

Leitfaden

INSIDER

Stand: 5. Mai 2025



Inhaltsverzeichnis

Vorbemerkung	1
1 Hinweise für die Bearbeitung von INSIDERN	2
1.1 Länge von Antworten	2
1.2 Strukturierung von Antworten.....	5
1.3 Abbildungen und Tabellen	5
1.4 Quellenangaben	5
1.5 Nutzung von KI-Werkzeugen	7
2 Hinweise für das Grading von INSIDERN	8
2.1 Kriterien für die Bewertung eines INSIDERS.....	8
2.2 Benotung der Kriterien	8
2.3 Berechnung der Gesamtnote eines INSIDERS	9
2.4 Visualisierung der Ergebnisse.....	9

Vorbemerkung

In allen Studiengängen an der S-Next kommen INSIDER zum Einsatz. In den reinen Online-Studiengängen bilden diese den Studieninhalt vollständig ab. In den Hybrid-Studiengängen haben die INSIDER eine Ergänzungsfunktion für die Präsenzveranstaltungen. Häufig werden die INSIDER im Hybrid-Studium genutzt, um den Leistungsnachweis für ein Modul zu erstellen, das zuvor in Präsenz besucht wurde.

Alle Studierenden der S-Next nutzen daher INSIDER. Der vorliegende Leitfaden erklärt in Kapitel 1, wie ein INSIDER bearbeitet werden sollte. In Kapitel 2 erklärt er, wie die INSIDER, die von Studierenden eingereicht werden, von den Dozierenden begutachtet und benotet werden.

Ergänzend zu diesem Leitfaden sei auch auf das Video-Tutorial zur Bedienung eines INSIDERS hingewiesen. Dieses ist über das S-Next Wiki und den S-Next OnlineCampus abrufbar. Dort wird auch der Zugang zur INSIDER-Plattform erklärt. In diesem Leitfaden liegt der Schwerpunkt auf der Bearbeitung der einzelnen INSIDER.

1 Hinweise für die Bearbeitung von INSIDERN

Die folgenden Ausführungen stellen eine Kombination aus technischen, inhaltlichen und formalen Bearbeitungshinweisen für den INSIDER dar. Technische Hinweise betreffen die Bedienung des INSIDERS. Inhaltliche und formale Hinweise betreffen die Anforderungen an die Antworten, die in einem INSIDER gegeben werden. Da alle drei Aspekte oft in Bezug zueinander stehen, werden sie gemeinsam besprochen.

1.1 Länge von Antworten

In jeder INSIDER-Task wird die Länge der geforderten Antwort an drei Stellen angezeigt.

In der Vor-Ansicht einer Aufgabe:

The screenshot displays the INSIDER interface for the 'Online Marketing (B.A.)' module. The header is green with the text 'Online Marketing (B.A.)' and 'Alle Vertiefungsmodule: Online BA für Dozenten - 10 ECTS'. The main content area is divided into three sections: 'Tasks', 'Online-Marketing', and 'Requirements'. The 'Tasks' section on the left lists various topics under Level 1 and Level 2. The 'Online-Marketing' section in the center shows a task titled 'Online-Marketing' with a status of 'Not started' and a description. The 'Requirements' section on the right shows evaluation criteria, including a target word count of 300 ± 33.3%.

Online Marketing (B.A.)
Alle Vertiefungsmodule: Online BA für Dozenten - 10 ECTS

Tasks

- Level 1
 - Grundlagen des Online-Marketings
 - Online-Marketing**
 - Online- vs. Offline-Marketing
 - Abgrenzung Digital- vs. Online-Marketing
 - Online-Marketing Erfolg
 - Online Marketing Effekte
 - Touchpoints im Online-Marketing
 - Online-Marketing Erlebnis
 - Wert von Daten
- Level 2
 - Markenbildung im digitalen Zeitalter
- Level 3
 - Strategien und Zukunft des Online-Marketings

Online-Marketing
Not started

Bitte sehen Sie sich zuerst das Einführungsvideo des Dozenten an. Anschließend definieren Sie auf Basis der angegebenen wesentlichen Quellen und Ihrer eigenen Recherchen, was "Online-Marketing" für Sie bedeutet. Erläutern Sie, welche Merkmale Online-Marketing für Sie kennzeichnen, wie Sie die Entwicklung des Online-Marketings in den letzten Jahren beurteilen und welche Faktoren Ihrer Meinung nach diese Entwicklung angetrieben haben.

Requirements

EVALUATION
This task will be evaluated as pass/fail.

TARGET WORDCOUNT
300 ± 33.3%

Nachdem Sie auf „Open Task“ geklickt haben:

Online-Marketing

Task **Evaluation**

Bitte sehen Sie sich zuerst das Einführungsvideo des Dozenten an. Anschließend definieren Sie auf Basis der angegebenen wesentlichen Quellen und Ihrer eigenen Recherchen, was "Online-Marketing" für Sie bedeutet. Erläutern Sie, welche Merkmale Online-Marketing für Sie kennzeichnen, wie Sie die Entwicklung des Online-Marketings in den letzten Jahren beurteilen und welche Faktoren Ihrer Meinung nach diese Entwicklung angetrieben haben.

H1 H2 B I 0/300 Mark as Done Save Draft

Please start writing here...

Resources

- Online-Marketing (Artikel) ^
- Marketing- Lexikon Verständliche Erklärungen von Fachbegriffen ... ^
- Dozentenvideo_Einführung 2 - Grundlagen Methodik ^
- Dozentenvideo 3 - was ist Online-Marketing ? ^
- Dozentenvideo1_Einführung ^

Nachdem Sie auf „Evaluation“ geklickt haben.

Online-Marketing

Task **Evaluation**

This task will be evaluated as pass/fail.
Target wordcount: 300 ± 33.3%

Außerdem erhalten Sie eine Warnung, wenn Sie eine Aufgabe nicht mit der geforderten Anzahl an Worten abschließen wollen („Mark as Done“).

Online-Marketing

Task Evaluation

Bitte sehen Sie sich zuerst das Einführungsvideo des Dozenten an. Anschließend definieren Sie auf Basis der angegebenen wesentlichen Quellen und Ihrer eigenen Recherchen, was "Online-Marketing" für Sie bedeutet. Erläutern Sie, welche Merkmale Online-Marketing für Sie kennzeichnen, wie Sie die Entwicklung des Online-Marketings in den letzten Jahren beurteilen und welche Faktoren Ihrer Meinung nach diese Entwicklung angetrieben haben.

H1 H2 B I 23/300 Mark as Done Save Draft

Diese Antwort umfasst nur wenige Worte. Daher wird folgendes angezeigt, wenn die Aufgabe mittels "Mark as Done" als fertig bearbeitet markiert werden soll.

Resources

- Online-Marketing (Artikel)
- Marketing- Lexikon Verständliche Erklärungen von Fachbegriffen ...
- Dozentenvideo_Einführung 2 - Grundlagen Methodik
- Dozentenvideo 3 - was ist Online-Marketing ?
- Dozentenvideo1_Einführung

Online-Marketing

Task Evaluation

Bitte sehen Sie sich zuerst das Einführungsvideo des Dozenten an. Anschließend definieren Sie auf Basis der angegebenen wesentlichen Quellen und Ihrer eigenen Recherchen, was "Online-Marketing" für Sie bedeutet. Erläutern Sie, welche Merkmale Online-Marketing für Sie kennzeichnen, wie Sie die Entwicklung des Online-Marketings in den letzten Jahren beurteilen und welche Faktoren Ihrer Meinung nach diese Entwicklung angetrieben haben.

H1 H2 B I 23/300 Mark as Done Save Draft

Diese Antwort umfasst nur wenige Worte. Daher wird folgendes angezeigt, wenn die Aufgabe mittels "Mark as Done" als fertig bearbeitet markiert werden soll.

Style Guide Warning: Wordcount

Your submission contains 23 word(s), which doesn't meet the task requirements (target: 300, min: 200, max: 400 words). Are you sure you want to submit it anyway?

Cancel Submit Anyway

Resources

- Online-Marketing (Artikel)
- Marketing- Lexikon Verständliche Erklärungen von Fachbegriffen ...
- Dozentenvideo_Einführung 2 - Grundlagen Methodik
- Dozentenvideo 3 - was ist Online-Marketing ?
- Dozentenvideo1_Einführung

1.2 Strukturierung von Antworten

Das Strukturieren von Antworten ist besonders wichtig, wenn eine Aufgabe aus mehreren Teilen besteht und diese Teilaufgaben in einzelnen Abschnitten bearbeitet werden. Gutachter*innen müssen klar zuordnen können, welche Ihrer Teilantworten zu welchen Teilfragen gehören. So wird außerdem eine gute Leserführung erzielt.

Aber auch bei Antworten zu einer einzelnen Aufgabe kann es hilfreich sein, Abschnitte und ggf. Zwischenüberschriften einzufügen, um die Leserführung zu unterstützen. Insbesondere in den längeren Transferaufgaben ist dies dringend erforderlich.

1.3 Abbildungen und Tabellen

In dem Editierfeld, in das Sie Ihre Antworten zu den Aufgaben eintragen können, ist das direkte Einfügen von Grafiken nicht möglich. Zwar erlauben die Editierfunktionen grundlegende mathematische Darstellungen, aber nicht die Einbindung von Grafiken. Über die Upload-Funktion unterhalb des Editierfeldes können Sie Ihrer Antwort aber Grafiken hinzufügen. Hier können JPEGs und PNG-Dateien hochgeladen werden. Bitte nutzen Sie diese Upload-Funktion aber wirklich nur für selbst erstellte Abbildungen. Nutzen Sie diese keinesfalls, um JPEGs oder PNG-Dateien hochzuladen, die einfach nur Text enthalten.

1.4 Quellenangaben

Die Bearbeitung von INSIDER-Tasks erfordert oft die Verwendung von Quellen. Diese können aus den Ressourcen stammen, die bei den INSIDER-Tasks angefügt sind. Manche Aufgaben beziehen sich ausdrücklich auf diese Ressourcen, so dass diese in jedem Fall zitiert werden müssen. Sie dürfen ergänzend jederzeit weitere externe Quellen nutzen. Wenn Sie Quellen benutzen, was wir stets empfehlen und manche Aufgaben dringend voraussetzen, müssen Sie diese im so genannten „APA-Style“ mit Kurzbelegen im Text und mit Vollbelegen am Ende zitieren. Hinweise dazu finden Sie im „Leitfaden Wissenschaftliches Arbeiten“ in OnlineCampus.

Vollbelege können Sie angeben, indem Sie unterhalb Ihres Textes das Wort »References« in der Formatierung H1 schreiben und darunter die Vollbelege für die von Ihnen zitierten Quellen angeben. Die Vollbelege werden, wenn Sie unterhalb der in H1 formatierten Überschrift »References« stehen, nicht auf den Wordcount angerechnet. Und das soll auch so sein. Denn wie auch bei anderen wissenschaftlichen Arbeiten (z. B. im Rahmen Ihres Transferprojektes) wird das Literaturverzeichnis nicht auf den geforderten Umfang der Arbeiten angerechnet.

Online-Marketing

Task Evaluation

Bitte sehen Sie sich zuerst das Einführungsvideo des Dozenten an. Anschließend definieren Sie auf Basis der angegebenen wesentlichen Quellen und Ihrer eigenen Recherchen, was "Online-Marketing" für Sie bedeutet. Erläutern Sie, welche Merkmale Online-Marketing für Sie kennzeichnen, wie Sie die Entwicklung des Online-Marketings in den letzten Jahren beurteilen und welche Faktoren Ihrer Meinung nach diese Entwicklung angetrieben haben.

H1 H2 B I 27/300 Mark as Done Save Draft

Diese Antwort umfasst nur wenige Worte. Daher wird folgendes angezeigt, wenn die Aufgabe mittels "Mark as Done" als fertig bearbeitet markiert werden soll (Yildirim, 2016, S. 223).

References

Yildirim, Y. (2016). Marketing- Lexikon Verständliche Erklärungen von Fachbegriffen im Marketing. <https://onlinemarketingfans.de/lexikon-online-marketing/>

Resources

- Online-Marketing (Artikel) ^
- Marketing- Lexikon Verständliche Erklärungen von Fachbegriffen ... ^
- Dozentenvideo_Einführung 2 - Grundlagen Methodik ^
- Dozentenvideo 3 - was ist Online-Marketing ? ^
- Dozentenvideo1_Einführung ^

Bitte beachten Sie, dass es keine Qualität darstellt, wenn Sie am Ende Ihres Textes zwar Quellen angeben, im Fließtext jedoch gar nicht kennzeichnen, an welcher Stelle Sie diese Quellen zitiert haben. Das ist keine wissenschaftlich akzeptierte Art, mit Quellen umzugehen. Erneut sei an die Regeln erinnert, die im „Leitfaden Wissenschaftliches Arbeiten“ zum Umgang mit fremden Quellen ausführlich beschrieben sind.

1.5 Nutzung von KI-Werkzeugen

Im „Leitfaden Wissenschaftliches Arbeiten“ finden Sie umfassende Informationen zur Nutzung von KI-Werkzeugen und zur Vermeidung von Plagiaten bei der Erstellung von wissenschaftlichen Arbeiten. Alle dortigen Hinweise gelten analog auch für die Bearbeitung von INSIDERN. Bei der Angabe von verwendeten KI-Werkzeugen gibt es folgende Anpassungen für die Darstellung im INSIDER:

1. Diese Angaben erfolgen ebenfalls unterhalb der in H1 formatierten Überschrift **„References“**
2. Bitte stellen Sie für jede KI-Nutzung den „Hinweis auf die Nutzung von KI“ voraus. Dies erfolgt mehrfach, wenn Sie mehrere KI-Werkzeuge genutzt haben.
3. Es bedarf keiner Angabe des Kapitels und der Seitenzahl.
4. Bitte verwenden Sie keine Tabelle, sondern folgende Auflistung.

References

Hinweis auf die Nutzung von KI

- KI-Werkzeug: ...
- Datum: ...
- Art der Nutzung: ...
- Verwendete Prompts/Aufträge/Abfragen: ...

Hinweis auf die Nutzung von KI

- KI-Werkzeug: ...
- Datum: ...
- Art der Nutzung: ...
- Verwendete Prompts/Aufträge/Abfragen: ...

2 Hinweise für das Grading von INSIDERN

2.1 Kriterien für die Bewertung eines INSIDERS

Ab Mai 2025 erfolgt das Grading von INSIDERN, indem zu jedem Task bis zu vier verschiedene Kriterien bewertet werden. Dies gilt gleichermaßen für reguläre Tasks wie für die mit einem Pokal markierten Transfertasks. Auch in deutschsprachigen INSIDERN werden die Kriterien nur wie folgt in englischer Sprache angezeigt:

- **Formal** (Wordcount, accurate academic language, correct citation, organization in paragraphs and Headlines, spelling.)
- **Description** (Accurate and clear description of concepts, theories, or processes related to the Task, reflects foundational understanding of the subject matter)
- **Analysis** (Breakdown of the concepts or theories into constituent parts for detailed examination and/or critically evaluate importance, implications etc., this reflects the student's ability to critically evaluate and understand the intricacies of the Topic)
- **Application** (Methodical application and Transfer of theoretical Concept in practical or hypothetical Scenarios, reflects the student's ability to Transfer academic Knowledge to real-world contexts)

Nicht bei jeder Task werden alle vier Kriterien bewertet. Es werden nur die Kriterien bewertet, die in einer Task auch gefordert werden.

2.2 Benotung der Kriterien

Für die Benotung der Kriterien stehen die folgenden „Grades“ zu Auswahl:

- Very Good (entspricht 100% Performance)
- Good (entspricht 66% Performance)
- Satisfying (entspricht 33% Performance)
- Needs Improvement (entspricht 0% Performance)
- Not Applicable (Kriterium wird für diese Task nicht angewendet)

Ergänzend können bei jeder Task Kommentare des Gutachters*der Gutachterin angegeben werden.

2.3 Berechnung der Gesamtnote eines INSIDERS

Die Gesamtnote einer Task ergibt sich aus den bewerteten Kriterien. Die Note des gesamten INSIDERS entsteht auf folgendem Weg aus den Einzelnoten der Tasks:

- Es wird die Durchschnittsnote der regulären Tasks gebildet.
- Es wird die Durchschnittsnote der Transfertasks gebildet (wenn zwei oder mehr Transfertasks vorhanden sind).
- Beide Durchschnittsnoten fließen mit jeweils 50% Gewicht in die Gesamtnote des INSIDERS ein.

2.4 Visualisierung der Ergebnisse

Die folgende Abbildung zeigt die Darstellung der Ergebnisse für Studierende.

[illegible]