

**Erste Satzung zur Änderung der
Studien- und Prüfungsordnung für den weiterbildenden Masterstudiengang Digital Marketing an der Ostbayerischen Technischen Hochschule Amberg-Weiden**

vom 23.03.2023

Aufgrund von Art. 9 Satz 1, Art. 80 Abs. 1 Satz 1 und Satz 2, Art. 84 Abs. 2 Satz 1 Bayerisches Hochschulinnovationsgesetz-(BayHIG) vom 05. August 2022) erlässt die Hochschule Amberg-Weiden folgende Satzung:

§ 1

Die Studien- und Prüfungsordnung für den weiterbildenden Masterstudiengang Digital Marketing an der Ost-bayerischen Technischen Hochschule Amberg-Weiden vom 12.10.2021 wird wie folgt geändert:

1. Die bisherige Anlage 1 wird durch die Anlage 1 ersetzt, die dieser Änderungssatzung beige-fügt ist

§ 2

Die Änderungssatzung tritt am Tag nach der Bekanntmachung in Kraft und gilt für Studierende, die ab dem Wintersemester 2023/2024 oder später ihr Studium aufnehmen.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Senats der Ostbayerischen Technischen Hochschule Amberg-Weiden vom 22.03.2023 **und der rechtsaufsichtlichen** Genehmigung durch den Präsidenten

Amberg, 23.03.2023

Prof. Dr. Clemens Bulitta
Präsident

Die Erste Satzung zur Änderung der Studien- und Prüfungsordnung für den weiterbildenden Masterstudiengang Digital Marketing an der Ostbayerischen Technischen Hochschule Amberg-Weiden wurde am 23.03.2023 über das Internet durch Einstellung auf der Homepage der Ostbayerischen Technischen Hochschule Amberg-Weiden (unter www.oth-aw.de) bekannt gegeben. Der Tag der Bekanntgabe ist der 23.03.2023.

Anlage 1 zur Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang „Digital Marketing“

1	2	3	4	5	6	7
Nr.	Modulbezeichnung (deutsch/englisch)	ECTS-Punkte	SWS	Art der Lehrveranstaltung	Modulprüfung ²⁾	Gewicht für Prüfungsgesamtnote
1	Modulbereich 1	15	12			
1. Semester						
M1	Digital Marketing Management I (Digital Marketing Management I)	5	4	SU/Ü	KI, 90 min	1
M2	Digitale Werbe- und Vertriebs-Plattformen I (Digital Platforms for Promotion and Sales I)	5	4	SU/Ü	KI, 90 min	1
M3	Digitale Inhalte I (Digital Content I)	5	4	SU/Ü	KI, 90 min	1
2	Modulbereich 2	15	12			
2. Semester						
M4	Digital Marketing Management II (Digital Marketing Management II)	5	4	SU/Ü	ModA	1
M5	Digitale Werbe- und Vertriebs-Plattformen II (Digital Platforms for Promotion and Sales II)	5	4	SU/Ü	ModA	1
M6	Digitale Inhalte II (Digital Content II)	5	4	SU/Ü	KI, 90 min	1

1	2	3	4	5	6	7
Nr.	Modulbezeichnung (deutsch/englisch)	ECTS-Punkte	SWS	Art der Lehrveranstaltung	Modulprüfung ²⁾	Gewicht für Prüfungs-gesamtnote
3	Modulbereich 3	15	12			
3. Semester						
WPM1	Wahlalternativen: 1 von 3 Wahlpflichtmodulen (Gesamt 5 ECTS) (Elective Alternatives: 1 of 3 Elective Modules (Total 5 ECTS))					1
WPM1-1	Normatives und Strategisches Management (Normative and Strategic Management)	5	4	SU/Ü	KI, 90 min	1
WPM1-2	Interkulturelles Management und Wirtschaftsethik (Intercultural Management and Ethics)	5	4	SU/Ü	KL 120 min	1
WPM1-3	Leadership (Leadership)	5	4	SU/Ü	ModA	1
WPM2	Wahlalternativen: 1 von 3 Wahlpflichtmodulen (Gesamt 5 ECTS) (Elective Alternatives: 1 of 3 Elective Modules (Total 5 ECTS))					1
WPM2-1	Geschäftsprozess- und Veränderungsmanagement (Business Process and Change Management)	5	4	SU/Ü	ModA	1
WPM2-2	Digitale Geschäftsmodelle (Digital Business Models)	5	4	SU/Ü	KI, 60 min, ModA	1
WPM2-3	Business Intelligence & Analytics (Business Intelligence & Analytics)	5	4	SU/Ü	ModA	1

1	2	3	4	5	6	7
Nr.	Modulbezeichnung (deutsch/englisch)	ECTS-Punkte	SWS	Art der Lehrveranstaltung	Modulprüfung ²⁾	Gewicht für Prüfungs-gesamtnote
WPM3	Wahlalternativen: 1 von 3 Wahlpflichtmodulen (Gesamt 5 ECTS) (Elective Alternatives: 1 of 3 Elective Modules (Total 5 ECTS))					1
WPM3-1	Internetrecht und IT Sicherheit (Internet Law and IT Security)	5	4	SU/Ü	2 Kl, je 60 min	1
WPM3-2	Internettechnologien und Informationssysteme (Internet Technologies and Information Systems)	5	4	SU/Ü	Kl, 90 min	1
WPM3-3	Business Intelligence & Analytics (Business Intelligence & Analytics)	5	4	SU/Ü	ModA	1
4. Semester						
WPM4- WPM8	<u>Wahlalternativen:</u> 3 von 5 Wahlpflichtmodulen (Gesamt 15 ECTS) (Elective Alternatives: 3 of 5 Elective Modules (Total 15 ECTS))					3
WPM4	Selbst- und Sozialkompetenz am Arbeitsplatz (Personal and Social Skills on the job)	5	4	SU/Ü	Kl, 90 min	1
WPM5	Studiengangsspezifische Methodenkompetenz (Methodological Skills specific for the Course of Studies)	5	4	SU/Ü	Kl, 90 min	1
WPM6	Angewandte Themen des Digital Marketing (Applied Subjects of Digital Marketing)	5	4	SU/Ü	Kl, 90 min	1
WPM7	Projektmanagement im Digital Marketing (Project Management in Digital Marketing)	5	4	SU/Ü	ModA	1
WPM8	Angewandte Prozesse und Instrumente des Digital Marketing (Applied Processes and Tools of Digital Marketing)	5	4	SU/Ü	Kl, 90 min	1

1	2	3	4	5	6	7
Nr.	Modulbezeichnung (deutsch/englisch)	ECTS-Punkte	SWS	Art der Lehrveranstaltung	Modulprüfung ²⁾	Gewicht für Prüfungs-gesamtnote
5. Semester						
4	Masterarbeit (Master thesis)	30	24			6
D1	Masterarbeit - schriftliche Ausarbeitung	28		MA	MA	4
D2	Kolloquium	2		Kol	Prä	2
	Summe ETCS/SWS	90	48			

¹⁾ Studiengangsspezifische Wahlpflichtmodule:

Es handelt sich hier jeweils um eine Modulgruppe mit mehreren Wahlpflichtmodulen, für die jeweils ECTS-Punkte bei erfolgreichem Abschluss des jeweiligen Moduls erworben werden. Insgesamt müssen die in der SPO definierten ECTS-Punkte je Gruppe erworben werden.

Wahlpflichtmodule zur Vermittlung von Fach-/Methodenkompetenzen haben einen engen fachlichen Bezug zum Studiengang und dienen der Aneignung von Fach- und Methodenkompetenzen auf ausgewählten Gebieten (vgl. HQR vom 16.02.2017). Sie werden im Modulkatalog abgebildet, der im Modulhandbuch eingebunden ist und vom Fakultätsrat beschlossen werden muss.

Wahlpflichtmodule zur Vermittlung von Sozial-/Selbstkompetenzen dienen der Vermittlung und Vertiefung fachübergreifender Kompetenzen und Qualifikationen (vgl. HQR vom 16.02.2017).

Die detaillierten Qualifikationsziele der wahlobligatorischen Module ergeben sich aus den jeweiligen Modulbeschreibungen.

²⁾ Die Modulprüfungen können über ein Bonussystem auf freiwilliger Basis ergänzt werden (s. Allgemeine Studien- und Prüfungsordnung (ASPO) der OTH Amberg-Weiden).