Studien- und Prüfungsordnung für den Universitätslehrgang Online Marketing Manager:in

an der Privatuniversität Schloss Seeburg

§ 1
Zweck der Studien- und Prüfungsordnung

Diese Studien- und Prüfungsordnung dient der Ausfüllung und Ergänzung der Allgemeinen Prüfungsordnung der Privatuniversität Schloss Seeburg vom 08.01.2007 in deren jeweiliger Fassung.

§ 2
Studienziel

Das Ziel und Trainingskonzept dieses Universitätslehrgangs ist es, Verantwortlichen bzw. Praktiker:innen aus Marketing, Vertrieb, Werbung sowie interner und externer Kommunikation berufsbegleitend das Rüstzeug zu geben, um „Digitales Marketing“ in der Praxis anwenden zu können. Die Absolvierenden sollen in der Lage sein, interne und externe Spezialist:innen verstehen und anweisen zu können und auf Augenhöhe komplexe Prozesse des digitalen Marketings zu managen. Die neuen Fähigkeiten und Kompetenzen dienen der Verbesserung der eigenen Berufschancen und der Absicherung des Arbeitsplatzes.

§ 3
Zielgruppen

Der Universitätslehrgang Online Marketing Manager:in ist besonders geeignet für:

- Multiprofessionals mit vernetztem Wissen
- Menschen, die in ihrer beruflichen Situation zwischen verschiedenen Themen hin- und herspringen und mehrere Projekte gleichzeitig koordinieren und managen müssen.
- CEO’s, Mitarbeitende in Marketing, PR, Vertrieb, Online Marketing, Werbeagenturen, Personalverwaltung, Service Management, E-Commerce, die sich mit diesem Universitätslehrgang für den nächsten Karrieresprung vorbereiten möchten.
- Personen, welche zeitlich flexibel und in digitaler Form Fachkompetenzen im Online Marketing Management erlangen möchten.

§ 4
Qualifikationsvoraussetzungen

(1) Es gelten folgende Voraussetzungen für die Zulassung zum Universitätslehrgang Online Marketing Manager:in:

   a) Mit einem Studienabschluss (Master, Bachelor, Magister, etc.) muss keine Berufspraxis nachgewiesen werden.
   b) Mit Studienberechtigung (Matura oder Studienberechtigungsprüfung) sind mindestens 2 Jahre einschlägige Berufserfahrung nachzuweisen.
   c) Mit erfolgreichem Lehrabschluss sind mindestens 5 Jahre Berufserfahrung nachzuweisen.

d) Wenn die Voraussetzung nicht im geforderten Ausmaß nachgewiesen werden kann, besteht die Möglichkeit, dass der Leiter bzw. die Leiterin des Universitätslehrganges die persönliche Eignung individuell beurteilt und die Zulassung erteilt. Hier wird im Einzelfall entschieden.

(2) Die Zulassung zum Universitätslehrgang erfolgt jeweils nach Maßgabe vorhandener Studienplätze. Die Höchstzahl an Studienplätzen, die jeweils für einen Universitätslehrgang zur Verfügung steht, ist von der Privatuniversität Schloss Seeburg nach pädagogischen und organisatorischen Gesichtspunkten festzusetzen.

(3) Näheres zum Ablauf der Zulassung regelt die Zulassungsordnung der Privatuniversität Schloss Seeburg.

§ 5
Dauer des Studiums

Der Universitätslehrgang umfasst eine Regelstudienzeit von einem Semester und erfordert ein Arbeitspensum von 30 ECTS-Kreditpunkten.

§ 6
Module und Leistungsnachweise

(1) Der Universitätslehrgang wird als Online-Studium durchgeführt. Als Abschlussleistung haben die Teilnehmenden fünf Abschlussarbeiten zu verfassen. Die Abschlussleistung erfolgt auf freiwilliger Basis. Die Ausstellung eines Zertifikates mit ECTS Ausweisung erfolgt nur bei erfüllter Anwesenheit von 75% sowie Verfassung der Abschlussarbeiten. Ohne Erfüllung der Abschlussleistung erhalten Teilnehmende ausschließlich eine Teilnahmebestätigung.

(2) Die Pflichtmodule, die Art der Lehrveranstaltungen, sowie die ECTS-Punkte sind in der Anlage zu dieser Ordnung festgelegt.

(3) Alle Module sind Pflichtmodule

(4) Die Lehrveranstaltungen in den einzelnen Modulen werden in Form von Online-Lehrveranstaltungen abgehalten, die in zwei Grundtypen (individuelles Lernen/Selbststudium, Gruppen-Lernen) variiert werden können:

a) Individuelles Lernen (Selbststudium): selbstständiges Erarbeiten von Inhalten aus bereitgestellten digitalen Lehrunterlagen, schriftliche Lernreflexionen verfassen, Verfassung von fünf Abschlussarbeiten (Abschlussleistung auf freiwilliger Basis).
b) Gruppen-Lernen (Interaktives gemeinsames Lernen): Reflexive Erarbeitung, Argumentation und Diskussion der Lerninhalte und ergänzende Fallstudien im Zusammenhang mit dem Lernstoff in moderierten Online-Lerngruppen.

(5) Um den Universitätslehrgang erfolgreich abschließen zu können, gibt es folgende verpflichtende Tätigkeiten:

a) Die Teilnehmenden müssen eine Anwesenheit von 75% nachweisen.
b) Die Teilnehmenden müssen je Modul eine Abschlussarbeit verfassen

§ 7
Studienplan

(1) Die genaue Abfolge der Module ist von der Lehrgangsleitung jeweils für den Lehrgang vor dessen Beginn festzulegen und schriftlich kundzumachen. Insgesamt sind 6 Module zu absolvieren.

(2) Derzeit werden die Module Marketing Reloaded und Psychologie, Social Media Marketing, Marketing und SEO, Social Media und E-Commerce (FB), SEA, Google Ads & Co und Online Marketing im Umfeld der Suche (OnPage und OffPage) angeboten.

§ 8
Abschluss

(1) Nach erfolgreicher Verfassung der Abschlussarbeiten ist den Teilnehmenden ein Abschlusszeugnis mit den Einzelnoten pro Modul auszustellen.

(2) Alle Absolvierenden erhalten:
- Ein Teilnahmezertifikat bei erfüllter Anwesenheit (75%)
- Teilnahmebestätigung (wenn Mindestanwesenheit nicht erfüllt wurde)
- Supplement

§ 9
Inkrafttreten

Die Studien- und Prüfungsordnung tritt mit 01.03.2024 in Kraft.

Anlage

Übersicht über die Module des Universitätslehrganges Online Marketing Manager:in

Code	Module	Art der Lehrveranstaltung	Zulassungs-voraussetzung	Abschluss-leistung	ECTS-Kreditpunkte
	1. Semester				**30**
OMM.1	Marketing Reloaded und Psychologie	eModul	keine	AA	6
OMM.2	Social Media Marketing	eModul	keine	AA	4
OMM.3	Marketing und SEO	eModul	keine	AA	4
OMM.4	Social Media und E-Commerce (FB)	eModul	keine	AA	6
OMM.5	SEA, Google Ads & Co	eModul	keine	AA	6
OMM.6	Online Marketing im Umfeld der Suche (OnPage und OffPage)	eModul	keine	AA	4

AA = Abschlussarbeit