

**Studien- und Prüfungsordnung für den  
Masterstudiengang Digital Marketing  
an der Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach  
(SPO DIM/HSAN-20201)**

vom 29. Juli 2020

**(eingearbeitet ist die Änderungssatzung SPO DIM/HSAN-20201-1 vom 21.01.2021)**

Aufgrund von Art. 13 Abs. 1 Satz 2, Art. 61 Abs. 2-3, Art. 66 Abs. 1 des Bayerischen Hochschulgesetzes - BayHSchG - (BayRS 2210-1-1-WFK) vom 23. Mai 2006 (GVBI S. 245) in der derzeit gültigen Fassung erlässt die Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach folgende Satzung:

**§ 1**

**Zweck der Studien- und Prüfungsordnung**

Diese Studien- und Prüfungsordnung dient der Ausfüllung und Ergänzung der Rahmenprüfungsordnung für die Fachhochschulen- (RaPO- (BayRS 2210-4-1-4-1-WFK) vom 17. Oktober 2001 (GVBI S. 686) und der Allgemeinen Prüfungsordnung der Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach (APO/HSAN-20122) vom 01. August 2012 in deren jeweils gültigen Fassungen.

**§ 2**

**Studienziele und Studieninhalte**

- (1) <sup>1</sup>Der Masterstudiengang „Digital Marketing“ baut auf einem erfolgreich abgeschlossenen Hochschulstudium auf. <sup>2</sup>Ziel des Masterstudiums ist es, die Studierenden durch eine auf der Vermittlung wissenschaftlicher Grundlagen beruhende, fachlich geprägte Ausbildung zu selbständigem Handeln im Berufsfeld „Digital Marketing“ zu befähigen.
- (2) Die Kombination von strategischem und operativem digitalen Marketingwissen mit der Fähigkeit, zielgruppenspezifischen Content im adäquaten digitalen Format über die richtigen Kanäle auszuliefern, ermöglicht den Studierenden eine vielfältige und vor allem branchenunabhängige berufliche Zukunftsperspektive.
- (3) Das im Studium erlangte weitreichende Wissensspektrum befähigt die AbsolventInnen, im Berufsleben verschiedenste Aufgabenbereiche des digitalen Marketings zu übernehmen und sich den Herausforderungen adäquat in Kooperation mit verschiedenen Stakeholdern (z. B. Produktmanagement, Vertrieb, Geschäftsführung, Agenturen, Redaktionen) zu stellen.

### § 3 Studiengangprofil

<sup>1</sup>Der Masterstudiengang „Digital Marketing“ ist ein konsekutiver Masterstudiengang. <sup>2</sup>Er weist ein anwendungsorientiertes Profil auf, welches auf die aktuellen Entwicklungen im Bildungssektor der digitalen Kommunikation ausgerichtet ist. <sup>3</sup>Der Studiengang führt zum Abschluss Master of Arts.

### § 4 Qualifikationsvoraussetzungen, Zulassung zum Studium

(1) Qualifikationsvoraussetzungen für die Zulassung zum Masterstudiengang sind:

- <sup>1</sup>Ein erfolgreich abgeschlossenes, mindestens sechs theoretische Studiensemester umfassendes Hochschulstudium in einem einschlägigen Studiengang oder ein gleichwertiger in- oder ausländischer Abschluss, dessen Umfang in der Regel 210 ECTS-Punkte, mindestens jedoch 180 ECTS-Punkte umfasst. <sup>2</sup>Als einschlägig gelten Studiengänge, die auf Grundlagen aus den Bereichen Medien, Betriebswirtschaft bzw. Wirtschaftsinformatik aufbauen. <sup>3</sup>Über die Einschlägigkeit und/oder Gleichwertigkeit des Abschlusses entscheidet die Prüfungskommission unter Beachtung des Art. 63 BayHSchG.
- Der Nachweis einer besonderen Qualifikation durch einen Abschluss nach Nr. 1 mit einem Prüfungsgesamtergebnis von mindestens 2,5.
- <sup>1</sup>Bei Abschlüssen, die keine Leistungspunkte aufweisen, werden die nachgewiesenen Zeitstunden (Workload) in Leistungspunkte umgerechnet, wobei ein Leistungspunkt einer Stundenbelastung von 30 Zeitstunden entspricht. <sup>2</sup>Falls keine Zeitstunden nachgewiesen werden, werden pro theoretischem Studiensemester 30 ECTS anerkannt. <sup>3</sup>Praxissemester werden mit weiteren 30 ECTS anerkannt, soweit diese dem praktischen Studiensemester in Art und Umfang an der Hochschule Ansbach entsprechen.
- Abschlüsse aus anderen Notensystemen bzw. Abschlüsse ohne Leistungspunkte werden nach der sog. „Bayerischen Formel“ wie folgt umgerechnet:  
$$N = 1 + 3 \times (P_{\max} - P) \div (P_{\max} - P_{\min})$$

N = gesuchte Note (Durchschnittsnote)  
P = im Zeugnis ausgewiesene Gesamtpunktzahl / Note  
P<sub>max</sub> = oberer Eckwert (bestmögliche Punktzahl / Note)  
P<sub>min</sub> = unterer Eckwert  
N = 1,0 (für P > P<sub>max</sub>)
- <sup>1</sup>Soweit Bewerber oder Bewerberinnen ein abgeschlossenes Hochschulstudium oder einen gleichwertigen Abschluss nachweisen, für den weniger als 210 ECTS, jedoch mindestens 180 ECTS vergeben wurden, ist Voraussetzung für das Bestehen der Masterprüfung der Nachweis der fehlenden Leistungspunkte aus dem Studienangebot der Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach und gemäß den Prüfungsordnungen der Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach. <sup>2</sup>Die Zulassung erfolgt unter der auflösenden Bedingung, dass die Nachweise der fehlenden ECTS-Punkte innerhalb eines Jahres nach Aufnahme des Studiums erbracht werden (Art. 43 Abs. 5 Satz 3 BayHSchG) ansonsten erlischt die Immatrikulation.
- Bewerber oder Bewerberinnen für das Masterstudium, die zum Zeitpunkt des Bewerbungsschlusses für den Masterstudiengang noch kein Prüfungsgesamtergebnis vorweisen können, haben bis zum 30. September für das Wintersemester eine amtliche Bescheinigung der bisherigen Hochschule einzureichen, die den erfolgreichen Abschluss und den Notendurchschnitt mit den erbrachten ECTS-Punkten des bisherigen Studiums ausweist.

(2) Ein Anspruch darauf, dass der Masterstudiengang bei nicht ausreichender Anzahl von Studienbewerberinnen bzw. Studienbewerbern durchgeführt wird, besteht nicht.

## **§ 5 Antragstellung**

- (1) <sup>1</sup>Die Aufnahme des Masterstudiums ist zum Wintersemester möglich. <sup>2</sup>Die Bewerbung muss fristgerecht vom 2. Mai bis 15. Juli für das Wintersemester erfolgen.
- (2) <sup>1</sup>Die Bewerbung ist nur online über die Internetseiten der Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach möglich. <sup>2</sup>Der Nachweis über die Sprachkenntnisse in Deutsch ist in der Satzung über das Immatrikulations-, Rückmelde- und Exmatrikulationsverfahren an der Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach geregelt.

## **§ 6 Regelstudienzeit und Aufbau des Studiums**

<sup>1</sup>Der Masterstudiengang „Digital Marketing“ wird als Vollzeitstudium im Blended Learning-Modell mit einer Kombination aus Präsenz- und Onlinelehre an der Hochschule in Ansbach und am Studienort in Rothenburg o. d. Tauber angeboten. <sup>2</sup>Die Regelstudienzeit beträgt drei Semester mit einem Gesamtvolumen von 90 ECTS-Punkten.

## **§ 7 Module und Prüfungsleistungen**

- (1) <sup>1</sup>Für bestandene Prüfungen und studienbegleitende Leistungsnachweise pro Modul werden Leistungspunkte gemäß dem European Credit Transfer System (ECTS) vergeben. <sup>2</sup>Dabei entspricht ein Leistungspunkt einer Studienbelastung von 30 Zeitstunden. <sup>4</sup>Die Anzahl der Leistungspunkte ergibt sich aus Anlage 1 zu dieser Studien- und Prüfungsordnung. <sup>5</sup>Die Pflichtmodule, die Art der Lehrveranstaltung, die Prüfungen sowie die ECTS sind in Anlage 1 zu dieser Satzung festgelegt.
- (2) Pflichtmodule sind die Module des Studiengangs, die für alle Studierenden verbindlich sind.

## **§ 8 Studienplan**

- (1) <sup>1</sup>Die zuständige Fakultät erstellt zur Sicherstellung des Lehrangebots und zur Information der Studierenden einen Studienplan und ein Modulhandbuch, aus dem sich der Ablauf des Studiums im Einzelnen ergibt. <sup>2</sup>Der Studienplan wird vom zuständigen Fakultätsrat beschlossen und ist hochschulöffentlich bekannt zu machen. <sup>3</sup>Die Bekanntmachung neuer Regelungen muss spätestens zu Beginn der Vorlesungszeit des Semesters erfolgen, in dem diese Regelungen erstmals anzuwenden sind. Der Studienplan enthält insbesondere Regelungen und Angaben über
1. die angebotenen Pflichtmodule und das Wahlpflichtmodul,
  2. die Aufteilung der Semesterwochenstunden je Modul und Semester,
  3. die Dauer und Art von Prüfungen,
  4. nähere Bestimmungen zu den Leistungs- und Teilnahmenachweisen.

## **§ 9 Prüfungskommission**

- (1) Für den Studiengang wird nach Maßgabe der einschlägigen rechtlichen Bestimmungen eine Prüfungskommission gebildet.

## **§ 10 Anrechnung von erworbenen Kompetenzen**

<sup>1</sup>Die Anrechnung von Kompetenzen erfolgt nur auf Antrag. <sup>2</sup>Der Antrag muss formgerecht mit den Formularen der Hochschule Ansbach erfolgen und ist fristgerecht spätestens bis zum Ende des ersten Studiensemesters zu stellen. <sup>3</sup>Diese Frist gilt ausschließlich für Anrechnungen von Kompetenzen, die vor der Immatrikulation erworben wurden.

## **§ 11 Masterarbeit**

- (1) Durch die Masterarbeit sollen Studierende zeigen, dass sie in der Lage sind, eine Aufgabenstellung aus dem Bereich Digital Marketing systematisch und wissenschaftlich zu bearbeiten und praxisorientiert zu lösen.
- (2) Die Ausgabe des Themas der Masterarbeit setzt voraus, dass mindestens 50 ECTS des Masterstudiums erbracht wurden.
- (3) <sup>1</sup>Das Thema der Masterarbeit wird von einer hauptamtlichen Professorin oder von einem hauptamtlichen Professor der Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach ausgegeben. <sup>2</sup>Über Ausnahmen entscheidet die Prüfungskommission.
- (4) Die Frist von der Ausgabe der Themenstellung bis zur Abgabe der Masterarbeit beträgt sechs Monate.

## **§ 12 Prüfungsgesamtnote**

Die Gewichtung der Noten der Module zur Bildung der Prüfungsgesamtnote ergibt sich aus den in Anlage 1 festgelegten ECTS-Punkten der Module.

## **§ 13 Akademischer Grad**

Aufgrund des erfolgreichen Abschlusses des Studiums wird von der Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach der akademische Grad Master of Arts, Kurzform: M.A., verliehen.

## **§ 14 Inkrafttreten**

- (1) Diese Studien- und Prüfungsordnung tritt am Tag nach der Bekanntmachung in Kraft.
- (2) Die Bestimmungen dieser Studien- und Prüfungsordnung gelten erstmals für Studierende, die ihr Studium zum dem Wintersemester 2020/21 aufnehmen.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Senats der Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach vom 10. Juli 2020 und der rechtsaufsichtlichen Genehmigung der Präsidentin vom 29. Juli 2020.

Ansbach, den 29. Juli 2020

Prof. Dr. Ute Ambrosius  
Präsidentin

Diese Satzung wurde am 29. Juli 2020 in der Hochschule niedergelegt. Die Niederlegung wurde am 29. Juli 2020 durch Anschlag in der Hochschule bekannt gegeben. Tag der Bekanntmachung ist daher der 29. Juli 2020

Konsolidierte Gesamtausgabe

**Anlage : Übersicht über die Module im Masterstudiengang Digital Marketing an der  
Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach (SPO DIM/HSAN-20201-1)**

Semester	Modul-Nr.	Module	ECTS-Punkte	SWS	Lehrform	Prüfungsleistungen	
						Art	Dauer
1	1	Digital Marketing Grundlagen	5	4	eL / V / Ü	schrLN / Präs. / PA	60-120 Min. / 15-20 Min. / 10-20 Seiten
1	2	Marketingstrategie	5	4	eL / V / Ü	schrLN / Präs. / PA	60-120 Min. / 15-20 Min. / 10-20 Seiten
1	3	Customer Insights	5	4	eL / V / Ü	schrLN / Präs. / PA	60-120 Min. / 15-20 Min. / 10-20 Seiten
1	4	Digital Content Creation	5	4	eL / V / Ü	schrLN / Präs. / PA	60-120 Min. / 15-20 Min. / 10-20 Seiten
1	5	Social Media Marketing	5	4	eL / V / Ü	schrLN / Präs. / PA	60-120 Min. / 15-20 Min. / 10-20 Seiten
1	6	Corporate Websites & Mobile Apps	5	4	eL / V / Ü	schrLN / Präs. / PA	60-120 Min. / 15-20 Min. / 10-20 Seiten
2	7	Search Engine Marketing	5	4	eL / V / Ü	schrLN / Präs. / PA	60-120 Min. / 15-20 Min. / 10-20 Seiten
2	8	Marketingautomatisierung & CRM-Systeme	5	4	eL / V / Ü	schrLN / Präs. / PA	60-120 Min. / 15-20 Min. / 10-20 Seiten
2	9	Medienethik	5	4	eL / V / Ü	schrLN / Präs. / PA	60-120 Min. / 15-20 Min. / 10-20 Seiten
2	10	Rechtliche Aspekte der Digitalisierung	5	4	eL / V / Ü	schrLN / Präs. / PA	60-120 Min. / 15-20 Min. / 10-20 Seiten
2	11	Praxisprojekt "Digitale Marketingkampagne"	10	8	eL / V / Ü	schrLN / Präs. / PA	60-120 Min. / 15-20 Min. / 10-20 Seiten
3	12	Seminar zur Masterarbeit <sup>1)</sup>	5	4	eL / V / Ü	TN und Präs.	15-20 Min.
3	13	Masterarbeit	25			MA	80-100 Seiten

<sup>1)</sup> Die Prüfungsleistungen sind nicht endnotenbildend und werden stets mit Erfolg abgelegt oder "ohne Erfolg abgelegt" bewertet (§ 7 Abs. 2 Satz 4 RaPO)

PA	Projektarbeit
schrLN	schriftlicher Leistungsnachweis
Präs.	Präsentation
TN	Teilnahme
MA	Masterarbeit
eL	e-Learning
V	Vorlesung
Ü	Übung
/	oder