

## Modulbeschreibung „Online + Social Media Recht“

Modultitel	Online + Social Media Recht
Kürzel/Modulnummer	---
Fachbereich	08 Wirtschaftswissenschaften
Modulverantwortlicher/	Prof. Dr. jur. Stephan Kreissl
Dozent/in	RA Wilde, <a href="http://www.wilde-rechtsanwaelte.de">www.wilde-rechtsanwaelte.de</a>
Modultyp	Hochschulzertifikatskurs der WWB
Dauer	ca. 2 Termine in 1 Monat
Häufigkeit des Angebots	Voraussichtlich jährlich und auf Nachfrage (Inhouse)
Zielgruppe(n)	IT- und Marketingverantwortliche aller Branchen, Geschäftsführerinnen und InhaberInnen kleiner und mittelständischer Unternehmen, E-Commerce-Manager, Compliance-Beauftragte und alle in der IT tätigen Personen.
Angestrebte Lernergebnisse/ Learning outcomes	<p>Mit erfolgreichem Abschluss des Kurses werden die Teilnehmenden in der Lage sein:</p> <p>// Inhalte in Internet und Social Media rechtssicher zu verwenden.  // Zulässige Direktmarketing-Maßnahmen und E-Mail-Werbung durchzuführen.  // Die erforderlichen rechtlichen Texte für ein Internetangebot zusammenzustellen.  // Art-Buying, also die Beschaffung von Inhalten für die Medien des Unternehmens sicher vorzunehmen.</p>
Inhalte	<p>In dem Modul wird das Thema Online-Recht anhand der Rechtsgrundlagen in Deutschland unter Rückgriff auf Praxisfälle erläutert.</p> <p><b>// Grundlagen Urheberrecht</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Was ist geschützt?</li> <li>- Rechteinhaberschaft</li> <li>- Rechteübertragung und Rechtsverletzung</li> </ul> <p><b>// Rechte an Bildern von Personen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Zulässige Nutzung und Rechteübertragung</li> </ul> <p><b>// Art Buying/Rechterwerb für die Onlineangebote des Unternehmens</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Darstellung der typischen Situation</li> <li>- Erwerb von Bildrechten bei den aktuellen Großanbietern</li> <li>- Was ist zu beachten?</li> </ul> <p><b>// Rechtliche Rahmenbedingungen eines Internetangebots</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Impressumspflicht</li> <li>- Datenschutzhinweis</li> <li>- Weitere Pflichtelemente und -angaben</li> <li>- Social Media Tags</li> </ul>

	<p><b>// Das Unternehmen in den sozialen Medien</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rechtliche Vorgaben</li> <li>- Posten und Liken – zulässig?</li> <li>- Beispiele facebook, pinterest</li> </ul> <p><b>// Direktmarketing online</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Zulässige E-Mail-Werbung</li> <li>- Gefahren</li> </ul> <p><b>// Sondersituation Onlineshop</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestaltungsvorgaben</li> <li>- Kundenbewertungen</li> <li>- Bewertungsanfragen per E-Mail</li> </ul>
Lehrformen	Der in einem interaktiven Seminarcharakter gehaltene Kurs bietet die Möglichkeit, auf individuelle Frage- und Problemstellungen der Teilnehmenden einzugehen. Vielfältiger Medieneinsatz und die Begleitung mit einer Online-Lernplattform in der Selbstlern- und Prüfungsphase unterstützen den Lernerfolg.
Unterrichtssprache	Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen	Hochschulabschluss mit mindestens einjähriger Berufserfahrung oder anderweitiger berufsqualifizierender Abschluss mit mindestens dreijähriger Berufstätigkeit.
Abschluss	Hochschulzertifikat (Prüfungsteilnahme) oder Teilnahmebescheinigung (bei 75% Anwesenheit)
Prüfungsleistung(en)	Fallstudie, Bearbeitungsdauer 3 Wochen
Leistungspunkte	1 ECTS
Workload/Arbeitsaufwand	25 h
Kontaktzeit	16 h
Selbststudium	9 h
Geplante Gruppengröße	max. 12 TN
Verwendbarkeit des Moduls	---
Literatur	---