

§ 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.
- (3) **Prüfungsleistungen mit mehreren Teilleistungen:**
Besteht eine Prüfungsleistung aus mehreren Teilleistungen, müssen die Teilprüfungsleistungen im gleichen Semester erbracht werden. Die bestandenen Teilprüfungsleistungen ergeben eine gemeinsame Note. Die Festlegung der Gesamtnote erfolgt durch den Modulverantwortlichen entsprechend den Gewichtungen der Teilprüfungsleistungen. Wird eine Teilprüfungsleistung nicht bestanden, muss nur diese Teilprüfungsleistung wiederholt werden. Einzelne bestandene Teilprüfungsleistungen können zwecks Leistungsverbesserung nicht wiederholt werden.
- (4) **Bestehen der Prüfungsleistungen sowie der Module:**
Sämtliche Module sind nur bestanden, wenn jede einzelne Prüfungsleistung und jede einzelne Teilprüfungsleistung bestanden ist.
- (5) **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 „Wahlpflichtfächer“ handelt es sich um Wahlfächer, die man im Umfang von 6 SWS bzw. 9 Credits belegen muss. Weitere Wahlfächer können freiwillig gewählt werden.
 - Modul „Masterarbeit“ (DEC-09) im Umfang von 30 Credits und einer Dauer von 6 Monaten.
- (6) **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. Alle Lehrveranstaltungen werden entsprechend des Curriculums nur einmal im Jahr angeboten.

Module/ Lehrveranstaltungen	Art	SWS und zugeordnetes Fachsemester			Prüfungs- leistung	Credits	Gewicht
		Sem. 1	Sem. 2	Sem. 3			
DEC-01	E-Commerce-Architekturen und Content					6	
V51M00004	Anwendungsarchitekturen im E-Commerce	V	2		M+PA ¹	6	1
V51M00003	Content Management	S	2				
DEC-02	Multi-Channel-Infrastructure					6	
V51M00005	Mobile Commerce	S	2		K60+PA ²	6	1
V54M00004	Multi-Channel-Logistics	V	2				

Module/ Lehrveranstaltungen	Art	SWS und zugeordnetes Fachsemester			Prüfungs- leistung	Credits	Gewicht	
		Sem. 1	Sem. 2	Sem. 3				
DEC-03	Marketing-Management					9		
V51M00006	Customer Relationship Management	V	2		K60+PR ³	9	1	
V54M00005	Marketing Projekte	S	4					
DEC-04	Wahlpflichtfächer					9		
	Wahlfächer (siehe Liste)		6					
DEC-05	Dialogmarketing und Konsumentenpsychologie					6		
V54M00006	Konsumentenpsychologie	S		2	RE+M ⁴	6	1	
V54M00007	Dialogmarketing und Mediaplanung Workshop	S		2				
DEC-06	Social Media					6		
V54M00008	Social Media Marketing	S		2	PA+K90 ⁵	6	1	
V51M00007	Online und Social Media Recht	V		2				
DEC-07	Multi-Channel Management					9		
V53M00001	E-Commerce-Konzeption und -Testing	L		2	LA	3	1/3	
V51M00008	Strategisches Marketing	V		2	K120	6	2/3	
V51M00009	Multi-Channel-Retailing	V		2				
DEC-08	Data Analytics					9		
V51M00010	Data Modelling, Mining and Analytics	V		4	K60+RE ⁶	9	1	
V54M00009	Trends im Datenmanagement	S		2				
DEC-09	Master-Thesis					30		
	Master-Thesis	WA			0	AA	27	1
V54M00010	Kolloquium	S			2	KO	3	-
Summe SWS			20	20	2			
Summe Credits			30	30	30		90	

(7) **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: 50 % Mündliche Prüfung, 50 % Praktische Arbeit
 - 2 Gewichtung: 50 % Klausur, 50 % Praktische Arbeit
 - 3 Gewichtung: 35 % Klausur, 65 % Projektarbeit
 - 4 Gewichtung: 50 % Referat, 50 % Mündliche Prüfung
 - 5 Gewichtung: 50 % Praktische Arbeit, 50 % Klausur
 - 6 Gewichtung: 60 % Klausur, 40 % Referat