur zu Social Media Marketing und Influencer-Einsatz und Online-Werbung, Content-Marketing und Suchmaschinen-Optimierung oder Hausarbeit zu Social Media Marketing und Influencer-Einsatz und Online-Werbung, Content-Marketing und Suchmaschinen-Optimierung, Gewichtung 1• Seminararbeit zu Berufsfeldseminar, Gewichtung 2
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studenten von 500 Arbeitsstunden.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf ein Semester.

Anlage 2: Modulbeschreibung zum berufsbegleitenden Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)
Ergänzungsmodul

Modulnummer	10
Modulname	Berufsfeldprojekt
Modulverantwortlich	Studiengangsleiter Event- und Online-Marketing
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Parallel zum Studium soll das erworbene Wissen auf ein reales Event- oder Messeprojekt bzw. ein Online-Marketing-Projekt aus einem ausgewählten Unternehmen bzw. einer Agentur angewendet werden. Grundlage für die Projektarbeit sind die Inhalte der bis zum Präsentationstermin absolvierten Module, die Diskussion der Aufgabenstellung der Projektarbeit in der Gruppe (Projektkolloquium), die Diskussion des Projektfortschrittes außerhalb der Präsenzphasen im virtuellen Klassenzimmer und Projektbesprechungen mit Dozenten bzw. dem Fachstudienberater.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Am Beispiel eines realen Event- bzw. Messeprojektes oder Online-Marketing-Projektes lernt der Student Schritt für Schritt mit der Teilnahme an den fachspezifischen Modulen, deren Inhalte und Methoden auf eine komplexe Aufgabe des Event- bzw. Online-Marketing anzuwenden.</p>
Lehrformen	<p>Lehrformen des Moduls sind Projekt und Kolloquium.</p> <ul style="list-style-type: none"> • PR: Berufsfeldprojekt mit E-Learninglehreinheiten (0,5 LVS) • K: Berufsfeldprojekt mit E-Learninglehreinheiten (0,5 LVS)
Voraussetzungen für die Teilnahme (empfohlene Kenntnisse und Fähigkeiten)	keine
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung ist Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten.
Modulprüfung	<p>Die Modulprüfung besteht aus zwei Prüfungsleistungen. Im Einzelnen sind folgende Prüfungsleistungen zu erbringen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Projektarbeit (Umfang: 30 bis 40 Seiten, Bearbeitungszeit: 30 Wochen) • 15-minütige Präsentation zur Projektarbeit
Leistungspunkte und Noten	<p>In dem Modul werden 35 Leistungspunkte erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistungen und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.</p> <p>Prüfungsleistungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Projektarbeit, Gewichtung 4 • Präsentation zur Projektarbeit, Gewichtung 1
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studenten von 875 Arbeitsstunden.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul studienbegleitend auf sieben Semester.

Anlage 2: Modulbeschreibung zum berufsbegleitenden Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)
Modul Bachelor-Arbeit

Modulnummer	11
Modulname	Bachelor-Arbeit
Modulverantwortlich	Studiengangsleiter Event- und Online-Marketing
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Die Bachelorarbeit soll zum Themenbereich des Event- und Online-Marketings geschrieben werden und Fragestellungen aus diesem Bereich aufgreifen, die theoriegeleitet bearbeitet werden. Relevante Themenfelder umfassen das Marketing, die Kommunikation, die Organisation, das Controlling, den Personal- oder Technikeinsatz, die Internationalisierung oder das Veranstaltungsrecht.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Im Modul Bachelor-Arbeit weisen die Studenten ihr im Studium erworbenes Wissen und ihre Befähigung zur wissenschaftlichen Analyse eines praktischen Problems nach. Dies betrifft sowohl die Fähigkeit zur Aufarbeitung des bekannten theoretischen und praktischen Wissens zum Untersuchungsobjekt und/oder die empirische Analyse des Problems in einem konkreten Praxisfeld unter Nutzung angemessener Methoden sowie die Entwicklung von Handlungsempfehlungen und Lösungsvorschlägen für das untersuchte Problem.</p>
Lehrformen	<p>Lehrform des Moduls ist das Kolloquium.</p> <ul style="list-style-type: none"> • K: Konsultationen und Kolloquium mit E-Learninglehreinheiten (2 LVS)
Voraussetzungen für die Teilnahme (empfohlene Kenntnisse und Fähigkeiten)	keine
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	<p>Die Erfüllung der Zulassungsvoraussetzungen für die einzelnen Prüfungsleistungen und die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung sind Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten.</p> <p>Zulassungsvoraussetzungen für die mündliche Prüfung (Kolloquium) sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bewertung der Bachelorarbeit mit mindestens „ausreichend“ (4,0) • Module 1 bis 10
Modulprüfung	<p>Die Modulprüfung besteht aus zwei Prüfungsleistungen. Im Einzelnen sind folgende Prüfungsleistungen zu erbringen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bachelorarbeit (Umfang: 50 bis 60 Seiten, Bearbeitungszeit: 20 Wochen) • 30-minütige mündliche Prüfung (Kolloquium)
Leistungspunkte und Noten	<p>In dem Modul werden 15 Leistungspunkte erworben.</p> <p>Die Bewertung der Prüfungsleistungen und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.</p> <p>Prüfungsleistungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bachelorarbeit, Gewichtung 4 - Bestehen erforderlich • mündliche Prüfung (Kolloquium), Gewichtung 1 - Bestehen erforderlich
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studenten von 375 Arbeitsstunden.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf ein Semester.