

Kursordnung
für das weiterbildende Studium zum BETRIEBSWIRT (FH) DIGITAL MARKETING
an der Hochschule Schmalkalden

Gemäß §§ 3 Abs. 1, 53 des Thüringer Hochschulgesetzes (ThürHG) vom 21. Dezember 2006 (GVBl. S. 601), zuletzt geändert durch Artikel 1 des Gesetzes vom 10. Mai 2018 (GVBl. S. 149) in Verbindung mit §§ 14 Abs. 1 Satz 2 Nr. 4, 19 Abs. 1 Satz 4 Nr. 4, 20 Abs. 1 Satz 2 der Grundordnung der Fachhochschule Schmalkalden vom 2. April 2008 (Amtsblatt des Thüringer Kultusministeriums Nr. 4/2008 S. 166), geändert durch die Erste Änderung der Grundordnung vom 1. Juni 2015 (Thüringer Staatsanzeiger Nr. 39/2015 S. 1641) erlässt die Hochschule Schmalkalden folgende Kursordnung für das weiterbildende Studium zum BETRIEBSWIRT (FH) DIGITAL MARKETING. Die Zentrale Studienkommission der Hochschule Schmalkalden hat am 24. Juni 2019 der Kursordnung zugestimmt; der Senat hat am 8. Juli 2020 die Kursordnung beschlossen.

Abschnitt 1: Allgemeines

§ 1
Grundsätzliches

Diese Kursordnung regelt Ziele, Inhalte, Aufbau und Prüfungen des weiterbildenden Studiums zum BETRIEBSWIRT (FH) DIGITAL MARKETING an der Hochschule Schmalkalden.

Abschnitt 2: Studium

§ 2
Studienvoraussetzungen und Studienbeginn

- (1) Für die Aufnahme des Studiums zum BETRIEBSWIRT (FH) DIGITAL MARKETING ist folgender Nachweis zu erbringen:
 - a) Abschluss eines Hochschulstudiums oder eines Studiums an einer Berufsakademie (BA) oder
 - b) allgemeine oder fachgebundene Hochschul- oder Fachhochschulreife oder ein vergleichbarer Abschluss und eine abgeschlossene Berufsausbildung in einem anerkannten Beruf und eine mindestens zweijährige, für das weiterbildende Studium förderliche Berufspraxis oder
 - c) Realschulabschluss und eine abgeschlossene Berufsausbildung in einem anerkannten, für das weiterbildende Studium förderlichen Beruf und einer mindestens vierjährigen, für das weiterbildende Studium förderliche Berufspraxis.
- (2) Das Studium zum BETRIEBSWIRT (FH) DIGITAL MARKETING ist eine berufsbegleitende Weiterbildung, die gemäß § 6 des Thüringer Hochschulgebühren- und -entgeltgesetzes gebührenpflichtig ist. Die Gebühr beträgt 2.800 € pro Semester. Nähere Einzelheiten zur Gebührenerhebung sind in der Gebührenordnung der Hochschule Schmalkalden geregelt.
- (3) Das Studium kann i.d.R. im ersten Semester zu Beginn des Winter- oder Sommersemesters aufgenommen werden. Dies setzt in der Regel voraus, dass sich mindestens 12 Teilnehmer für das weiterbildende Studium zum BETRIEBSWIRT (FH) DIGITAL MARKETING immatrikulieren.
- (4) Die Anzahl der Studierenden pro Semester für das weiterbildende Studium zum BETRIEBSWIRT (FH) DIGITAL MARKETING kann durch Beschluss des Prüfungsausschusses begrenzt werden. Der Prüfungsausschuss entscheidet darüber, welche Bewerber zu dem weiterbildenden Studium zugelassen werden. Bei einer Begrenzung der Teilnehmerzahl entscheidet der zeitliche Eingang der Bewerbungsunterlagen aller zulassungsfähigen Bewerber über die Zulassung.

§ 3 Ziel des weiterbildenden Studiums

Das Ziel des Studiums ist es, den Studierenden betriebswirtschaftliche Kenntnisse, Managementgrundlagen und ein darauf aufbauendes fundiertes Wissen im Bereich Digital Marketing sowie innovative Ansätze zur Nutzung des Internets als Marketinginstrument zu vermitteln. Sie sollen in der Lage sein, die Kommunikation und Angebotsgestaltung über das Internet strategiekonform und zielorientiert zu planen, die Maßnahmen erfolgreich umzusetzen und zu steuern sowie deren Ergebnisse zu messen und zu analysieren.

§ 4 Aufbau des Studiums

- (1) Das Studium gliedert sich in zwei Semester und endet mit der Prüfung zum BETRIEBSWIRT (FH) DIGITAL MARKETING.
- (2) Das erste Semester vermittelt Kenntnisse in den Lehrgebieten:
 - Methodisch gestütztes Management und allgemeines Recht
 - Rechnungswesen, Investition und Finanzierung
 - Marketing
 - Marketingkonzeption und Marktforschung
- (3) Das zweite Semester vermittelt Kenntnisse in den Lehrgebieten:
 - Online-Marketingkonzeption, Website-Planung und Web-Controlling
 - Suchmaschinenmarketing
 - Werbung und Kommunikation im Internet
 - Online-Verkauf, Online-Handel und Mobile-Marketing
- (4) Der zeitliche Umfang der Lehrgebiete ergibt sich aus der Anlage.

§ 5 Arten von Lehrveranstaltungen

- (1) In dem weiterbildenden Studium BETRIEBSWIRT (FH) DIGITAL MARKETING können Lehrveranstaltungen in folgender Form durchgeführt werden:
 1. Vorlesung
Zusammenhängende Darstellung und Vermittlung von Grund- und Spezialwissen sowie wissenschaftlicher Methoden.
 2. Seminaristische Vorlesung
Die Lehrinhalte werden hier durch enge Verbindungen des Vortrages mit dessen exemplarischer Vertiefung erarbeitet. Der Lehrende vermittelt und entwickelt den Lehrstoff unter Beteiligung der Studierenden.
 3. Übung
Durcharbeiten von Lehrstoffen. Vermittlung grundlegender Kenntnisse und Fertigkeiten. Vertiefung von Methodenkenntnissen durch Lösung exemplarischer Aufgaben, die in Einzel- oder Gruppenarbeit gelöst werden.
 4. Selbststudium
Erarbeitung des Lehrstoffes anhand von Lehrheften mit Aufgaben und Lösungen.
- (2) Das weiterbildende Studium BETRIEBSWIRT (FH) DIGITAL MARKETING beinhaltet sowohl Präsenzphasen und synchrone Online-Lehrveranstaltungen als auch Selbststudienphasen, die mittels entsprechender Lehrhefte (Textteil, Aufgaben und Lösungen) absolviert werden.

Abschnitt 3: Prüfungen

§ 6 Allgemeine Zulassungsvoraussetzungen

- (1) An den Fachprüfungen zum BETRIEBSWIRT (FH) DIGITAL MARKETING kann nur teilnehmen, wer für das weiterbildende Studium BETRIEBSWIRT (FH) DIGITAL MARKETING an der Hochschule Schmalkalden eingeschrieben ist und die Studiengebühren entrichtet hat.
- (2) Die Studierenden sind zu den vorgesehenen Fachprüfungen laut Studienplan angemeldet.

- (3) Die Zulassung zu einer Fachprüfung darf nur abgelehnt werden, wenn
1. die in Absatz 1 genannten Voraussetzungen nicht erfüllt sind oder
 2. die Unterlagen zum Nachweis der Erfüllung der Studienvoraussetzungen unvollständig sind.

§ 7

Arten der Prüfungsleistungen

- (1) Die Prüfung zum BETRIEBSWIRT (FH) DIGITAL MARKETING besteht aus Fachprüfungen.
- (2) Fachprüfungen setzen sich aus einer oder mehreren Prüfungsleistungen zusammen und werden i.d.R. während der Präsenzphasen abgenommen.
- (3) Prüfungsleistungen sind einzelne konkrete Prüfungsvorgänge in Form einer Klausur oder einer schriftlichen Hausarbeit. Eine Fachprüfung wird bewertet und nach § 9 benotet. Besteht eine Fachprüfung aus nur einer Prüfungsleistung, sind Prüfungsleistung und Fachprüfung identisch. Besteht eine Fachprüfung aus mehreren Prüfungsleistungen, so ist die Note der Fachprüfung von den beteiligten Prüfern nach § 9 festzulegen.

§ 8

Prüfungsleistungen

- (1) Prüfungsleistungen sind schriftlich zu erbringen. Prüfungen dürfen nicht überwiegend nach dem Multiple-Choice-Verfahren aufgebaut sein.
- (2) Macht der Kandidat glaubhaft, dass er wegen länger andauernder oder ständiger körperlicher Behinderung nicht in der Lage ist, Prüfungsleistungen ganz oder teilweise in der vorgesehenen Form abzulegen, so wird dem Kandidaten gestattet, die Prüfungsleistungen innerhalb einer verlängerten Bearbeitungszeit oder gleichwertige Prüfungsleistungen in einer anderen Form zu erbringen. Dazu ist ein ärztliches Attest vorzulegen.
- (3) In den Prüfungsleistungen soll der Kandidat nachweisen, dass er in begrenzter Zeit und mit begrenzten Hilfsmitteln mit den gängigen Methoden des Prüfungsfaches Aufgaben lösen und Themen bearbeiten kann. Es soll ferner festgestellt werden, ob der Kandidat über ein breites Grundlagenwissen verfügt.
- (4) Die Dauer jeder schriftlichen Fachprüfung beträgt 60 Minuten.

§ 9

Bewertung der Fachprüfungen

- (1) Die Noten der einzelnen Fachprüfungen werden von den jeweiligen Prüfern festgesetzt. Für die Bewertung sind folgende Noten zu verwenden:

1 = sehr gut	= hervorragende Leistung
2 = gut	= eine Leistung, die erheblich über den durchschnittlichen Anforderungen liegt
3 = befriedigend	= eine Leistung, die durchschnittlichen Anforderungen entspricht
4 = ausreichend	= eine Leistung, die trotz ihrer Mängel noch den Anforderungen entspricht
5 = nicht ausreichend	= eine Leistung, die wegen erheblicher Mängel den Anforderungen nicht mehr genügt.
- (2) Zur differenzierten Bewertung können einzelne Noten um 0,3 auf Zwischenwerte erhöht oder erniedrigt werden. Die Noten 0,7; 4,3; 4,7 und 5,3 sind dabei ausgeschlossen.

§ 10

Versäumnis, Rücktritt, Täuschung, Ordnungsverstoß

- (1) Eine Fachprüfung gilt als mit "nicht ausreichend" (5,0) bewertet, wenn der Kandidat einen für ihn bindenden Prüfungstermin ohne triftigen Grund versäumt oder wenn er von einer Prüfung, die er angetreten hat, ohne triftigen Grund zurücktritt. Dasselbe gilt, wenn eine schriftliche Prüfungsleistung nicht innerhalb der vorgegebenen Bearbeitungszeit erbracht wird.
- (2) Der für den Rücktritt oder das Versäumnis geltend gemachte Grund für die Prüfungsunfähigkeit muss dem Prüfungsausschuss unverzüglich schriftlich angezeigt und glaubhaft gemacht werden.
- (3) Bei einer krankheitsbedingten Prüfungsunfähigkeit des Kandidaten oder Krankheit eines von ihm zu versorgenden Kindes oder pflegebedürftigen Angehörigen kann die Vorlage eines ärztlichen

Attestes und in Zweifelsfällen eines Attestes eines von der Hochschule benannten Arztes verlangt werden. Wird der Grund anerkannt, so wird ein neuer Termin anberaumt.

- (4) Eine Prüfungsleistung, an der aufgrund von Prüfungsunfähigkeit nicht teilgenommen wurde, muss spätestens im Rahmen der Prüfungstermine des jeweils folgenden Semesters wiederholt werden. Der Prüfungsanspruch erlischt bei Versäumnis dieser Wiederholungsfrist, es sei denn, der Kandidat hat das Versäumnis nicht zu vertreten.
- (5) Versucht der Kandidat das Ergebnis einer Prüfungsleistung durch Täuschung, Mitführung oder Benutzung nicht zugelassener Hilfsmittel zu beeinflussen, wird die betreffende Fachprüfung mit "nicht ausreichend" (5,0) bewertet. Ein Kandidat, der den ordnungsgemäßen Ablauf der Prüfung stört, kann von dem jeweiligen Prüfer oder Aufsichtsführenden von der Fortsetzung der Prüfungsleistung ausgeschlossen werden; in diesem Fall wird die Fachprüfung mit "nicht ausreichend" (5,0) bewertet.
- (6) Der Kandidat kann innerhalb einer Frist von zwei Wochen nach Beginn der folgenden Präsenzphase verlangen, dass die Entscheidungen nach Absatz 5 vom Prüfungsausschuss überprüft werden. Das Ergebnis ist dem Kandidaten unverzüglich schriftlich mitzuteilen. Im Falle einer Entscheidung zu Ungunsten des Kandidaten ist diese zu begründen und mit einer Rechtsbehelfsbelehrung zu versehen.

§ 11

Bestehen und Nichtbestehen

- (1) Eine Fachprüfung ist bestanden, wenn die Fachnote mindestens "ausreichend" (4,0) ist. Eine Fachprüfung ist nicht bestanden, wenn die Fachnote "nicht ausreichend" (5,0) ist. Eine Fachprüfung gilt als endgültig nicht bestanden, wenn sie dreimal mit „nicht bestanden“ bewertet wurde.
- (2) Die Prüfung zum BETRIEBSWIRT (FH) DIGITAL MARKETING ist bestanden, wenn alle Fachprüfungen bestanden sind. Sie ist endgültig nicht bestanden, sobald eine Fachprüfung endgültig nicht bestanden ist.
- (3) Prüfungsergebnisse sind unter Einhaltung des Datenschutzes in geeigneter Weise bekannt zu geben. Sie sollen spätestens 6 Wochen nach dem Prüfungstermin verkündet werden.
- (4) Hat der Kandidat eine Fachprüfung nicht bestanden, wird der Kandidat darüber informiert. Er muss auch Auskunft darüber erhalten, ob und ggf. in welchem Umfang und in welcher Frist die Fachprüfung wiederholt werden kann.
- (5) Hat der Kandidat die Prüfung zum BETRIEBSWIRT (FH) DIGITAL MARKETING nicht bestanden, wird ihm auf Antrag und gegen Vorlage der entsprechenden Nachweise sowie der Exmatrikulationsbescheinigung ausgestellt, welche die erbrachten Fachprüfungen und deren Noten sowie die noch fehlenden Fachprüfungen enthält.

§ 12

Wiederholung der Fachprüfungen

- (1) Nicht bestandene Fachprüfungen können höchstens zweimal wiederholt werden. Die Wiederholung einer bestandenen Fachprüfung ist nicht zulässig.
- (2) Eine nicht bestandene Fachprüfung ist spätestens im Rahmen der Prüfungstermine des jeweils folgenden Semesters zu wiederholen. Der Prüfungsanspruch erlischt bei Versäumnis dieser Wiederholungsfrist, es sei denn, der Kandidat hat das Versäumnis nicht zu vertreten.

§ 13

Anrechnung von Prüfungsleistungen

- (1) Studien- und Prüfungsleistungen aus gleichartigen oder anderen Studiengängen an in- oder ausländischen Hochschulen und staatlichen oder staatlich anerkannten Berufsakademien sind anzurechnen, soweit hinsichtlich der erworbenen Kompetenzen keine wesentlichen Unterschiede bestehen. Bei der Anrechnung von Studien- und Prüfungsleistungen, die außerhalb der Bundesrepublik Deutschland erbracht wurden, sind die von Kultusministerkonferenz und Hochschulrektorenkonferenz gebilligten Äquivalenzvereinbarungen sowie Absprachen im Rahmen von Hochschulpartnerschaften zu beachten.

- (2) Werden Prüfungsleistungen angerechnet, sind die ECTS-Kreditpunkte sowie die Noten – soweit die Notensysteme vergleichbar sind – zu übernehmen und in die Berechnung der Gesamtnote einzubeziehen. Eine Kennzeichnung der Anrechnung im Zeugnis ist zulässig.
- (3) Bei Vorliegen der Voraussetzungen der Absätze 1 und 2 besteht ein Rechtsanspruch auf Anrechnung. Die Anrechnung von Studien- und Prüfungsleistungen erfolgt auf Antrag durch den Prüfungsausschuss. Der Studierende hat die für die Anrechnung erforderlichen Unterlagen vorzulegen. Bei Versagung der Anerkennung ist dies zu begründen und der Antragsteller ist über Maßnahmen zu unterrichten, die er ergreifen kann, um die Anerkennung zu einem späteren Zeitpunkt zu erlangen.
- (4) Die anzurechnenden Leistungen dürfen nicht im Rahmen von Prüfungen erbracht worden sein, die Voraussetzung für die Zulassung zum Studium sind.

§ 14 Prüfungsausschuss

- (1) Für die Organisation von Fachprüfungen sowie die durch diese Kursordnung erwachsenden weiteren Aufgaben ist ein aus fünf Mitgliedern bestehender Prüfungsausschuss zu bilden. Ihm gehören mindestens drei Professoren der Hochschule Schmalkalden und bis zu zwei weitere sachkundige Personen mit Hochschulabschluss an. Mindestens vier Mitglieder des Prüfungsausschusses müssen Mitglied der Hochschule Schmalkalden sein. Die Amtszeit der Mitglieder beträgt drei Jahre.
- (2) Die Mitglieder des Prüfungsausschusses werden vom Senat der Hochschule Schmalkalden bestellt. Der Vorsitzende und der Stellvertreter werden vom Prüfungsausschuss gewählt. Der Vorsitzende führt im Regelfall die Geschäfte des Prüfungsausschusses. Der Vorsitzende des Prüfungsausschusses muss Professor der Hochschule Schmalkalden sein.
- (3) Der Prüfungsausschuss achtet darauf, dass die Bestimmungen der Kursordnung eingehalten werden.
- (4) Der Prüfungsausschuss ist beschlussfähig, wenn mehr als die Hälfte der Mitglieder, darunter mindestens zwei Professoren der Hochschule Schmalkalden, anwesend ist und beschließt mit der Mehrheit der Stimmen der anwesenden Mitglieder. Bei Stimmgleichheit gibt die Stimme des Vorsitzenden den Ausschlag.
- (5) Die Mitglieder des Prüfungsausschusses haben das Recht, der Abnahme der Prüfungsleistungen beizuwohnen.
- (6) Die Mitglieder des Prüfungsausschusses und deren Stellvertreter unterliegen der Amtsverschwiegenheit. Sofern sie nicht im öffentlichen Dienst stehen, sind sie durch den Vorsitzenden zur Verschwiegenheit zu verpflichten.

§ 15 Prüfer

- (1) Zu Prüfern werden regelmäßig nur Professoren und andere nach § 54 Abs. 2, 3 und 4 ThürHG prüfungsberechtigte Personen bestellt.
- (2) Die Namen der Prüfer sollen dem Kandidaten rechtzeitig bekannt gegeben werden.
- (3) Für die Prüfer gilt § 14 Abs. 6 entsprechend.

§ 16 Zuständigkeiten

- (1) Die Prüfer entscheiden über das Bestehen und Nichtbestehen der Prüfungen (§ 11).
- (2) Der Prüfungsausschuss entscheidet:
 1. über das Vorliegen der Studienvoraussetzungen (§ 2 Abs. 1),
 2. über die Durchführung des weiterbildenden Studiums (§ 2 Abs. 3),
 3. über die Zulassung zum Studium (§ 2 Abs. 4),
 4. über die Zulassungen zu den Prüfungen (§ 6),
 5. über die Folgen von Verstößen gegen Prüfungsvorschriften (§ 10),
 6. über die Bestellung der Prüfer (§ 15).

- (3) Soweit in dieser Kursordnung nicht andere Bestimmungen getroffen sind, entscheidet der Prüfungsausschuss.

§ 17

Zweck und Durchführung der Prüfung

Durch die Prüfung zum BETRIEBSWIRT (FH) DIGITAL MARKETING soll der Kandidat nachweisen, dass er die Inhalte und das methodische Instrumentarium der einzelnen Fachgebiete beherrscht.

§ 18

Art und Umfang der Prüfung

- (1) In folgenden Prüfungsgebieten sind Fachprüfungen abzulegen:
1. Methodisch gestütztes Management und allgemeines Recht
 2. Rechnungswesen, Investition und Finanzierung
 3. Marketing sowie Marketingkonzeption und Marktforschung
 4. Online-Marketingkonzeption, Website-Planung und Web-Controlling sowie Suchmaschinenmarketing
 5. Werbung und Kommunikation im Internet
 6. Online-Verkauf, Online-Handel und Mobile-Marketing

§ 19

Bildung der Gesamtnote und Zeugnis

- (1) Für die Prüfung zum BETRIEBSWIRT (FH) DIGITAL MARKETING wird eine Gesamtnote gebildet. Sie ergibt sich als Summe
- a) der mit dem Faktor 0,15 gewichteten Fachnoten der Fächer „Rechnungswesen und allgemeines Recht“, „Marketing sowie Marketingkonzeption und Marktforschung“, „Werbung und Kommunikation im Internet“ und „Online-Verkauf, Online-Handel und Mobile-Marketing“ zuzüglich
 - b) der jeweils mit dem Faktor 0,2 gewichteten Fachnoten in den Fächern „Methodisch gestütztes Management“ und „Online-Marketingkonzeption, Website-Planung und Web-Controlling sowie Suchmaschinenmarketing“.
- (2) Bei der Bildung der Gesamtnote wird nur die erste Dezimalstelle hinter dem Komma berücksichtigt; alle weiteren Stellen werden ohne Rundung gestrichen.
- (3) Die Gesamtnote lautet:
- | | | |
|---|---|--------------|
| bei einem Durchschnitt bis einschließlich 1,5 | = | sehr gut |
| bei einem Durchschnitt von 1,6 bis einschließlich 2,5 | = | gut |
| bei einem Durchschnitt von 2,6 bis einschließlich 3,5 | = | befriedigend |
| bei einem Durchschnitt von 3,6 bis einschließlich 4,0 | = | ausreichend |
- (4) Über die bestandene Prüfung zum BETRIEBSWIRT (FH) DIGITAL MARKETING erhält der Kandidat ein Zeugnis, das die Fachnoten und die Gesamtnote enthält. Es wird vom Vorsitzenden des Prüfungsausschusses unterzeichnet.

§ 20

Zertifikat

- (1) Ist die Prüfung zum BETRIEBSWIRT (FH) DIGITAL MARKETING bestanden, wird das Zertifikat BETRIEBSWIRTIN (FACHHOCHSCHULE) FÜR DIGITAL MARKETING, abgekürzt BETRIEBSWIRTIN (FH) DIGITAL MARKETING, bzw. BETRIEBSWIRT (FACHHOCHSCHULE) DIGITAL MARKETING, abgekürzt BETRIEBSWIRT (FH) DIGITAL MARKETING, verliehen.
- (2) Gleichzeitig mit dem Zeugnis erhält der Kandidat das Zertifikat mit dem Datum des Zeugnisses. Das Zertifikat wird vom Rektor unterzeichnet und mit dem Siegel der Hochschule versehen.

Abschnitt 4: Schlussbestimmungen

§ 21 Ungültigkeit der Prüfung

- (1) Hat der Kandidat bei einer Prüfungsleistung getäuscht und wird diese Tatsache erst nach Aushändigung des Zeugnisses bekannt, so kann die Note der Fachprüfung entsprechend § 10 Abs. 5 berichtigt werden. Gegebenenfalls kann die Fachprüfung für "nicht ausreichend" (5,0) und die Prüfung zum BETRIEBSWIRT (FH) DIGITAL MARKETING für "nicht bestanden" erklärt werden.
- (2) Waren die Voraussetzungen für die Abnahme einer Fachprüfung nicht erfüllt, ohne dass der Kandidat hierüber täuschen wollte, und wird diese Tatsache erst nach Aushändigung des Zeugnisses bekannt, so wird dieser Mangel durch das Bestehen der Fachprüfung geheilt. Hat der Kandidat vorsätzlich zu Unrecht erwirkt, dass er die Fachprüfung ablegen konnte, so kann die Fachprüfung für "nicht ausreichend" (5,0) und die Prüfung zum BETRIEBSWIRT (FH) DIGITAL MARKETING für „nicht bestanden“ erklärt werden.
- (3) Dem Kandidaten ist vor einer Entscheidung Gelegenheit zur Äußerung zu geben.
- (4) Das unrichtige Zeugnis ist einzuziehen und gegebenenfalls ein neues zu erteilen. Mit dem unrichtigen Zeugnis ist auch das Zertifikat einzuziehen, wenn die Prüfung zum BETRIEBSWIRT (FH) DIGITAL MARKETING aufgrund einer Täuschung für "nicht bestanden" erklärt wurde.

§ 22 Einsicht in die Prüfungsakten

Innerhalb eines Jahres nach Abschluss des Prüfungsverfahrens wird dem Kandidaten auf Antrag in angemessener Frist Einsicht in seine schriftlichen Prüfungsarbeiten und in die Prüfungsprotokolle gewährt.

§ 23 Gleichstellungsklausel

Status- und Funktionsbezeichnungen nach dieser Ordnung gelten jeweils für alle Geschlechter.

§ 24 In-Kraft-Treten

- (1) Diese Kursordnung tritt am ersten Tag des auf ihre Bekanntmachung im Verkündungsblatt der Hochschule Schmalkalden folgenden Monats in Kraft.
- (2) Diese Kursordnung gilt erstmals für Studierende, die im Wintersemester 2020/2021 das weiterbildende Studium zum BETRIEBSWIRT (FH) DIGITAL MARKETING beginnen.
- (3) Nach dieser Kursordnung werden Studierende letztmalig im Wintersemester 2023/2024 immatrikuliert.

Anlage:

Lehrgebiete des weiterbildenden Studiums zum BETRIEBSWIRT (FH) DIGITAL MARKETING

Lehrgebiete	Stundenumfang im 1. Semester			<u>ECTS</u>
	Präsenz-/ On-line-Lehrzeit	Selbststudium	gesamt	
Methodisch gestütztes Management und allgemeines Recht	16	104	120	4
Rechnungswesen, Investition und Finanzierung	16	104	120	4
Marketing	16	104	120	4
Marketingkonzeption und Marktforschung	16	74	90	3
Summe 1. Semester	64	386	450	15

Lehrgebiete	Stundenumfang im 2. Semester			<u>ECTS</u>
	Präsenz-/ On-line-Lehrzeit	Selbststudium	gesamt	
Online-Marketingkonzeption, Website-Planung und Web-Controlling	24	96	120	4
Suchmaschinenmarketing	24	96	120	4
Werbung und Kommunikation im Internet	24	96	120	4
Online-Verkauf, Online-Handel und Mobile-Marketing	16	74	90	3
Summe 2. Semester	96	354	450	15
Gesamtstundenzahl Studium	160	740	900	30