

§ 41 Studiengang Dialogmarketing und E-Commerce

(1) **Studienumfang:**

Für den erfolgreichen Abschluss des Studiums müssen mindestens 90 Credits erreicht werden. Die Lehrveranstaltungen sind als Vorschlag den einzelnen Studiensemestern zugeordnet.

(2) **Notenberechnung:**

Die Note eines Moduls errechnet sich aus den Noten der im Modul enthaltenen Prüfungsleistungen entsprechend den jeweiligen Gewichtungen. Besteht eine Prüfungsleistung aus mehreren Klausurarbeiten und sonstigen Arbeiten, so errechnet sich die Modulnote im gleichgewichtigen Verhältnis, es sei denn, im Rahmen der Tabelle ist eine andere Aufteilung vermerkt. Für das Bestehen einer Prüfungsleistung müssen alle Klausurarbeiten und sonstigen Studienleistungen bestanden sein.

(3) **Studienplan:**

Das Studium setzt sich zusammen aus:

- Pflichtfächern in den Bereichen E-Commerce und Dialogmarketing im Umfang von jeweils 20 SWS und 30 Credits
- Beim Modul „E-Commerce-Vertiefung“ handelt es sich um Wahlfächer, die man im Umfang von 6 SWS bzw. 9 Credits belegen muss. Weitere Wahlfächer können freiwillig gewählt werden. Wahlfächer sind in der Tabelle nur beispielhaft angeführt. Die jeweils angebotenen Fächer werden zu Semesterbeginn bekannt gegeben.
- Modul „Masterarbeit“ (DEC-07) im Umfang von 30 Credits und einer Dauer von 6 Monaten.

(4) **Lehrveranstaltungen:**

Die für den erfolgreichen Abschluss des Studiums erforderlichen Lehrveranstaltungen sowie die zugehörigen Prüfungsleistungen ergeben sich aus den folgenden Tabellen. Lehrveranstaltungen können sowohl in deutscher als auch in englischer Sprache abgehalten und geprüft werden. Weitere Informationen sind dem Modulhandbuch zu entnehmen. Inhalte, Anzahl und Wiederholungsrhythmus der Wahlmodule können auf Beschluss der Fakultätsräte je nach verfügbarer Lehrkapazität und geänderten Studienanforderungen angepasst werden. Die Lehrveranstaltungen werden einmal pro Jahr angeboten, so dass E-Commerce zum Winter- und Dialogmarketing zum Sommersemester studierbar ist.

Module/ Lehrveranstaltungen		Art	SWS und zugeordnetes Fachsemester			Prüfungs- leistung	Credits	Gewicht
			Sem. 1	Sem. 2	Sem. 3			
DEC-01	IT-Systeme im E-Commerce						6	
M+I650	Anwendungsarchitekturen im E-Commerce	V	2			M	3	1
B+W1135	Mobile Commerce	L	2			K60	3	
DEC-02	Multi-Channel-Infrastructure						6	
B+W1136	E-Business Workshop	S	2			K120	6	1
B+W1137	Multi-Channel-Logistics	V	2				6	
DEC-03	E-Commerce-Management						9	
B+W1138	Labor E-Commerce-Konzeption und -Testing	L	2			LA+K120 ¹	9	1
B+W1139	Strategisches Marketing	V	2					
B+W1140	Retail-Management und Multi-Channel-Strategien	V	2					
DEC-04	E-Commerce-Vertiefung (Wahlfach)						9	
B+W1141	International Financial Management	V	2			K60	3	1/3
B+W1142	Global Economy	V	2			K60	3	1/3
B+W1143	Risikomanagement im Multi-Channel-Commerce	V	2			K60	3	1/3

Module/ Lehrveranstaltungen		Art	SWS und zugeordnetes Fachsemester			Prüfungs- leistung	Credits	Gewicht	
			Sem. 1	Sem. 2	Sem. 3				
M+I658	Human-Computer-Interaction	S	2			HA	3	1/3	
B+W1144	Wettbewerbsrecht/ Gewerblicher Rechtsschutz	V	2			K60	3	1/3	
B+W1145	Vertrags-/Online-Recht	V	2			K60	3	1/3	
M+I651	Konsumentenpsychologie	S	2			HA+RE ²	3	1/3	
DEC-05	Dialogmarketing							6	
B+W1146	Dialogmarketing Grundlagen	V		2		M	6	1	
B+W1147	Dialogmarketing Workshop	S		2					
DEC-06	Multi-Channel-Kommunikation							6	
M+I655	Social Media Marketing	S		2		PA+RE ²	6	1	
M+I656	Mediaplanung Workshop	S		2					
DEC-07	Direktmarketing Management							9	
B+W1148	Customer Relationship Management	V		2		K60+HA+ RE ³	9	1	
B+W1149	Marketing Projekte	S		4					
DEC-08	Data Analytics							9	
M+I652	Data Modelling, Mining and Analytics	V		2		K60+LA+ RE ⁴	9	1	
M+I653	Übung: Data Analytics	Ü		2					
M+I654	Seminar Trends im Datenmanagement	S		2					
DEC-09	Master-Thesis							30	
B+W1150	Master-Thesis	WA			18	AA	27	1	
B+W1151	Master-Thesis (Kolloquium)	S			2	KO	3	-	
Summe SWS			20	20	20				
Summe Credits			30	30	30		90		

(5) **Masterzeugnis:**

Das Masterzeugnis enthält alle in der Tabelle aufgeführten Noten des Studiums. Die Gesamtnote des Studiums berechnet sich aus den Modulnoten, die entsprechend der angegebenen Credits gewichtet werden.

¹ Gewichtung: 35 % Labor, 65 % Klausur

² Gewichtung: 65 % Praktische Arbeit/Hausarbeit, 35 % Referat

³ Gewichtung: 35 % Klausur, 65 % Hausarbeit + Referat (HA+RE ist eine Teilleistung aus 75 % HA und 25 % RE)

⁴ Gewichtung: 60 % Klausur, 40 % Referat, LA nicht benotet