

STPO-DMEC STUDIEN- UND PRÜFUNGSORDNUNG

Studien- und Prüfungsordnung für den mit dem Grad eines *BACHELOR OF ARTS* (BA) abzuschließenden Studiengang

Digitales Marketing und E-Commerce

der

MU – MEDIA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Stand: 2024-06-08

Inhaltsverzeichnis

I Allgemeines	3
§ 1 Geltungsbereich und Inhalt.....	3
§ 2 Zugangsvoraussetzungen	3
II Studienleistungen	4
§ 3 Studienzeit und Studienformen	4
§ 4 ECTS-Studienleistungen	4
§ 5 Praxisphase.....	5
III Schlussbestimmung	6
§ 6 Inkrafttreten	6

I Allgemeines

Auf Grundlage des *Berliner Hochschulgesetzes* (BerlHG) in der Fassung vom 26. Juli 2011 (GVBl. 378 ff.), zuletzt geändert durch Artikel 1 des Gesetzes vom 14. September 2021 (GVBl. S. 1039), und der *Rahmenstudien- und -prüfungsordnung* (RStPO-Bachelor) der MU – *Media University of Applied Sciences* für Studiengänge, die mit dem Grad eines *Bachelor of Arts* (B. A.) bzw. eines *Bachelor of Science* (B. Sc.) abschließen, erlässt die HMKW die folgende *Studien- und Prüfungsordnung* für den Bachelor-Studiengang *Digitales Marketing und E-Commerce* (StPO-DMEC):

§ 1 Geltungsbereich und Inhalt

- 1) Die hier vorgelegte *Studien- und Prüfungsordnung* regelt gemäß § 1 Abs. 3 RStPO-Bachelor die Inhalte, die Gewichtung (in Form von ECTS Credit Points) und den Verlauf der modularen Studienabschnitte sowie die prüfungsrelevanten Bestimmungen und Verfahren des Studiengangs *Digitales Marketing und E-Commerce* (B. A.) in den folgenden Studienformen:
 - die nicht-dualen Studienformen ‚klassisch‘ und ‚klassisch‘⁺, die zum akademischen Grad des ‚Bachelor of Arts‘ (B. A.) führen
 - die dual-ausbildungsbegleitenden Studienformen ‚überbetrieblich‘ und ‚kooperativ‘, die sowohl zum akademischen Grad eines ‚Bachelor of Arts‘ (B. A.) als auch zu einem IHK-geprüften Abschluss in folgendem Ausbildungsberuf führen:
 - *Kauffrau/-mann im E-Commerce*
 - Die ‚dual-praxisintegrierende‘ Studienform, die zum akademischen Grad des ‚Bachelor of Arts‘ (B. A.) führt und das Studium mit einer parallelen einschlägigen Arbeitstätigkeit in einem Unternehmen verbindet.
- 2) Die hier vorliegende *Studien- und Prüfungsordnung* wird ergänzt durch das studiengangsspezifische Curriculum, das Folgendes umfasst:
 - Modul-, Zeit-, Studien-/Prüfungsverlaufspläne
 - eine curriculare Skizze zum inhaltlichen und methodischen Aufbau des Studiengangs
 - ein Modulhandbuch mit Erläuterungen zu formalen Aspekten und Inhalten der Module
- 3) Sofern diese studiengangsspezifische *Studien- und Prüfungsordnung* keine eigene Regelung enthält, gelten die entsprechenden Regelungen der *Rahmenstudien- und -prüfungsordnung* für Bachelor-Studiengänge der HMKW.

§ 2 Zugangsvoraussetzungen

- 1) Ein Studium zu *Digitalem Marketing und E-Commerce* stellt besonders hohe Anforderungen an die Fähigkeit zu digitalwirtschaftlichem Denken, an mathematisch-kaufmännische Kalkulationskompetenzen sowie an organisatorisch-systematische Planungskompetenzen. Ergänzend zu den formalen Voraussetzungen des § 1 ZgS-Bachelor und zu den allgemeinen Beschreibungen des Zulassungsverfahrens in § 2 ZgS-Bachelor müssen daher Bewerber:innen für diesen Bachelorstudiengang in besonderer Weise ihr Potenzial in diesen Hinsichten unter Beweis stellen.

II Studienleistungen

§ 3 Studienzeit und Studienformen

- 1) Die Regelstudienzeit des Studiengangs *Digitales Marketing und E-Commerce* (B. A.) beträgt gemäß § 4 Abs. 3 RStPO-Bachelor in den nicht-dualen Studienformen
 - ‚klassisch‘ im Vollzeitstudium: 6 Semester
 - ‚klassisch+‘ im Vollzeitstudium: 7 Semester
 - ‚klassisch‘ im Teilzeitstudium: 8 SemesterDies gilt jeweils inklusive der betrieblichen Praxisphase, der Bachelorarbeit und des abschließenden Prüfungskolloquiums.
- 2) Die Regelstudienzeit des Studiengangs *Digitales Marketing und E-Commerce* (B. A.) beträgt in der dual-ausbildungsbegleitenden Studienform, die sowohl zu einem Abschluss als *Bachelor of Arts* als auch zu einem IHK-geprüften Berufsabschluss (gem. BBiG) führt, gemäß § 4 Abs. 3 RStPO-Bachelor im Vollzeitstudium 8 Semester und im Teilzeitstudium 12 Semester, jeweils inklusive der Praxiszeiten, der Bachelorarbeit und des abschließenden Prüfungskolloquiums. Dies gilt für beide Varianten dieser *Studienform*:
 - Die *dual-kooperative* (mit Ausbildungsvertrag) und
 - die *dual-überbetriebliche* Studienform (mit Praktikumsvertrag)besitzen die gleichen Regelstudienzeiten in der Voll- bzw. in der Teilzeitform.
- 3) Die Regelstudienzeit des Studiengangs *Digitales Marketing und E-Commerce* (B. A.) beträgt in der dual-praxisintegrierenden Studienform, die das Studium mit einer einschlägigen Arbeitstätigkeit in einem Unternehmen kombiniert, gemäß § 4 Abs. 3 RStPO-Bachelor im Vollzeitstudium 7 Semester und im Teilzeitstudium 9 Semester, jeweils inklusive der betrieblichen Praxiszeiten, der Bachelorarbeit und des abschließenden Prüfungskolloquiums.
- 4) Die zeitlichen Regelungen zur Verteilung der Module und Teilmodule auf die Semester, die der Zeitplan und der Studienverlaufsplan enthalten, stellen den Regelfall dar. In begründeten Fällen sind Abweichungen von dieser Regelplanung möglich, z. B. eine Verteilung der Module der klassischen Studienvariante auf sieben statt sechs Semester (inkl. eines Praktikumssemesters).
- 5) Der Bachelor-Studiengang *Digitales Marketing und E-Commerce* (B. A.) kann an allen Standorten der HMWK in einer *deutschen* und einer *englischsprachigen* Version durchgeführt werden, abhängig von der Nachfrage. In jedem Fall handelt es sich bei einer englischsprachigen Version nur um eine anderssprachige Variante des gleichen Studiengangs, nicht um einen neuen, eigenständigen Studiengang.

§ 4 ECTS-Studienleistungen

- 1) Gemäß § 5 Abs. 2 RStPO-Bachelor umfasst der Studiengang *Digitales Marketing und E-Commerce* (B. A.) in den nicht-dualen Studienformen
 - ‚klassisch‘ (6 bzw. 8 Semester) sowohl in der Vollzeit- als auch in der Teilzeitform insgesamt Studienleistungen im Umfang von 180 ECTS-Punkten (Credit Points im Rahmen des *European Credit Transfer Systems*) und
 - ‚klassisch+‘ (7 Semester), die nur in Vollzeit angeboten wird, insgesamt Studienleistungen im Umfang von 210 ECTS-Punkten.

Darin jeweils enthalten sind alle Studienleistungen, die im Rahmen des Praktikums, des Verfassens der Bachelorarbeit und des abschließenden Kolloquiums zu erbringen sind.

- 2) Gemäß § 5 Abs. 2c) RStPO-Bachelor umfasst der Studiengang *Digitales Marketing und E-Commerce* (B. A.) in der dual-ausbildungsbegleitenden überbetrieblichen und kooperativen Studienform (die beide nur in Vollzeit möglich sind) insgesamt Studienleistungen im Umfang von 210 ECTS-Punkten. Darin sind ebenfalls alle Studienleistungen enthalten, die im Rahmen des Praktikums, des Verfassens der Bachelorarbeit und des abschließenden Kolloquiums zu erbringen sind.
- 3) Gemäß § 5 Abs. 2 RStPO-Bachelor umfasst der Studiengang *Digitales Marketing und E-Commerce* (B. A.) in der dual-praxisintegrierenden Studium (die nur in Vollzeit möglich ist) insgesamt Studienleistungen im Umfang von 180 ECTS-Punkten. Darin sind ebenfalls alle Studienleistungen enthalten, die im Rahmen der berufspraktischen Tätigkeiten, des Verfassens der Bachelorarbeit und des abschließenden Kolloquiums zu erbringen sind.
- 4) Die Gewichtung der Studienleistungen, die sich in der Zuordnung der Credit Points zu Studienabschnitten (Modulen und Teilmodulen) äußert, ist in den jeweiligen Studienverlaufsplänen der unterschiedlichen Studienformen als Teil des Curriculums dieses Studiengangs festgelegt.
- 5) Alle Modul- und Abschlussprüfungen der nicht-dualen und dualen Studienformen des Studiengangs *Digitales Marketing und E-Commerce* (B. A.), in Vollzeit- oder in Teilzeitform, erfolgen gemäß den entsprechenden prüfungsrelevanten Paragraphen der *Rahmenstudien- und -prüfungsordnung* für Bachelorstudiengänge der HMKW.

§ 5 Praxisphase

- 1) Die erforderliche Mindestdauer des Praktikums im Rahmen der nicht-dualen Studienform des Studiengangs *Digitales Marketing und E-Commerce* (B. A.) ist wie folgt geregelt:
 - Das Curriculum der Studienform ‚klassisch‘ sieht für diesen Studiengang ein 24-wöchiges Praktikum vor.
 - Das Curriculum der Studienform ‚klassisch+‘ sieht für diesen Studiengang ein 48-wöchiges Praktikum vor.
- 2) Die erforderliche Mindestdauer der Praxisphase im Rahmen des dual-ausbildungsbegleitenden Studiengangs *Digitales Marketing und E-Commerce* (B. A.) ist wie folgt geregelt:
 - Das Curriculum dieses Studiengangs enthält als curricular verankerten und zwingend erforderlichen Bestandteil eine *dreisemestrige* Praxiszeit in einem Unternehmen, die als *Ausbildung* (kooperative Form) oder *Praktikum* (überbetriebliche Form) deklariert ist (siehe § 5 Abs. 4 RStPO-Bachelor).
 - Das Praktikum der *überbetrieblichen* Variante kann um ein Semester auf insgesamt *zwei Semester* verkürzt werden, sofern das Erreichen der im Studium angestrebten berufsvorbereitenden Kompetenzziele hierdurch nicht gefährdet wird.
- 3) Die dual-praxisintegrierende Studienform des Studiengangs *Digitales Marketing und E-Commerce* (B. A.) enthält *keine* ein- oder mehrsemestrige Praxisphase, die als Praktikum oder Ausbildung gestaltet wird. Stattdessen arbeiten die Studierenden in dieser Studienform in jedem Semester parallel zum Studium in einem Unternehmen. Die Verzahnung der beiden Lernorte Hochschule und Unternehmen erfolgt v. a. durch die akademische Betreuung betrieblicher Projekte. Der zeitliche Umfang der Betreuungsstunden in Form von SWS und des erwarteten Workloads in Form von ECTS Credit Points ist dem Studienverlaufspläne und dem Modulhandbuch des Studiengangs zu entnehmen.

- 4) In allen Studienformen des Studiengangs *Digitales Marketing und E-Commerce* (B. A.) ist als qualitätssichernde Maßnahme jeweils zum Abschluss
- des Praktikums (Studienform ‚klassisch‘, ‚klassisch+‘ oder ‚dual-überbetrieblich‘),
 - der betrieblichen Arbeit im Rahmen des Ausbildungsvertrags (Studienform ‚dual-kooperativ‘) bzw.
 - der betrieblichen Praxisprojekte (Studienform ‚dual-praxisintegrierend‘)
- eine Prüfung in Form einer praktischen Hausarbeit abzulegen (als "Praxisarbeit" gemäß § 18 RStPO-Bachelor).

III Schlussbestimmung

§ 6 Inkrafttreten

- 1) Diese studiengangspezifische *Studien- und Prüfungsordnung* für den Bachelor-Studiengang *Digitales Marketing und E-Commerce* (B. A.) ersetzt die vorherige Fassung vom 01. Oktober 2020.
- 2) Sie tritt mit Wirkung vom 01. Oktober 2022 für alle Studierenden dieses Studiengangs, die zu diesem Termin bereits immatrikuliert sind bzw. ab diesem Termin immatrikuliert werden, in Kraft.