

## **233. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges Akademische/r ExpertIn Online Media Marketing (Fakultät für Bildung und Medien)**

### **§ 1. Weiterbildungsziel**

- (1) Die Studierenden werden befähigt, Peer-to-Peer-Medien-basiertes Online Marketing ideell-konzeptiv, ökonom(etr)iewissenschaftlich, (medien)soziologisch und in seinen Grundzügen technologisch fundiert verstehen und eigenständig beurteilen zu können. AbsolventInnen dieses Studienformats vermögen Online Marketing-Aktivitäten und -Kampagnen strategisch wie operativ zu entwickeln, zu planen, federführend zu managen und sachgerecht zu evaluieren.
- (2) Studierende werden mit Theorien, Konzepten, etablierten Praxisszenarien und Marktstandards des Peer-to-Peer-Medien-basierten Online Marketings so weit vertraut gemacht, dass sie in die Lage versetzt werden, fachspezifische Entwicklungen kritisch zu analysieren und zu reflektieren.
- (3) Ein wesentliches Charakteristikum des Studienangebotes ist ein interdisziplinärer Zugang, der es ermöglicht, das Thema „Online Media Marketing“ aus der Perspektive verschiedener wissenschaftlicher Disziplinen zu behandeln und zu diskutieren.

### **§ 2. Studienform**

Der Universitätslehrgang wird als berufsbegleitende Studienvariante und/oder als Vollzeitvariante in Modulform angeboten. Die Organisation des Studiums berücksichtigt Elemente des Blended Learning. Der Universitätslehrgang wird in deutscher Sprache angeboten.

### **§ 3. Lehrgangsleitung**

- (1) Als Lehrgangsleitung ist eine hierfür wissenschaftlich und organisatorisch qualifizierte Person zu bestellen.
- (2) Die Lehrgangsleitung entscheidet in allen Angelegenheiten des Lehrgangs, soweit sie nicht anderen Organen zugeordnet sind.

### **§ 4. Dauer**

In der berufsbegleitenden Variante drei Semester (60 ECTS Punkte). Würde das Studium in einer Vollzeitvariante angeboten, so dauerte es zwei Semester (60 ECTS Punkte).

### **§ 5. Zulassungsvoraussetzungen**

Voraussetzung für die Zulassung zum Universitätslehrgang ist

- (1) ein österreichischer oder gleichwertiger ausländischer Hochschulabschluss oder
- (2) eine dem Abs. 1 gleichzuhaltende Qualifikation, wie folgt:
  - allgemeine Hochschulreife und mindestens 2 Jahre einschlägige Berufserfahrung in qualifizierter Positionoder
  - bei fehlender Hochschulreife mindestens 5 Jahre einschlägige Berufserfahrung und die positive Beurteilung im Rahmen eines Aufnahmeverfahrens, das von der Lehrgangsleitung festgesetzt wird.

### **§ 6. Studienplätze**

- (1) Die Zulassung zum Universitätslehrgang erfolgt jeweils nach Maßgabe vorhandener Studienplätze.

- (2) Die Höchstzahl an Studienplätzen, die jeweils für einen Studiengang zur Verfügung steht, ist von der Lehrgangsführerin oder dem Lehrgangsführer nach pädagogischen und organisatorischen Gesichtspunkten festzusetzen.

### § 7. Zulassung

Die Zulassung der Studierenden obliegt gemäß § 60 Abs.1 UG 2002 dem Rektorat.

### § 8. Unterrichtsprogramm

Fächer	Lehrveranstaltungen	LV-Art	UE	ECTS
<b>1. Online Media Marketing - Konzeption</b>			<b>60</b>	<b>6</b>
	Grundlagen	SE	30	3
	Strategisches Online Marketing	SE	30	3
<b>2. Ideenfindung im E-Marketing</b>			<b>30</b>	<b>3</b>
	Grundlagen	SE	10	1
	Planung und Umsetzung	SE	20	2
<b>3. Dialog-Marketing</b>		SE	<b>30</b>	<b>3</b>
<b>4. Suchmaschinenmarketing</b>		SE	<b>30</b>	<b>3</b>
<b>5. User Centered Design</b>		SE	<b>30</b>	<b>3</b>
<b>6. Online-Marktforschung</b>		SE	<b>30</b>	<b>3</b>
<b>7. Social Media Marketing</b>			<b>60</b>	<b>6</b>
	Social Media Communication	SE	30	3
	Digitales Reputationsmanagement	SE	30	3
<b>8. Mobile Marketing</b>		SE	<b>30</b>	<b>3</b>
<b>9. Digitale Mediensozialisation</b>		SE	<b>30</b>	<b>3</b>
<b>10. Web Statistics / Kampagnen-Reporting</b>		SE	<b>30</b>	<b>3</b>
<b>11. Online Mediaplanung / Display-Advertising</b>		SE	<b>30</b>	<b>3</b>
<b>12. Internetrecht und Datenschutz</b>		SE	<b>30</b>	<b>3</b>
<b>13. In-Game Advertising</b>		SE	<b>30</b>	<b>3</b>
<b>14. Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten</b>		SE	<b>15</b>	<b>3</b>
<b>15. Seminar zur Projektarbeit</b>		SE	<b>20</b>	<b>2</b>
<b>Projektarbeit</b>				<b>10</b>
<b>Summen UE/ECTS</b>			<b>485</b>	<b>60</b>

### § 9. Lehrveranstaltungen

- (1) Die Lehrveranstaltungen sind von der Lehrgangsführung jeweils für einen Lehrgang vor dessen Beginn in Form von Vorlesungen, Übungen, Seminaren oder Fernstudieneinheiten festzulegen und insbesondere in einer Informationsbroschüre kundzumachen.
- (2) Lehrveranstaltungen können, sofern pädagogisch und didaktisch zweckmäßig, als Fernstudieneinheiten angeboten werden. Dabei ist die Erreichung des Lehrzieles durch die planmäßige Abfolge von unterrichtlicher Betreuung und Selbststudium der Studierenden mittels geeigneter Lehrmaterialien sicherzustellen. Die Aufgliederung der Fernstudieneinheiten auf unterrichtliche Betreuung und Selbststudium, der Stundenplan und die vorgesehenen Lernmaterialien sind den Studierenden vor Beginn der Lehrveranstaltung in geeigneter Weise bekannt zu machen.

### **§ 10. Prüfungsordnung**

- (1) Die Studierenden haben eine Abschlussprüfung abzulegen.
- (2) Die Abschlussprüfung besteht aus schriftlichen oder mündlichen Teilprüfungen über die in §8 beschriebenen Fächer (einschließlich des Seminars zur Projektarbeit) sowie dem Abfassen und der positiven Beurteilung einer schriftlichen Projektarbeit.
- (3) Leistungen, die an universitären oder außeruniversitären Einrichtungen erbracht wurden, können für die Abschlussprüfung anerkannt werden, wenn eine Gleichwertigkeit dieser Leistungen vorliegt.
- (4) Leistungen aus dem Universitätslehrgang „MSc Online Media Marketing“ sind bei Gleichwertigkeit anzuerkennen.

### **§ 11. Evaluation und Qualitätsverbesserung**

Die Evaluation und Qualitätsverbesserung erfolgt durch

- regelmäßige Evaluation aller ReferentInnen und deren Lehrmaterialien durch die Studierenden sowie
- durch eine Befragung der AbsolventInnen und ReferentInnen nach Beendigung des Lehrgangs und Umsetzung der aufgezeigten Verbesserungspotentiale.

### **§ 12. Abschluss**

- (1) Nach erfolgreicher Ablegung der Abschlussprüfung ist dem/der Studierenden ein Abschlussprüfungszeugnis auszustellen.
- (2) Der Absolventin oder dem Absolventen ist die Bezeichnung „Akademische/r Expert/in in Online Media Marketing“ zu verleihen.

### **§ 13. Inkrafttreten**

Das vorliegende Curriculum tritt mit der Kundmachung in Kraft.