



GAZETTE

Amtliches Mitteilungsblatt der Körperschaft und der Stiftung

- Zweite Änderung der Anlage 5.8 Digitales Marketing zur Rahmenprüfungsordnung für die fakultätsübergreifenden akademischen Zertifikatsstudien der Leuphana Universität Lüneburg
- Neubekanntmachung der Anlage 5.8 Digitales Marketing zur Rahmenprüfungsordnung für die fakultätsübergreifenden akademischen Zertifikatsstudien der Leuphana Universität Lüneburg

Zweite Änderung der Anlage 5.8 Digitales Marketing zur Rahmenprüfungsordnung für die fakultätsübergreifenden akademischen Zertifikatsstudien der Leuphana Universität Lüneburg

Aufgrund von § 23 Rahmenprüfungsordnung für die fakultätsübergreifenden akademischen Zertifikatsstudien der Leuphana Universität Lüneburg vom 13. Juli 2011 (Leuphana Gazette Nr. 17/11 vom 02. September 2011) in der Fassung vom 26. Januar 2022 (Leuphana Gazette Nr. 07/22 vom 31. Januar 2022) hat die Zentrale Studienkommission der Professional School am 14. Juni 2023 die erste Änderung der Anlage 5.8 Digitales Marketing vom 01. November 2018 (Leuphana Gazette Nr. 04/19 vom 05. Februar 2019) zur Rahmenprüfungsordnung für die fakultätsübergreifenden akademischen Zertifikatsstudien der Leuphana Universität Lüneburg vom 13. Juli 2011 (Leuphana Gazette Nr. 17/11 vom 02. September 2011), zuletzt geändert am 15. Februar 2023 (Leuphana Gazette Nr. 39/23 vom 13. April 2023), beschlossen. Das Präsidium hat diese Änderung gem. § 37 Abs. 1 Satz 3 Nr. 5 lit. b NHG am 28. Juni 2023 genehmigt.

ABSCHNITT I

Die Anlage 5.8 Digitales Marketing zur Rahmenprüfungsordnung für die fakultätsübergreifenden akademischen Zertifikatsstudien der Leuphana Universität Lüneburg wird wie folgt geändert:

In der Modulübersicht werden im Modul BA-BWL-SP2f in der Spalte Modul die Angaben "Markenpolitik" durch „Social Media Marketing“ und „Branding“ durch „Social Media Marketing" ersetzt.

ABSCHNITT II

Diese Änderung tritt am Tag nach ihrer hochschulöffentlichen Bekanntgabe im Amtlichen Mitteilungsblatt der Leuphana Universität Lüneburg (Leuphana Gazette) in Kraft. Die Hereinnahme des neuen Moduls BA-BWL-SP2h verbunden mit dem Wegfall des Moduls BA-BWL-SP2e tritt abweichend davon zum Beginn des Wintersemesters 2023/24 in Kraft.

Neubekanntmachung der Anlage 5.8 Digitales Marketing zur Rahmenprüfungsordnung für die fakultätsübergreifenden akademischen Zertifikatsstudien der Leuphana Universität Lüneburg

Das Präsidium der Leuphana Universität Lüneburg gibt nachstehend den Wortlaut der Anlage 5.8 Digitales Marketing vom 01. November 2018 (Leuphana Gazette Nr. 04/19 vom 05. Februar 2019) in der nunmehr geltenden Fassung, unter Berücksichtigung der

- ersten Änderung vom 15. Februar 2023 (Leuphana Gazette Nr. 39/23 vom 13. April 2023) und der
- zweiten Änderung vom 14. Juni 2023 (Leuphana Gazette Nr. 68/23 vom 17. Juni 2023)

zur Rahmenprüfungsordnung für die fakultätsübergreifenden akademischen Zertifikatsstudien der Leuphana Universität Lüneburg vom 13. Juli 2011 (Leuphana Gazette Nr. 17/11 vom 02. September 2011), zuletzt geändert am 15. Februar 2023 (Leuphana Gazette Nr. 39/23 vom 13. April 2023), bekannt.

Die Regelungen der Rahmenprüfungsordnung für die fakultätsübergreifenden akademischen Zertifikatsstudien der Leuphana Universität Lüneburg werden wie folgt ergänzt:

Zu § 3:

Das Zertifikatsstudium ist auf Bachelorebene verortet. Sind alle Module gemäß der Fachspezifischen Anlage erfolgreich bestanden, wird der Abschluss Diploma of Basic Studies (DBS) verliehen.

Zu § 4 Abs. 1:

Die Regelstudienzeit für das Zertifikatsstudium beträgt zwei Semester.

Zu § 4 Abs. 2-5:

Das Zertifikatsstudium umfasst 35 CP und besteht aus sieben Modulen von jeweils 5 CP des Bachelorstudienganges Betriebswirtschaftslehre. Gemäß Umfang, Inhalt und Prüfungsleistungen entspricht das Zertifikatsstudium dem Schwerpunktstudium Digitales Marketing des Bachelorstudienganges Betriebswirtschaftslehre.

Modulübersicht Zertifikatsstudium Digitales Marketing

Module	Semester	CP	Kommentar
BA-BWL-SP4c Digitales Marketing <i>Digital Marketing</i>	1	5	Pflichtmodul
BA-BWL-SP2b Konzeption von Digitalen Portalen <i>Designing Digital Portals</i>	1	5	Pflichtmodul
BA-BWL-SP2d SEO – Search Engine Optimization <i>SEO – Search Engine Optimization</i>	1	5	Pflichtmodul
BA-BWL-SP2e SEA – Search Engine Advertising <i>SEA – Search Engine Advertising</i>	2	5	Pflichtmodul
BA-BWL-SP2f Social Media Marketing strategisch <i>Social Media Marketing strategic</i>	2	5	Pflichtmodul
BA-BWL-SP2h Social Media Marketing operativ <i>Social Media Marketing operational</i>	2	5	Pflichtmodul
BA-BWL-SP2g Abschlussprojekt Digitales Marketing <i>Final Project Digital Marketing</i>	2	5	Pflichtmodul

Die Inhalte und Prüfungsleistungen der jeweiligen Module werden durch die Angaben der fachspezifischen Anlage 5.4 Betriebswirtschaftslehre zur Rahmenprüfungsordnung für die fakultätsübergreifenden berufsbegleitenden Bachelorstudiengänge der Leuphana Universität Lüneburg vom 12. Mai 2010 (Leuphana Gazette Nr. 12/10 vom 04. August 2010) in der zum jeweiligen Studienbeginn geltenden Fassung konkretisiert.

Zu § 4 Abs. 4:

Der Workload umfasst 25 zu erbringende Arbeitsstunden je CP.

Zu § 14:

Es ist keine Abschlussarbeit vorgesehen.

