

Besondere Bestimmungen der Prüfungsordnung  
(BBPO) des Studiengangs

**Onlinekommunikation**  
**Bachelor of Science**

des Fachbereichs Media  
der Hochschule Darmstadt – University of Applied Sciences

vom 01.04.2014

zuletzt geändert am 01.12.2015

Änderungen gültig ab 01.04.2016

## **Inhalt**

<b>§ 1</b>	<b>Allgemeines .....</b>	<b>3</b>
<b>§ 2</b>	<b>Qualifikationsziele und Inhalte des Studiengangs .....</b>	<b>3</b>
<b>§ 3</b>	<b>Akademischer Grad .....</b>	<b>3</b>
<b>§ 4</b>	<b>Regelstudienzeit und Studienbeginn .....</b>	<b>3</b>
<b>§ 5</b>	<b>Erforderliche Credit Points für den Abschluss .....</b>	<b>3</b>
<b>§ 6</b>	<b>Zugangsvoraussetzungen und Zulassungsverfahren .....</b>	<b>4</b>
<b>§ 7</b>	<b>Regelstudienprogramm.....</b>	<b>4</b>
<b>§ 8</b>	<b>Vertiefungsrichtungen .....</b>	<b>4</b>
<b>§ 9</b>	<b>Wahlpflichtmodule und Schwerpunktbildung .....</b>	<b>4</b>
<b>§ 10</b>	<b>Praxismodul (Praxissemester).....</b>	<b>5</b>
<b>§ 11</b>	<b>Meldung und Zulassung zu den Prüfungen.....</b>	<b>5</b>
<b>§ 12</b>	<b>Abschlussmodul.....</b>	<b>5</b>
<b>§ 13</b>	<b>Studiengangsspezifische Regelungen .....</b>	<b>6</b>
<b>§ 14</b>	<b>Übergangsbestimmungen.....</b>	<b>6</b>
<b>§ 15</b>	<b>Inkrafttreten .....</b>	<b>6</b>

**Anlage 1 Regelstudienprogramm**

**Anlage 2 Wahlpflichtkatalog(e)**

**Anlage 3 Bachelorzeugnis und -urkunde**

**Anlage 4 Ordnung für das Praxissemester**

**Anlage 4.1 Praktikumsvertrag**

**Anlage 4.2. Bescheinigung zum Praxissemester**

**Anlage 5 Modulhandbuch**

## **§ 1 Allgemeines**

- (1) Diese Besonderen Bestimmungen für die Prüfungsordnung (BBPO) bilden zusammen mit den Allgemeinen Bestimmungen für Prüfungsordnungen der Hochschule Darmstadt (ABPO) in der Fassung vom 17.04.2012 die Studien- und Prüfungsordnung des Bachelorstudiengangs Onlinekommunikation. Soweit in diesen Besonderen Bestimmungen keine anderen Regelungen getroffen werden, gelten die Bestimmungen der ABPO.
- (2) Der Studiengang wird vom Fachbereich Media der Hochschule Darmstadt betrieben.

## **§ 2 Qualifikationsziele und Inhalte des Studiengangs**

- (1) Die Studierenden des Studiengangs erwerben einen Abschluss nach internationalem Standard, der zu beruflichen Tätigkeiten auf dem Gebiet der Onlinekommunikation befähigt. Sie können ihre Kenntnisse in unterschiedlichen Organisationsarten anwenden, beispielsweise in Agenturen, in entsprechenden Abteilungen von Unternehmen, Institutionen oder in Nonprofit-Organisationen.
- (2) Durch das Bestehen der Bachelorprüfung wird der Nachweis erbracht, dass die Absolventinnen und Absolventen des Bachelorstudiengangs die für den Übergang in die Berufspraxis oder einen weiterführenden Masterstudiengang notwendigen Fachkenntnisse auf wissenschaftlicher Grundlage erworben haben.
- (3) Der Studiengang verbindet informationswissenschaftliche, kommunikationswissenschaftliche, ökonomische und didaktische Perspektiven. Die Studierenden erwerben eine professionelle Onlinekompetenz im Sinne von Web Literacies. Auf dieser Grundlage haben sie die Möglichkeit, ein individuelles Profil in einem Anwendungsfeld der Onlinekommunikation zu erwerben. Im besonderen Maße bezieht sich dies auf die Anwendungsbereiche Online-Marketing, Online-PR und Corporate Learning, so dass die Studierenden befähigt werden, in den genannten Gebieten tätig zu werden. Sie sind damit zum Beispiel in der Lage, Strategien des Online-Marketings oder der Online-PR zu entwickeln, umzusetzen und zu evaluieren. Die Studierenden erwerben beispielsweise die Fähigkeit, als Konzeptioner, als Web Analyst, als Webredakteur oder als Content Strategist, als Community Manager oder Social Media-Spezialist tätig zu sein. Im Anwendungsfeld Corporate Learning entwickeln die Studierenden die Fähigkeit, Onlinekompetenz in unterschiedlichen Zusammenhängen (z.B. in der beruflichen Weiterbildung, in Schulen) zu vermitteln.

## **§ 3 Akademischer Grad**

Mit der bestandenen Bachelorprüfung verleiht die Hochschule Darmstadt - University of Applied Sciences - den akademischen Grad Bachelor of Science mit der Kurzform B.Sc.

## **§ 4 Regelstudienzeit und Studienbeginn**

- (1) Die Regelstudienzeit beträgt sieben Semester.
- (2) Das Bachelorstudium kann nur zum Wintersemester aufgenommen werden.

## **§ 5 Erforderliche Credit Points für den Abschluss**

Für den erfolgreichen Abschluss des Studiums sind 210 Credit Points (im Folgenden CP = Credit Points) gemäß dem European Credit Transfer System (ECTS) zu erwerben.

## § 6 Zugangsvoraussetzungen und Zulassungsverfahren

(1) Die Zugangsvoraussetzungen für den Bachelorstudiengang ergeben sich aus dem Hessischen Hochschulgesetz (HHG) in der jeweils gültigen Fassung.

(2) Voraussetzung für die Aufnahme in den Studiengang Onlinekommunikation ist außerdem der Nachweis eines mindestens sechswöchigen Vorpraktikums, das in der Regel vor Beginn des Studienbetriebs im Oktober zu absolvieren ist. Über die Anerkennung der praktischen Tätigkeiten entscheidet die oder der Praxisbeauftragte. Studieninteressenten, die erst im Jahr ihrer Bewerbung die Hochschulzugangsberechtigung erwerben, haben die Möglichkeit, das Vorpraktikum bis zum Beginn des dritten Semesters zu absolvieren und dem Praxisbeauftragten des Studiengangs nachzuweisen. Das Vorpraktikum ist nicht Teil des Studiums; es werden dafür keine Credit Points vergeben. Wird das Vorpraktikum bis zum Beginn des 3. Semesters nicht nachgewiesen, erfolgt der Ausschluss von weiteren Prüfungen. Als Praktikumsstellen kommen nur professionelle Arbeitsumgebungen in Frage. Die Praktikumsstellen sind an einer der folgenden Tätigkeiten beteiligt: Analyse, Konzeption, Beratung, Inhalteerstellung, Gestaltung, Vermarktung von oder Schulung zu Onlineangeboten. Anerkannt werden auch Tätigkeiten in journalistischen Redaktionen. Nicht anerkannt werden zum Beispiel Tätigkeiten bei Schülerzeitungen, individuelle Onlineaktivitäten bzw. Projekte, die nicht professionell initiiert und begleitet sind (z.B. ehrenamtliches Erstellen von Websites).

(3) Alternativ zum Vorpraktikum kann eine vergleichbare berufliche Tätigkeit anerkannt werden oder eine Berufsausbildung, die im Zusammenhang mit Gestaltung, Inhalteerstellung, Vermarktung oder Schulung in Medien und Internet zu sehen sind. Bei freiberuflichen Tätigkeiten sind Nachweise durch Auftraggeber und Arbeitsproben notwendig; eine Mindestdauer der Tätigkeit von sechs Monaten ist nachzuweisen.

## § 7 Regelstudienprogramm

(1) Das Studium umfasst Pflichtmodule im Umfang von 85 CP, Wahlpflichtmodule mit Umfang von 45 CP, ein Praxissemester im fünften Semester mit 30 CP und das Abschlussmodul im siebten Semester mit 15 CP. Ab dem ersten Semester ist mit dem Web Literacy Labor und den Lernagenturen das projektorientierte Lernen vorgesehen (Umfang: 35 CP). In diesem Bereich können die Studierenden in den jeweiligen Semestern aus unterschiedlichen Aufgabenstellungen wählen, die sich typischerweise aus den Schwerpunktmöglichkeiten im Studiengang ergeben. Je nach Aufgabenstellung werden in die Lernagenturen bei Bedarf Unterrichtseinheiten integriert, die die Lösung der Aufgaben unterstützen.

(2) Durch die Wahl der Lernagenturen sowie der Wahlpflichtmodule erarbeiten sich die Studierenden ein individuelles Profil. Neben einer Vertiefung der praxisorientierten studiengangspezifischen Anwendungen erlauben die Wahlpflichtmodule die Beschäftigung mit Themenstellungen anderer Studiengänge des Fachbereichs Media im Rahmen der vorhandenen Möglichkeiten. Die entsprechenden Angebote werden in jedem Semester veröffentlicht.

(3) Auf Antrag kann das Studium in Teilzeit absolviert werden. Es gelten die Regelungen der Hessischen Immatrikulationsverordnung. Darüber hinaus muss vor der Antragstellung eine Fachstudienberatung wahrgenommen werden; dabei soll eine Zielvereinbarung über den Studienverlauf abgeschlossen werden.

(4) Das sechste Semester ist als Window of Mobility vorgesehen und kann an einer ausländischen Hochschule verbracht werden.

(5) Das Studienprogramm ist in Anlage 1 dargestellt. Die detaillierte Beschreibung der Module ist als Anlage beigefügt.

## § 8 Vertiefungsrichtungen

entfällt

## § 9 Wahlpflichtmodule und Schwerpunktbildung

Die Studierenden können im Laufe ihres Studiums die Berechtigung zur Ausweisung eines Schwerpunktes im Abschlusszeugnis erwerben. Es werden die Schwerpunkte "Online-Marketing", "Online-PR" und „Corporate Learning“ angeboten. Zu den Schwerpunkten werden Lernagenturen sowie speziell ausgewiesene Wahlpflichtmodule angeboten (vgl. die Wahlpflichtkataloge in Anlage 2). Ein Schwerpunkt kann ausgewiesen werden, wenn darin mindestens 40 CP erworben wurden.

## § 10 Praxismodul (Praxissemester)

(1) Das Regelstudienprogramm enthält ein Praxissemester im 5. Semester von mindestens 18 Wochen und abhängig von den fachlichen Anforderungen höchstens 24 Wochen und ein Begleitseminar. Auf Antrag kann der Prüfungsausschuss in begründeten Ausnahmefällen ein Absolvieren des Praxissemesters im 6. Semester bewilligen.

(2) Die Zulassung zum Praxissemester erfolgt durch die Praxisbeauftragte oder den Praxisbeauftragten des Studiengangs. Vorausgesetzt wird für die Zulassung der Nachweis über mindestens 60 erworbene CP.

(3) Näheres regeln die Praxisordnung (Anlage 4) und die Modulbeschreibung des Praxismoduls (Anlage 5).

## § 11 Meldung und Zulassung zu den Prüfungen

(1) In den ersten zwei Wochen der Vorlesungszeit belegen die Studierenden die von ihnen besuchten Module bzw. – sofern separat ausgewiesen – die Lehrveranstaltungen in den Modulen. Die Belegung erfolgt schriftlich oder nach dem jeweils aktuellen Stand der das Prüfungswesen unterstützenden Technik. Die Anmeldung zu jeweils vorgesehenen Prüfungsleistungen erfolgt separat. Bis Ende der ersten Semesterhälfte muss die Anmeldung zu Prüfungsleistungen erfolgen, die semesterbegleitend erbracht werden (z.B. Prüfungsstudienarbeit gem. §13 ABPO). Der genaue Termin und die betroffenen Lehrveranstaltungen werden spätestens vier Wochen zuvor bekannt gegeben, ebenso die Termine für andere Prüfungen. Die Bekanntgabe erfolgt durch Aushang im Fachbereich oder elektronisch.

(2) Bei der Wiederholung einer Prüfungsleistung ist keine Meldung erforderlich. Eine gesonderte Ladung zur Wiederholungsprüfung erfolgt nicht. Die Wiederholbarkeit von Modulprüfungen oder Modulteilprüfungen (Sozial- und Kulturwissenschaften, SuK) ist in § 17 ABPO geregelt. Wiederholungsprüfungen werden in der Regel im Folgesemester angeboten und müssen gemäß § 17 (Absatz 4) ABPO zu diesem Zeitpunkt in Anspruch genommen werden.

(3) Möchte eine Studentin oder ein Student nicht an einer Prüfung teilnehmen, so muss sie/er sich von dieser Prüfung abmelden. Die Abmeldung von einer Modulprüfung muss spätestens drei Werktage vor der Prüfung erfolgen. Bei projektorientierten Modulen ist eine Abmeldung nach dem Ende der Anmeldefrist zur Prüfung nicht möglich. Die Abmeldung hat schriftlich oder nach dem jeweils aktuellen Stand der das Prüfungswesen unterstützenden Technik zu erfolgen.

(4) Die Zulassungsvoraussetzungen für die Zulassung zum Praxismodul und zum Bachelormodul sind in § 10 und in § 12 geregelt.

## § 12 Abschlussmodul

(1) Das Abschlussmodul im Sinne von § 21 ABPO der Hochschule Darmstadt hat den Namen Bachelormodul. Es besteht aus der Bachelorarbeit und dem Kolloquium.

(2) Die Bachelorarbeit soll zeigen, dass die Kandidatin oder der Kandidat fähig ist, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein Problem aus dem Bereich der Onlinekommunikation selbstständig nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten.

(3) Für die Meldung legt der Prüfungsausschuss eine Frist fest. Die Bekanntgabe erfolgt spätestens 8 Wochen vor Ende der Meldefrist durch Aushang oder auf elektronischem Weg. Die Zulassung zum Bachelormodul erfolgt durch den Prüfungsausschuss auf schriftlichen Antrag.

(4) Für die Zulassung zum Bachelormodul (Bachelor Module) ist der erfolgreiche Abschluss sämtlicher Module des ersten bis sechsten Studiensemesters inklusive des Praxissemesters nachzuweisen bis auf maximal zwei Wahlpflichtmodule. Über Ausnahmen entscheidet der Prüfungsausschuss. Für die Zulassung muss ein von der betreuenden Professorin/dem betreuenden Professor akzeptierter Themenvorschlag vorliegen.

(5) Die Bachelorarbeit muss in deutscher oder englischer Sprache angefertigt werden. Die Arbeit enthält je eine Zusammenfassung in deutscher und englischer Sprache.

(6) Die Bearbeitungszeit der Bachelorarbeit beträgt zwölf Wochen. Die studentische Arbeitsbelastung (Workload) entspricht hierbei 12 CP. Abweichungen davon sind nach Maßgabe von § 22 Abs. 5 ABPO zulässig.

(7) Die Abgabe der Bachelorarbeit erfolgt in dreifacher gedruckter und gebundener Form und zusätzlich in elektronischer Form als PDF-Dokument ohne Dokumenteneinschränkungen auf CD-ROM oder DVD bis 12 Uhr am

Abgabetag im Prüfungssekretariat. Bei postalischer Zustellung gilt das Datum des Poststempels. Das Risiko des zufälligen Untergangs ist vom Studierenden zu tragen. Der Abgabezeitpunkt ist aktenkundig zu machen.

- (8) Nach Abgabe der Bachelorarbeit werden die Ergebnisse zu einem vom Prüfungsausschuss festgesetzten Termin in einem Kolloquium gemäß § 23 ABPO vorgestellt und diskutiert. Das Kolloquium ist nach Maßgabe von § 11 Abs. 4 ABPO öffentlich.
- (9) Die Berechnung der Gesamtnote der Bachelorprüfung erfolgt gemäß § 15 Abs. 6 ABPO durch den Durchschnitt aller nach Credit Points (CP) gewichteten Modulnoten mit dem Gewicht vier (80 %) und die Note des Bachelormoduls mit dem Gewicht eins (20 %).

## § 13 Studiengangsspezifische Regelungen

- (1) Ergänzend zu den in der ABPO genannten Prüfungsformen kann im Studiengang Onlinekommunikation ein Lernportfolio als Prüfungsform vorgesehen sein. Ein Lernportfolio bündelt typischerweise im Hauptteil einzelne während eines Semesters entstandene Artefakte (z.B. Texte, Bilder, Videos, Präsentationen, Rechercheergebnisse). Ein Teil eines Lernportfolios kann bereits zu Beginn einer Lehrveranstaltung erstellt werden und schildert die Selbsteinschätzung der bisher erworbenen Kompetenzen zum Gegenstand der Lehrveranstaltung. In einem separaten Abschnitt werden die individuellen Lernfortschritte und die Lernergebnisse reflektiert.
- (2) Falls im Modulhandbuch mehrere alternative Prüfungsformen für ein Modul genannt sind, werden die Formen der Leistungsnachweise von den jeweils verantwortlichen Lehrenden festgelegt und den Studierenden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.

## § 14 Übergangsbestimmungen

entfällt

## § 15 Inkrafttreten

Diese Prüfungsordnung tritt zum 01.10.2014 in Kraft.

Dieburg, 01.12.2015

---

Ort, Datum des Fachbereichsratsbeschlusses

---

Prof. Wilhelm Weber, Dekan

---

Unterschrift

## Anlage 1 Regelstudienprogramm

Der reguläre Ablauf des Studiums ergibt sich aus der folgenden Übersicht:

Erläuterungen:

- Pflichtmodule (=Standardmodule) sowie das Forschungsprojekt sind mit jeweils 4 SWS und 5 CP vorgesehen, die Lernagenturen mit je 8 SWS und 10 CP.
- Wahlpflichtmodule sind mit jeweils 3 SWS und 5 CP vorgesehen.

<b>Modulnr.</b>	<b>Pflichtmodule</b>
<b>1. Semester</b>	
1100	Multimedia-Technologie
1200	Labor Web Literacy
1300	Business Planning & Marketing
1400	Unternehmenskommunikation und Öffentlichkeit
1500	Onlinekommunikation: Theorie und Berufspraxis
1600	SuK I - Sozial- und Kulturwissenschaft (Kommunizieren im Beruf und Wahlpflicht)
<b>2. Semester</b>	
2100	Statistik & Nutzerforschung
2200	Web-Applikationen / Coding & Scripting
2300	Recht und Ethik in der Onlinekommunikation
2400	Content Development (Information Retrieval & Web Editing)
2500	Wahlpflicht I
2600	SuK II (Wahlpflicht) - Medienpsychologie
<b>3. Semester</b>	
3100	Visuelle Kommunikation I
3200	Projekt- und Wissensmanagement im Netz
3300	Lernagentur I (Einsteiger) – Wahl aus den Vertiefungen
3500	Wahlpflicht II
3600	SuK III - Sprache
<b>4. Semester</b>	
4100	Online Monitoring und Opinion Mining
4200	Web Analyse
4300	Lernagentur II (Medium) – Wahl aus den Vertiefungen
4500	Wahlpflicht III
4600	Wahlpflicht IV
<b>5. Semester</b>	
5000	Praxissemester
<b>6. Semester</b>	
6100	Lernagentur III (Fortgeschrittene) – Wahl aus den Vertiefungen
6300	Wahlpflicht V
6400	Wahlpflicht VI

6500	Wahlpflicht VII
6600	Wahlpflicht VIII

## 7. Semester

7100	Forschungsprojekt
7200	Bachelormodul

### **Pflichtmodule und Projektorientiertes Lernen**

#### 8100 **Online Marketing**

##### **Lernagenturen**

8110	Lernagentur I: Optimierung bestehender Marketingaktivitäten (Methoden: z.B. Web Analytics, Beratung)
8120	Lernagentur II: Konzeption und Umsetzung von Marketing-Aktivitäten (z.B. Benchmarking, SEO, SEM)
8130	Lernagentur III: Konzeption und Umsetzung eines Projektes in kleinen Teams mit externem Auftraggeber

#### 8200 **Corporate Learning**

##### **Lernagenturen**

8210	Lernagentur I: Optimierung eines bestehenden Lernangebots (Methoden: z.B. Web Analytics, Beratung)
8220	Lernagentur II: Konzeption und Umsetzung eines Lern-Projektes (z.B. MOOC)
8230	Lernagentur III: Konzeption und Umsetzung eines Projektes in kleinen Teams mit externem Auftraggeber

#### 8300 **Online-PR**

##### **Lernagenturen**

8310	Lernagentur I: Optimierung eines bestehenden Angebots (Methoden: z.B. Web Analytics, Beratung)
8320	Lernagentur II: Konzeption und Umsetzung eines Projektes (Methoden: Benchmarking, Stakeholderanalysen, Customizing etc.)
8330	Lernagentur III: Konzeption und Umsetzung eines Projektes in kleinen Teams mit externem Auftraggeber



## Anlage 2 Wahlpflichtkatalog(e)

Einzelne Lehrveranstaltungen aus den Katalogen werden ggf. in englischer Sprache angeboten. Dies wird jeweils zu Beginn des Semesters bekannt gegeben.

Der Fachbereichsrat kann die Wahlpflichtkataloge bei Bedarf erweitern (§ 5 Abs. 5 ABPO). Der Fachbereich ist nicht verpflichtet, das gesamte im Katalog enthaltene Angebot jedes Semester anzubieten (§ 5 Abs. 5 ABPO).

<b>Modulnr.</b>	<b>Wahlpflichtmodule</b>
8100	<b>Katalog Online-Marketing</b>
8150	Suchmaschinenoptimierung
8151	Social und Cross Media Marketing
8152	Online Marketing Basics
8153	Performance Marketing
8154	Data & Web Mining
8155	Online Branding
8180	Ausgewählte Themen des Marketing
8200	<b>Katalog Corporate Learning</b>
8250	Instructional Design
8251	Mediendidaktik / Lernpsychologie
8252	Lernen mit Medien
8253	Enterprise 2.0
8254	Learning Management Systeme und Social Media
8255	Innovationsmanagement online
8280	Ausgewählte Themen des Corp. Learning
8300	<b>Katalog Online-PR</b>
8350	Online-PR: Instrumente, Strategien
8351	Content Strategie & Management
8352	Issues Management und Wertschöpfung
8353	Onlinekommunikation intern
8354	Online Campaigning
8355	Politische Online-Kommunikation und Online-Aktivismus
8380	Ausgewählte Themen der PR
	<b>Allgemeiner Katalog</b>
8450	Community Management
8451	Usability
8452	Mobile Kommunikation und Apps
8453	Visuelle Kommunikation II: Bewegtbild
8454	Internetökonomie und Netzwerkbildung
8455	Unternehmensidentität und -kultur
8456	Multimediale Contentproduktion
8457	Security & Privacy

8458 Grundlagen des E-Commerce

8480 Ausgewählte Module anderer Medienstudiengänge und der Informatik

detaillierte Modulbeschreibungen enthält das Modulhandbuch (Anlage 5)

### Anlage 3 Bachelorzeugnis und -urkunde

Frau/Herr **Max Mustermann**

geboren am **TT. Monat JJJJ**  
in **Musterstadt**

hat im Fachbereich **Media**  
im Studiengang **Onlinekommunikation**  
(falls zutr.) mit dem Schwerpunkt **Musterschwerpunkt**

die Bachelorprüfung abgelegt  
und dabei die folgenden Bewertungen erhalten  
sowie Punkte (CP = Credit Points) nach dem  
European Credit Transfer System (ECTS)  
erworben:

#### Pflichtmodule

Multimedia Technologie	<b>Note (X,X)</b>	(5 CP)
Labor Web Literacy	<b>Note (X,X)</b>	(5 CP)
Business Planning & Marketing	<b>Note (X,X)</b>	(5 CP)
Unternehmenskommunikation und Öffentlichkeit	<b>Note (X,X)</b>	(5 CP)
Onlinekommunikation: Theorie und Berufspraxis	<b>Note (X,X)</b>	(5 CP)
Statistik & Nutzerforschung	<b>Note (X,X)</b>	(5 CP)
Web-Applikationen / Coding & Skripting	<b>Note (X,X)</b>	(5 CP)
Recht und Ethik in der Onlinekommunikation	<b>Note (X,X)</b>	(5 CP)
Content Development (Information Retrieval &	<b>Note (X,X)</b>	(5 CP)
Visuelle Kommunikation I	<b>Note (X,X)</b>	(5 CP)
Projekt- und Wissensmanagement im Netz	<b>Note (X,X)</b>	(5 CP)
Online Monitoring und Opinion Mining	<b>Note (X,X)</b>	(5 CP)
Web Analyse	<b>Note (X,X)</b>	(5 CP)
Lernagentur I: Titel der LV	<b>Note (X,X)</b>	(10 CP)
Lernagentur II: Titel der LV	<b>Note (X,X)</b>	(10 CP)
Lernagentur III: Titel der LV	<b>Note (X,X)</b>	(10 CP)
Forschungsprojekt	<b>Note (X,X)</b>	...(15 CP)
Praxissemester	<b>mEt</b>	(30 CP)

Wahlpflichtmodule

WP-Modul I- Titel der LV	<b>Note (X,X)</b>	(5 CP)
WP Modul II- Titel der LV	<b>Note (X,X)</b>	(5 CP)
WP Modul III- Titel der LV	<b>Note (X,X)</b>	(5 CP)
WP-Modul IV- Titel der LV	<b>Note (X,X)</b>	(5 CP)
WP-Modul V- Titel der LV	<b>Note (X,X)</b>	(5 CP)
WP-Modul VI- Titel der LV	<b>Note (X,X)</b>	(5 CP)
WP-Modul VII- Titel der LV	<b>Note (X,X)</b>	(5 CP)
WP-Modul VIII- Titel der LV	<b>Note (X,X)</b>	(5 CP)
Sozial und Kulturwissenschaft	<b>Note (X,X)</b>	(5 CP)
Medienpsychologie und Sozialwissenschaft	<b>Note (X,X)</b>	(5 CP)
Sprache	<b>Note (X,X)</b>	(5 CP)

Die Bachelorarbeit mit Kolloquium  
über das Thema **Text**  
**Text**  
wurde bewertet mit **Note (X,X)** (15 CP)

Insgesamt erworbene Punkte nach ECTS

Gesamtbewertung **Note bestanden (X,X)**

(falls zutreffend)  
Außerhalb des Studienprogramms wurden  
in den folgenden Wahlfächern zusätzliche  
Punkte erworben:

Text	<b>Note (X,X)</b>	(XX CP)
Text	<b>Note (X,X)</b>	(XX CP)
Text	<b>Note (X,X)</b>	(XX CP)

Darmstadt, den **TT. Monat JJJJ**

Der Vorsitzende des Prüfungsausschusses .....

Der Leiter des Prüfungsamtes .....

Die Hochschule Darmstadt  
verleiht **Herrn Max Mustermann**

geboren am **TT. Monat JJJJ**  
in **Musterstadt**

aufgrund der am **TT. Monat JJJJ**  
im Fachbereich **Media**  
im Studiengang **Onlinekommunikation**  
bestandenen Bachelorprüfung

den akademischen Grad **Bachelor of Science**

Kurzform **B. Sc.**

Darmstadt, den **TT. Monat JJJJ**

Der Präsident .....

Der Dekan .....

## **Anlage 4      Ordnung für das Praxissemester**

### **Inhalt**

- § 1            Allgemeines**
- § 2            Qualifikationsziele und Inhalte des Praxissemesters**
- § 3            Umfang und Aufbau des Praxissemesters**
- § 4            Praktikumsbeauftragte oder Praktikumsbeauftragter**
- § 5            Praxisstellen, Verträge**
- § 6            Praktische Tätigkeiten**
- § 7            Begleitstudien**
- § 8            Status der oder des Studierenden an der Praxisstelle**
- § 9            Haftung**
- § 10          Anerkennung**
- § 11          Anrechnung von praktischen Tätigkeiten**
- § 12          Ausnahmeregelung**

**Anlage 4.1    Praktikumsvertrag**

**Anlage 4.2    Bescheinigung zum Praxissemester**

## **§ 1 Allgemeines**

Das Studienprogramm des Studiengangs Onlinekommunikation am Fachbereich Media enthält ein Praxissemester (Praxismodul). Die Praxiserfahrung wird in der Regel in einem Betrieb oder einer sonstigen Institution außerhalb der Hochschule erworben.

- (1) Die Praxisphase wird in enger Zusammenarbeit der Hochschule mit den Praxisstellen durchgeführt. Sie wird vom Studiengang Onlinekommunikation durch Lehrveranstaltungen vorbereitet, begleitet und nachbereitet.
- (2) Die Beschaffung des Praxisplatzes bei geeigneten Unternehmen und Institutionen (im folgenden Praxisstelle genannt) obliegt der oder dem Studierenden. Der Studiengang Onlinekommunikation ist bei der Beschaffung von Praxisstellen im Rahmen seiner Möglichkeiten behilflich
- (3) Während des Praxissemesters steht den Studierenden ein Hochschullehrer oder ein vom Studiengang ernannter Praxisbeauftragter des Studiengangs als Mentor zur Verfügung. Er dient auch der Praxisstelle als Ansprechpartner.

## **§ 2 Qualifikationsziele und Inhalte des Praxissemesters**

- (1) Ziel des Praxissemesters ist es, dass die oder der Studierende die Aufgaben in der professionellen Onlinekommunikation durch eigene aktive Tätigkeit kennen lernt. Es dient der Erprobung und Vertiefung der im Studium erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten in der beruflichen Praxis. Durch die Erfahrungen in der Praxisstelle sollen die beruflichen Anforderungen und Methoden sowie aktuelle Aufgabenstellungen erkennbar werden, sodass die Module im weiteren Studienverlauf mit den Erfordernissen der Praxis besser verknüpft werden können.
- (2) Das Erreichen der Qualifikationsziele des Praxissemesters wird durch die Anfertigung eines schriftlichen Praxisberichts geprüft. Der Praxisbericht ergänzt die Praxiserfahrung durch Analyse, methodische Beschreibung, Reflexion und Bewertung der praktischen Tätigkeit.

## **§ 3 Umfang und Aufbau des Praxissemesters**

- (1) Das Praxissemester gliedert sich in 18 Wochen (Vollzeit) praktische Tätigkeit gemäß § 6.
- (2) Das Praxissemester enthält etwa zwei Wochen Begleitstudien in Form von Lehrveranstaltungen gemäß § 7.
- (3) Das Praxissemester wird in der Regel im 5. Semester durchgeführt.
- (4) Die Zulassung zum Praxissemester ist durch § 10 Abs. 3 BBPO geregelt und setzt den Erwerb von 60 CP an Studienleistungen voraus.

## **§ 4 Praktikumsbeauftragte oder Praktikumsbeauftragter**

- (1) Zur Organisation und Durchführung des Praxissemesters setzt das Dekanat für den Studiengang Onlinekommunikation eine Praktikumsbeauftragte oder einen Praktikumsbeauftragten gemäß §7 Abs. 4 ABPO ein.
- (2) Aufgaben der oder des Praktikumsbeauftragten sind:
  - a) Die Organisation sowie die Beratung zu Fragen des Praxissemesters in fachlicher Hinsicht, vor allem bezüglich der Eignung und Beratung der Praktikumsstellen und der Überprüfung der Praktikumsverträge,
  - b) die Herstellung und Pflege von Kontakten zu den Praktikumsstellen,
  - c) die Organisation und Durchführung der begleitenden Lehrveranstaltungen. Für die Durchführung können auch Lehrbeauftragte aus der Berufspraxis eingesetzt werden und
  - d) die Prüfung und Anerkennung der von den Studierenden vorzulegenden Berichte.

## § 5 Praxisstellen, Verträge

- (1) Die Durchführung der Praxisphase wird in der Regel durch einen Praktikumsvertrag zwischen der oder dem einzelnen Studierenden und der Praxisstelle geregelt. Ein Beispielvertrag ist in Anlage 4.1 dargestellt.
- (2) Die oder der Studierende ist verpflichtet, dem oder der Praktikumsbeauftragten die gewählte Praxisstelle und das Aufgabengebiet in einer Bescheinigung zu benennen, siehe Anlage 4.2. Die oder der Praktikumsbeauftragte kann eine Frist zur Abgabe der Bescheinigung festlegen.
- (3) Verpflichtungen der Praxisstelle sind:
  - a) die Studierende oder den Studierenden für die Dauer des Praxissemesters entsprechend den in § 6 genannten Aufgabenbereichen einzusetzen,
  - b) der oder dem Studierenden die Teilnahme an den Begleitstudien zu ermöglichen,
  - c) der oder dem Studierenden eine Bescheinigung auszustellen, die Angaben über den zeitlichen Umfang mit Angabe der Fehlzeiten und die Inhalte der praktischen Tätigkeiten sowie den Erfolg der Ausbildung enthält,
  - d) eine Betreuerin oder einen Betreuer für die Studierende oder den Studierenden zu benennen.
- (4) Verpflichtungen der oder des Studierenden sind:
  - a) die gebotenen Ausbildungsmöglichkeiten wahrzunehmen und die übertragenen Aufgaben sorgfältig auszuführen,
  - b) den Anordnungen der Praxisstelle und der Betreuerin oder des Betreuers nachzukommen,
  - c) die für die Praxisstelle geltenden Ordnungen, insbesondere Arbeitsordnungen und Unfallverhütungsvorschriften sowie Vorschriften über die Schweigepflicht zu beachten,
  - d) fristgerecht einen Praxisbericht nach Maßgabe der oder des Praktikumsbeauftragten zu erstellen, aus dem der Verlauf der praktischen Tätigkeit ersichtlich ist,
  - e) ein Fernbleiben der Praxisstelle unverzüglich anzuzeigen.
- (5) Der Status der oder des Studierenden wird in § 8 geregelt.

## § 6 Praktische Tätigkeiten

- (1) Das Praxissemester soll möglichst bei einem einzigen Praktikumsgeber im In- oder Ausland absolviert werden. In Ausnahmefällen kann vom Praxisbeauftragten des Studiengangs die Aufteilung auf zwei Praxisstellen genehmigt werden. Jedoch soll ein Praktikum nicht kürzer als sechs Wochen dauern. Ein Wechsel der Praktikumsstelle ist nur zulässig, wenn dies zur Erreichung des Studienziels notwendig ist. Ein beabsichtigter Wechsel bedarf der Zustimmung des Prüfungsausschusses. Entsprechende Tätigkeiten sind:
  - a) Konzeption, Planung und/oder Umsetzung von Strategien der internen oder externen Online-PR für Unternehmen, Marken, Institutionen oder Nonprofit-Organisationen
  - b) Konzeption, Planung und/oder Umsetzung von Maßnahmen des Online-Marketings
  - c) Konzeption, Planung und/oder Produktion von Multimedia-Projekten,
  - d) Konzeption, Planung und/oder Umsetzung von Content Strategien,
  - e) Konzeption, Planung und/oder Realisierung im Community Management,
  - f) Konzeption, Planung und/oder Realisierung von multimedialen Produkten,
  - g) Konzeption, Planung und/oder Realisierung im Bereich E-Learning,
  - h) Konzeption, Planung und/oder Realisierung von Maßnahmen zur Vermittlung von Online-Kompetenz,
  - i) Evaluation von Maßnahmen aus den Feldern a-h.
- (2) Als Praxisstellen kommen alle Betriebe und Institutionen in Betracht, welche praktische Tätigkeiten gemäß Absatz (1) durchführen und welche die Qualifikationsziele und Inhalte gemäß § 2 gewährleisten können. Praxisstellen können beispielsweise folgende Betriebe und Institutionen sein:
  - a) Multimedia-/Internetagenturen
  - b) Marketing-Agenturen
  - c) PR-Agenturen



- d) Systemhäuser, Firmen zur IT-Produktion
- e) Eventagenturen
- f) Fachabteilungen in Unternehmen, Institutionen oder anderen Organisationen

## **§ 7 Begleitstudien**

Während des Praxissemesters führt der Studiengang Onlinekommunikation begleitende Lehrveranstaltungen durch. Sie können in Form von Blockveranstaltungen angeboten werden. Eine Kombination aus Studientagen und Blockveranstaltungen ist ebenfalls möglich. Die Entscheidung trifft die oder der Praktikumsbeauftragte. Die Teilnahme an den Begleitstudien ist Pflicht und eine Voraussetzung für die Anerkennung des Praxissemesters.

## **§ 8 Status der oder des Studierenden an der Praxisstelle**

- (1) Während des Praxissemesters, das Bestandteil des Studiums ist, bleibt die oder der Studierende an der Hochschule Darmstadt immatrikuliert mit allen Rechten und Pflichten einer oder eines ordentlichen Studierenden.
- (2) Sie ist keine Praktikantin oder er ist kein Praktikant im Sinne des Berufsbildungsgesetzes und unterliegt an der Praxisstelle weder dem Betriebsverfassungsgesetz noch dem Personalvertretungsgesetz. Andererseits ist die oder der Studierende an die Ordnungen ihrer oder seiner Praxisstelle gebunden.

## **§ 9 Haftung**

- (1) Die/der Studierende ist während der betrieblichen Praxisphase im Inland gegen Unfall versichert (SGB VII). Im Versicherungsfall übermittelt die Ausbildungsstelle der Hochschule einen Abdruck der Unfallanzeige.
- (2) Auf Verlangen der Ausbildungsstelle hat die/der Studierende eine der Dauer und dem Inhalt des Ausbildungsvertrages angepasste Haftpflichtversicherung abzuschließen und den Nachweis hierüber bei Beginn der Ausbildung der Ausbildungsstelle vorzulegen. Dieser Nachweis entfällt, soweit das Haftungsrisiko nicht bereits durch eine Betriebshaftpflichtversicherung der Ausbildungsstelle abgeschlossen ist.
- (3) Für praktische Studiensemester im Ausland hat die/der Studierende selbst für einen ausreichenden Kranken-, Unfall- und Haftpflichtversicherungsschutz Sorge zu tragen.

## **§ 10 Anerkennung**

- (1) Die oder der Studierende hat zur Anerkennung der ordnungsgemäßen Ableistung des Praxissemesters der oder dem Praktikumsbeauftragten folgende Unterlagen termingerecht vorzulegen:
  - 1. eine detaillierte Bescheinigung der Ausbildungsstelle gemäß § 5, Abs. 3 Ziffer c,
  - 2. einen Bericht über die geleistete praktische Tätigkeit gemäß § 5, Abs. 4 Ziffer d,
  - 3. einen Teilnahme- und Leistungsnachweis an den Lehrveranstaltungen der Begleitstudien des Studiengangs Onlinekommunikation.
- (2) Den Termin legt der oder die Praktikumsbeauftragte fest.
- (3) Das Praxissemester wird nicht benotet, muss aber erfolgreich absolviert werden (mit Erfolg teilgenommen).
- (4) Über Einsprüche entscheidet der Prüfungsausschuss.

## **§ 11 Anrechnung von praktischen Tätigkeiten**

- (1) Einschlägige berufspraktische Tätigkeiten können in der Regel nicht auf das Praxismodul angerechnet werden. Über die Anrechnung entscheidet in jedem Einzelfall die oder der Praktikumsbeauftragte.
- (2) Eine einschlägige Berufsausbildung entsprechend § 6 kann auf Antrag ganz oder teilweise auf das Praxissemester angerechnet werden. Über die Anrechnung entscheidet in jedem Einzelfall die oder der Praktikumsbeauftragte.
- (3) Über Einsprüche entscheidet der Prüfungsausschuss.

## **§ 12 Ausnahmeregelung**

Für den Fall, dass ein zeitlich begrenzter Engpass bei der Bereitstellung von Praxisstellen auftritt, kann die zeitliche Einordnung des Praxismoduls in das Studium vorübergehend geändert werden.

## Anlage 4.1

### Praktikumsvertrag der Hochschule Darmstadt University of Applied Sciences für Studierende des Fachbereichs Media, Studiengang Onlinekommunikation

(Muster)

Zwischen

Name der Firma: \_\_\_\_\_

Straße: \_\_\_\_\_

PLZ Ort: \_\_\_\_\_

Telefon: \_\_\_\_\_

- nachfolgend Praxisstelle genannt -

und der oder dem Studierenden

Name, Vorname: \_\_\_\_\_

Geburtsdatum: \_\_\_\_\_

Matrikel-Nr.: \_\_\_\_\_

PLZ Wohnort: \_\_\_\_\_

wird nachstehender Vertrag zur Durchführung des Praxissemesters geschlossen,  
das für das Studium an der Hochschule Darmstadt im Studiengang Onlinekommunikation vorgeschrieben ist.

#### § 1 Pflichten der Vertragspartner

- (1) Die Praxisstelle verpflichtet sich,
1. die Studierende oder den Studierenden in der Zeit  
vom \_\_\_\_\_ bis \_\_\_\_\_ bei sich auszubilden,
  2. der oder dem Studierenden die Teilnahme an den Begleitstudien der Hochschule zu ermöglichen,
  3. der oder dem Studierenden eine Bescheinigung auszustellen, die Angaben über den zeitlichen Umfang, die Inhalte und den Erfolg der praktischen Tätigkeiten enthält.
- (2) Die oder der Studierende verpflichtet sich,
1. die ihr oder ihm angebotene Ausbildungsmöglichkeit wahrzunehmen,
  2. die im Rahmen der Ausbildung übertragenen Arbeiten sorgfältig auszuführen,
  3. den Anordnungen der Praxisstelle und der von ihr beauftragten Personen nachzukommen,
  4. die für die Praxisstelle geltenden Ordnungen, insbesondere Arbeitsordnungen und Unfallverhütungsvorschriften, zu beachten.

#### § 2 Betreuerin oder Betreuer

Die Praxisstelle benennt \_\_\_\_\_  
als Ansprechperson für die Betreuung der oder des Studierenden sowie als Gesprächspartner des Studiengangs Onlinekommunikation.

### **§ 3 Vergütung**

Es wird keine oder eine Vergütung in Höhe von \_\_\_\_\_ Euro pro Kalendermonat vereinbart.

### **§ 4 Haftpflicht**

Der oder dem Studierenden wird empfohlen, eine private Haftpflichtversicherung abzuschließen.

### **§ 5 Schweigepflicht**

Die oder der Studierende hat die Schweigepflicht im gleichen Umfang einzuhalten wie die in der Praxisstelle Beschäftigten. Dem steht die Anfertigung von Berichten oder Praxisarbeiten, sofern sie Studienzwecken dienen, nicht entgegen. Soweit diese Arbeiten Tatbestände enthalten, die der Schweigepflicht unterliegen, darf eine Veröffentlichung nur mit ausdrücklicher Einwilligung der Praxisstelle erfolgen.

### **§ 6 Auflösung des Vertrags**

Der Vertrag kann von beiden Seiten nach Anhörung der Hochschule aus wichtigem Grund fristlos gekündigt werden. Ein wichtiger Grund liegt insbesondere vor, wenn die Praxisstelle das Ausbildungsziel nicht gewährleisten kann oder die oder der Studierende die in § 1 Abs. 2 genannten Pflichten groblich und nachhaltig verletzt.

### **§ 7 Vertragsausfertigung**

Dieser Vertrag wird in drei gleich lautenden Ausfertigungen unterzeichnet. Die beiden Vertragspartner und der oder die Praktikumsbeauftragte des Studiengangs Onlinekommunikation erhalten je eine Ausfertigung.

\_\_\_\_\_

{Ort, Datum}

\_\_\_\_\_

{Praxisstelle}

\_\_\_\_\_

{Studierende oder Studierender}

## **Anlage 4.2**

### **Bescheinigung zum Praxissemester**

zur Vorlage bei der Hochschule Darmstadt, Fachbereich Media, Studiengang Onlinekommunikation

#### **Praxis-Vereinbarung**

**- zur Vorlage bei der oder dem Praktikumsbeauftragten -**

Studierende/r:

Name:

Vorname:

Matrikelnummer:

Angaben zur Praxisstelle (Stempel)

Ansprechpartner/Ansprechpartnerin in der Praxisstelle:

Hauptaufgabe im Praktikum:

Praxis-Zeitraum!:                      von    bis

..... , den .....

..... , den.....

Unterschrift Studierende(r)

Unterschrift Firma

## Anlage 5 Modulhandbuch

(s. separate Anlage)