



Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

Amtliche Bekanntmachungen

Herausgegeben im Auftrag des Präsidenten der Hochschule Niederrhein

42. Jahrgang

Ausgegeben zu Krefeld und Mönchengladbach am 5. Mai 2017

Nr. 31

Inhalt

Prüfungsordnung für den Zertifikatskurs Marketing-Kommunikation an der Hochschule Niederrhein vom 2. Mai 2017

**Prüfungsordnung
für den Zertifikatskurs
Marketing-Kommunikation an der Hochschule Niederrhein**

Vom 02.05.2017

Aufgrund des § 2 Abs. 4 und des § 64 Abs. 1 des Gesetzes über die Hochschulen des Landes Nordrhein-Westfalen (Hochschulgesetz – HG) vom 16. September 2014 (GV. NRW. S. 547), zuletzt geändert durch Gesetz vom 15. Dezember 2016 (GV. NRW. S. 1154), hat der Fachbereichsrat des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften der Hochschule Niederrhein die folgende Prüfungsordnung erlassen:

Inhaltsübersicht

- § 1 Geltungsbereich der Prüfungsordnung
- § 2 Ziel des Zertifikatskurses
- § 3 Teilnahmevoraussetzungen
- § 4 Kursinhalt, -aufbau und Kreditpunkte
- § 5 Prüfungen
- § 6 Bewertung der Prüfungsleistung
- § 7 Zertifikat
- § 8 Prüfungsausschuss
- § 9 Inkrafttreten

Anlage Modulbeschreibung

§ 1

Geltungsbereich der Prüfungsordnung

Diese Prüfungsordnung gilt für den Zertifikatskurs „Marketing-Kommunikation“ am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Hochschule Niederrhein.

§ 2

Ziel des Zertifikatskurses

Mit erfolgreichem Abschluss des Kurses werden die Teilnehmenden in der Lage sein, die Marketingfunktion ihres Unternehmens erfolgreicher zu gestalten, sie wissen, wie eine wirkungsvolle Kommunikationsstrategie entwickelt wird und können dabei unterstützende Agenturen auswählen und beurteilen. Sie lernen die Erfolgsfaktoren bei der Entwicklung von Kommunikationsstrategien ebenso kennen wie die Charakteristika der wichtigen Instrumente der Marketing-Kommunikation.

§ 3

Teilnahmevoraussetzungen

(1) Voraussetzung für die Teilnahme an dem Zertifikatskurs ist, dass die Bewerberin oder der Bewerber ein Hochschulstudium erfolgreich abgeschlossen hat und anschließend eine mindestens einjährige Berufstätigkeit nachweisen kann oder die erforderliche Eignung im Beruf erworben hat. Die erforderliche Eignung im Beruf ist nachgewiesen, wenn die Bewerberin oder der Bewerber folgende Voraussetzungen erfüllt:

1. Abschluss einer nach Berufsbildungsgesetz oder einer sonstigen nach Bundes- oder Landesrecht geregelten mindestens zweijährigen Berufsausbildung im kaufmännischen Bereich und
2. eine danach erfolgende mindestens dreijährige berufliche Tätigkeit im Sinne des in Nummer 1 erlernten Ausbildungsberufs oder in einem der Ausbildung fachlich entsprechenden Beruf.

(2) Ferner setzt die Teilnahme an dem Zertifikatskurs den Abschluss eines privatrechtlichen Vertrages mit der Hochschule Niederrhein voraus.

§ 4

Kursinhalt, -aufbau und Kreditpunkte

(1) Der Kurs ist gegliedert in vier Präsenzphasen und dazwischen liegenden Selbstlernphasen.

(2) Alles Nähere zum Aufbau und Inhalt des Zertifikatskurses ergibt sich aus der Modulbeschreibung (Anlage).

(3) Nach erfolgreich bestandener Prüfung gemäß § 5 wird ein Kreditpunkt gemäß dem European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS) bescheinigt.

§ 5 Prüfungen

Der Zertifikatskurs schließt mit einer kursbegleitenden unbenoteten Prüfung in Form einer mündlichen Prüfung ab. Durch diese Präsentation soll der Prüfling nachweisen, dass sie/er Probleme aus dem jeweiligen Prüfungsgebiet mit geläufigen Methoden des Faches erkennen und lösen kann. Die Präsentation findet unter Aufsicht statt. Die/der kursverantwortliche Hochschullehrende legt bis zu Beginn des Kurses die Richtlinien und Bedingungen für die Präsentation für alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer einheitlich und verbindlich fest.

§ 6 Bewertung der Prüfungsleistung

Eine unbenotete Prüfung wird als „bestanden“ oder „nicht bestanden“ bewertet. „Bestanden“ ist die Prüfung, wenn die erbrachte Leistung den Anforderungen genügt oder trotz ihrer Mängel noch genügt. „Nicht bestanden“ ist die Prüfung, wenn die erbrachte Leistung den Anforderungen wegen erheblicher Mängel nicht mehr genügt.

§ 7 Zertifikat

- (1) Hat die Teilnehmerin oder der Teilnehmer die Prüfung gemäß § 5 bestanden und damit den Zertifikatskurs erfolgreich absolviert, wird ihr/ihm hierüber vom Prüfungsausschuss ein Zertifikat ausgestellt.
- (2) Das Zertifikat wird von der/dem Vorsitzenden des Prüfungsausschusses und von der/dem kursverantwortlichen Hochschullehrenden unterzeichnet.
- (3) Legt eine Teilnehmerin oder ein Teilnehmer keine Prüfungsleistung ab oder besteht sie/er die Prüfung nicht, kann ihr/ihm eine Teilnahmebescheinigung ausgestellt werden, wenn sie/er mindestens 80 % des Kurses besucht hat.
- (4) Wiederholungsmöglichkeiten regelt der gem. § 3 Abs. 2 geschlossene Vertrag.

§ 8 Prüfungsausschuss

Für die Organisation der Prüfungen ist der Prüfungsausschuss des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften zuständig.

§ 9 Inkrafttreten

Diese Prüfungsordnung tritt am Tag nach ihrer Veröffentlichung in den Amtlichen Bekanntmachungen der Hochschule Niederrhein (Amtl. Bek. HN) in Kraft.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Fachbereichsrates des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften vom 08.12.2016 und der Feststellung der Rechtmäßigkeit durch das Präsidium der Hochschule Niederrhein vom 18.04.2017.

Mönchengladbach, den 02.05.2017

Der Dekan
des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften
der Hochschule Niederrhein
Prof. Dr. Siegfried Kirsch

Modulbeschreibung „Marketing-Kommunikation: Wie Sie die Kommunikationsstrategie Ihres Unternehmens wirkungsvoll ausrichten“

Modultitel	Marketing-Kommunikation: Wie Sie die Kommunikationsstrategie Ihres Unternehmens wirkungsvoll ausrichten
Kürzel/Modulnummer	
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Harald Vergossen, harald.vergossen@hs-niederrhein.de
Dozent/in	Prof. Dr. Harald Vergossen
Modultyp	WB-Pilotmodul
Dauer	25 h, davon 16 h Präsenz
Häufigkeit des Angebots	Zunächst Pilotdurchlauf im Rahmen des Projekts
Angestrebte Lernergebnisse/ Learning outcomes	Mit erfolgreichem Abschluss des Kurses werden die Teilnehmenden in der Lage sein, die Marketingfunktion ihres Unternehmens erfolgreicher zu gestalten, sie wissen, wie eine wirkungsvolle Kommunikationsstrategie entwickelt wird und können dabei unterstützende Agenturen auswählen und beurteilen. Sie lernen die Erfolgsfaktoren bei der Entwicklung von Kommunikationsstrategien ebenso kennen wie die Charakteristika der wichtigen Instrumente der Marketing-Kommunikation.
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> ○ Integrierte Marketing-Kommunikation umsetzen <ul style="list-style-type: none"> ▪ Veränderungen am Werbemarkt verstehen ▪ Crossmedia und integrierte Kommunikation begreifen ○ Agenturen auswählen und Zusammenarbeit gestalten <ul style="list-style-type: none"> ▪ Passende Agenturen auswählen ▪ Vergütungsmodelle im Überblick verstehen ▪ Agenturen briefen ○ Kommunikationsstrategie entwickeln <ul style="list-style-type: none"> ▪ Woraus besteht eine Kommunikationsstrategie? ▪ Wie wird eine Kommunikationsstrategie entwickelt? <ul style="list-style-type: none"> • Marke, Märkte und Menschen analysieren • Geeignete Marktforschung durchführen • Passende Kommunikationsinstrumente auswählen ○ Wirksame Gestaltung der Kommunikation sicherstellen ○ Instrumente der Marketing-Kommunikation zielbezogen einsetzen I <ul style="list-style-type: none"> ▪ Klassische Werbung ▪ Online-Kommunikation (Suchmaschinen-Marketing, Social Media-Marketing) ○ Instrumente der Marketing-Kommunikation zielbezogen einsetzen II <ul style="list-style-type: none"> ▪ Verkaufsförderung ▪ Direktmarketing
Lehr-/Lernformen	Der in einem interaktiven Seminarcharakter gehaltene Kurs bietet die Möglichkeit, auf individuelle Frage- und Problemstellungen der Teilnehmenden einzugehen. Gruppenarbeiten, Übungen und Case Studies unterstützen den Lernerfolg. Begleitung mit einer Online-Lernplattform.
Unterrichtssprache	Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen	Abgeschlossenes Hochschulstudium mit mindestens einem Jahr Berufserfahrung oder abgeschlossene Berufsausbildung mit mindestens drei Jahren Berufserfahrung.

Prüfungsleistungen	Mündliche Prüfung in Form einer Präsentation
Leistungspunkte	1 ECTS bei bestandener Prüfung
Workload/Arbeitsaufwand	25 h
Kontaktzeit	16 h
Selbststudium	9 h
Geplante Gruppengröße	max. 12 TN
Verwendbarkeit des Moduls	---
Literatur	---