

Nachstehende Studien- und Prüfungsordnung
wurde geprüft und in der 460. Sitzung des Senats
am 12. November 2025 verabschiedet.

Nur diese Studien- und Prüfungsordnung ist daher
verbindlich!

Prof. Dr. Ulrich Brecht
Prorektor Studium und Lehre

§ 38
Studien- und Prüfungsordnung
Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft, Marketing-
und Medienmanagement (BM)
SPO 4
HOCHSCHULE HEILBRONN
Technik – Wirtschaft – Informatik
gültig ab 1. September 2026

§ 38 Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft, Marketing- und Medienmanagement (BM)

1. Studienaufbau

1.1. Der Gesamtumfang der für den erfolgreichen Abschluss des Studiums erforderlichen Lehrveranstaltungen im Pflicht- und Wahlpflichtbereich beträgt 133 Semesterwochenstunden und führt zum Erwerb von 210 ECTS.

1.2. Die Regelstudienzeit beträgt sieben Semester. Die für den erfolgreichen Abschluss des Studiums erforderlichen Lehrveranstaltungen und die dazugehörigen Prüfungs- und Prüfungsvorleistungen gliedern sich in das Grundstudium (2.) und das Hauptstudium mit Pflichtveranstaltungen (3.), eine zu wählende Vertiefungsrichtung (4.) sowie die Wahlfächer (5.). Dabei sind die Lehrveranstaltungen einzelnen Modulen zugeordnet und mit ECTS-Punkten versehen. Ein Semester ist in der Regel im Ausland zu studieren. Hierbei kann es sich um das Praktische Studiensemester oder um ein anderes Studiensemester handeln.

1.3. Lehr- und Prüfungssprachen sind deutsch und englisch. Für die Festlegung der Lehr- und Prüfungssprache in den einzelnen Lehrveranstaltungen gilt § 3 Abs. 5 SPO AT 7-semesterig.

1.4. Der zuständige Prüfungsausschuss ist der Prüfungsausschuss Betriebswirtschaft der Fakultät Technik und Wirtschaft.

1.5. Die Hochschule Heilbronn verleiht nach bestandener Bachelorprüfung den akademischen Grad Bachelor of Arts (B.A.).

2. Grundstudium

2.1. Die Veranstaltungen des Grundstudiums sind in der nachfolgenden Tabelle 1 wiedergegeben:

Tabelle 1

Sem.	Lehrveranstaltung					Prüfungs- leistung		Prüfungs- vorleistung		ECTS
	EDV Nr.	Modul- Nr.	Bezeichnung	Art	SWS	Art	Dauer in Min.	Art	Dauer in Min.	
1	460500	G1	Grundlagen und Methodik der Betriebswirtschaftslehre							
	460501	G1.1	Betriebswirtschaftslehre 1	V/Ü	4	1 LK	90			5
	460570	G8	Volkswirtschaftslehre							
	460571	G8.1	Grundlagen VWL	V/Ü	4	1 LK	90			5
	460520	G3	Externes Rechnungswesen							
	460521	G3.1	Buchführung und Bilanzierung	V/Ü	4	1 LK	90			5
	460540	G5	Wirtschaftsmathematik und Statistik 1							
	460541	G5.1	Wirtschaftsmathematik	V/Ü	4	1 LKBK	90			5
	460580	G9	Recht							
	460581	G9.1	Wirtschaftsprivatrecht	V/Ü	4	1 LK	90			4
	460590	G10	Marketing 1							
	460591	G10.1	Marketinggrundlagen und Einblicke in die Berufspraxis	V/Ü	4	1 LK	90			6
Summe					24	6			30	

2	460510	G2	Betriebswirtschaftslehre Vertiefungen							
	460511	G2.1	Betriebswirtschaftslehre 2	V/Ü	4	1 LP				5
	460530	G4	Internes Rechnungswesen							
	460531	G4.1	Kosten- und Leistungsrechnung	V/Ü	4	1 LK	90			5
	460550	G6	Wirtschaftsmathematik und Statistik 2							
	460551	G6.1	Statistik	V/Ü	4	1 LKBK	90			5
	460600	G11	Marketing 2							
	460601	G11.1	Marktforschung und Datenana-lyse	V/Ü	4	1 LP				5
	460610	G12	Medienmanagement 1							
	460611	G12.1	Werbliche Kommunikation und Internetökonomie	V/Ü	4	1 LKBK	90			5
	460560	G7	Wirtschaftsinformatik 1							
	460561	G7.1	IT im Unternehmen	V/Ü	4	1 LK	90			5
Summe					24	6				30
Summe Grundstudium					48	12				60

2.2. Modulprüfungen des Grundstudiums

Die Modulprüfungen des Grundstudiums sind in nachstehender Tabelle 2 wiedergegeben.

Tabelle 2

Prüfungsleistung		Prüfungsvorleistung		Gewicht der Note der Prüfungsleistung für die Note des Moduls	Gewicht der Modulnote für die Bachelorvorprüfung
Nr.	Bezeichnung	Nr.	Bezeichnung		
Modulprüfung 460500 Grundlagen und Methodik der Betriebswirtschaftslehre (Modul G1)					
460501	G1.1 Betriebswirtschaftslehre 1			1	5
Modulprüfung 460510 Betriebswirtschaftslehre Vertiefungen (Modul G2)					
460511	G2.1 Betriebswirtschaftslehre 2			1	5
Modulprüfung 460520 Externes Rechnungswesen (Modul G3)					
460521	G3.1 Buchführung und Bilanzierung			1	5
Modulprüfung 460530 Internes Rechnungswesen (Modul G4)					
460531	G4.1 Kosten- und Leistungsrechnung			1	5
Modulprüfung 460540 Wirtschaftsmathematik und Statistik 1 (Modul G5)					
460541	G5.1 Wirtschaftsmathematik			1	5
Modulprüfung 460550 Wirtschaftsmathematik und Statistik 2 (Modul G6)					
460551	G6.1 Statistik			1	5
Modulprüfung 460560 Wirtschaftsinformatik 1 (Modul G7)					
460561	G7.1 IT im Unternehmen			1	5
Modulprüfung 460570 Volkswirtschaftslehre (Modul G8)					
460571	G8.1 Grundlagen VWL			1	5
Modulprüfung 460580 Recht (Modul G9)					
460581	G9.1 Wirtschaftsprivatrecht			1	4
Modulprüfung 460590 Marketing 1 (Modul G10)					
460591	G10.1 Marketinggrundlagen und Einblicke in die Berufspraxis			1	6
Modulprüfung 460600 Marketing 2 (Modul G11)					
460601	G11.1 Marktforschung und Datenanalyse			1	5
Modulprüfung 460610 Medienmanagement 1 (Modul G12)					
460611	G12.1 Werbliche Kommunikation und Internetökonomie			1	5
					60

2.3. Bachelorvorprüfung

Die Bescheinigung über die bestandene Bachelorvorprüfung enthält die Modulnoten aller in der Tabelle 2 aufgeführten Modulprüfungen. Die Gesamtnote der Bachelorvorprüfung wird aus dem gewogenen arithmetischen Mittel der Modulnoten gebildet, wobei für die einzelnen Noten die Gewichte in der Tabelle 2 (rechte Spalte) festgelegt sind. Alle Prüfungen des Grundstudiums müssen bis zur Ausstellung der Bescheinigung über die bestandene Bachelorvorprüfung gemäß § 22 SPO AT 7-semesterig erbracht worden sein.

3. Hauptstudium

3.1. Die Veranstaltungen des Hauptstudiums sind in der nachfolgenden Tabelle 3 wiedergegeben:

Tabelle 3

Sem.	Lehrveranstaltung					Prüfungs- leistung		Prüfungs- vorleistung		ECTS
	EDV Nr.	Mo- dul- Nr.	Bezeichnung	Art	SWS	Art	Dauer in Min.	Art	Dauer in Min.	
3	460620	H1	Betriebswirtschaftslehre 3							
	460621	H1.1	Investition und Finanzierung	V/Ü	4	1 LK	90			5
	460630	H2	Betriebswirtschaftliche Methoden							
	460631	H2.1	Wissenschaftliches Arbeiten und Projektmanagement	V/Ü	4	1 LKBK	90			5
	460650	H4	Management 1							
	460651	H4.1	Unternehmensführung und Strategisches Management	V/Ü	4	1 LP				5
	460690	H8	Marketing 3							
	460691	H8.1	Strategisches Marketing	V/Ü	2	1 LK	90			3
	460692	H8.2	Marketingkonzeptionen	S	2	1 LR				2
	460730	H12	Medienmanagement 2							
	460731	H12.1	Data-Driven-Marketing und KI-Marketing	V/Ü	4	1 LA				5
	460640	H3	Wirtschaftsinformatik 2							
	460641	H3.1	Datenverarbeitung und Anwen- dungsentwicklung	V/Ü	4	1 LK	90			5
Summe					24	7		1		30

4	460660	H5	Management 2							
	460661	H5.1	Business Simulation und Wirtschaftsentenglisch	PS	8	1 LP				10
	460700	H9	Marketing 4							
	460701	H9.1	Produkt- und Markenmanagement	V/Ü	4	1 LK BK	90			5
	460740	H13	Medienmanagement 3							
	460741	H13.1	E-Business - Technologien und Anwendungen	V/Ü	4	1 LK BR				5
460750			Medienmanagement 4							

	460751	H14.1	Kommunikations- und Cross-Media-Management	V/Ü	4	1 LR				5
	460710	H10	Marketing 5							
	460711	H10.1	Marketing- und Vertriebsrecht	V/Ü	4	1 LK	90			5
Summe					24	5				30

5	460910	P	Praktisches Studiensemester und Praktikantenkolloquium							
	460911	P1.1	Praktisches Studiensemester					1 SA		28
	460912	P1.2	Praktikantenkolloquium	S	2			1 SR		2
Summe					2			2		30

6	460670	H6	Management 3							
	460671	H6.1	Nachhaltige Unternehmensführung	V/Ü	4	1 LKBK	90			5
	460680	H7	Management 4							
	460681	H7.1	International Management	V/Ü	4	1 LKBR				5
	460720	H11	Marketing 6							
	460721	H11.1	Kunden- und Vertriebsmanagement	V/S	4	1 LKBR				5
	460760	H15	Medienmanagement 5							
	460761	H15.1	Medienrecht	V/Ü	4	1 LK	90			4
	460770	H16	Medienmanagement 6							
	460771	H16.1	Digital Marketing	V/S	4	1 LR				5
	460800	W	Wahlpflichtmodul Marketing, Medien, Management und Psychologie							
		W	Wahlleistungen gem. Ziff. 5		4	2				6
Summe					24	7				30

7	460800	W	Wahlpflichtmodul Marketing, Medien, Management und Psychologie							
		W	Wahlleistungen gem. Ziff. 5		6	3				9
	460780	V	Vertiefung Marketing- und Medienmanagement gem. Ziff. 4		5	1				7
	460900	BP	Bachelor Thesis und Bachelorkolloquien							
	460901	BP1	Bachelor Thesis			1 PB				10
	460902	BP2	Disputation			1 PM	20			2
	460903	BP3	Mündliche Bachelorprüfung			1 PM	15			2
Summe					11	7				30
Summe Hauptstudium					85	25		2		150
Summe Gesamt					133	37		2		210

3.2. Modulprüfungen des Hauptstudiums

Die Modulprüfungen der Bachelorprüfung, die zugehörigen Prüfungsleistungen und Prüfungsvorleistungen sowie die Gewichte der Noten der einzelnen Prüfungsleistungen und der Modulnoten sowie der Bachelor Thesis ergeben sich aus nachfolgender Tabelle 4:

Tabelle 4

Prüfungsleistung		Prüfungsvorleistung		Gewicht der Note der Prüfungsleistung	Gewicht der Modulnote und der Bachelorthesis
Nr.	Bezeichnung	Nr.	Bezeichnung		
Modulprüfung 460620 Betriebswirtschaftslehre 3 (Modul H1)					
460621	H1.1 Investition und Finanzierung			1	5
Modulprüfung 460630 Betriebswirtschaftliche Methoden (Modul H2)					
460631	H2.1 Wissenschaftliches Arbeiten und Projektmanagement			1	5
Modulprüfung 460640 Wirtschaftsinformatik 2 (Modul H3)					
460641	H3.1 Datenverarbeitung und Anwendungsentwicklung			1	5
Modulprüfung 460650 Management 1 (Modul H4)					
460651	H4.1 Unternehmensführung und Strategisches Management			1	5
Modulprüfung 460660 Management 2 (Modul H5)					
460661	H5.1 Business Simulation und Wirtschaftsenglisch			1	10
Modulprüfung 460670 Management 3 (Modul H6)					
460671	H6.1 Nachhaltige Unternehmensführung			1	5
Modulprüfung 460680 Management 4 (Modul H7)					
460681	H7.1 International Management			1	5
Modulprüfung 460690 Marketing 3 (Modul H8)					
460691	H8.1 Strategisches Marketing			3	5
460692	H8.2 Marketingkonzeptionen			2	
Modulprüfung 460700 Marketing 4 (Modul H9)					
460701	H9.1 Produkt- und Markenmanagement			1	5
Modulprüfung 460710 Marketing 5 (Modul H10)					
460711	H10.1 Marketing- und Vertriebsrecht			1	5
Modulprüfung 460720 Marketing 6 (Modul H11)					
460721	H11.1 Kunden- und Vertriebsmanagement			1	5
Modulprüfung 460730 Medienmanagement 2 (Modul H12)					
460731	H12.1 Data-Driven-Marketing und KI-Marketing			1	5
Modulprüfung 460740 Medienmanagement 3 (Modul H13)					
460741	H13.1 E-Business - Technologien und Anwendungen			1	5
Modulprüfung 460750 Medienmanagement 4 (Modul H14)					

460751	H14.1 Kommunikations- und Cross-Media-Management			1	5
Modulprüfung 460760 Medienmanagement 5 (Modul H15)					
460761	H15.1 Medienrecht			1	4
Modulprüfung 460770 Medienmanagement 6 (Modul H16)					
460771	H16.1 Digital Marketing			1	5
Modulprüfung 460780 Vertiefung Marketing- und Medienmanagement gemäß Ziff. 4 (Modul V)					
460781	V1 Kommunikations- und Medienmanagement oder			1	7
460782	V2 Produkt- und Kundenmanagement gemäß Ziff. 4				
Modulprüfung 460800 Wahlpflichtmodul Marketing, Medien, Management und Psychologie gemäß Ziff. 5 (Modul W)					
	Wahlleistungen gemäß Ziffer 5			1	15
Modulprüfung 460900 Bachelor Thesis und Bachelorkolloquien (Modul BP)					
460901	BP1 Bachelor Thesis			10	14
460902	BP2 Disputation			2	
460903	BP3 Mündliche Bachelorprüfung			2	
	Summe				120

3.3. Nichtausgleichbare Prüfungsleistungen im Hauptstudium

Die Module „Marketing 3“ (Modul H8) und „Bachelor Thesis und Bachelorkolloquien“ (Modul BP) sind nur dann bestanden, wenn alle vorgesehenen Prüfungsleistungen mit mindestens ausreichend (4,0) bewertet wurden.

3.4. Lehrveranstaltungsübergreifende Prüfungsleistungen sind:

- 460902 BP2 Disputation: Verteidigung der Bachelorthesis
- 460903 BP3 Mündliche Bachelorprüfung (Prüfungsgegenstand regelt Ziff. 3.8)

3.5. Praktisches Studiensemester

Im praktischen Studiensemester sollen die Studierenden ihr bisher erarbeitetes Wissen anwenden. Darüber hinaus sollen praktische Erfahrungen für die im Laufe des Studiums zu wählende Vertiefungsrichtung und/ oder die Bachelor Thesis gewonnen werden. Inhalt des praktischen Studiensemesters ist es, in einem (oder mehreren) ausgewählten betrieblichen Funktionsbereich(en) qualifizierte Arbeit zu leisten. Die Mitarbeit an speziellen Projekten wird empfohlen.

3.6 Besondere Regelungen für PLUS Studienmodelle während der Vertragslaufzeit zwischen der Kooperationsfirma und dem Studierenden

Studierende, die eines der Studienmodelle aus dem Angebot „Studium PLUS“ der Hochschule Heilbronn gewählt haben, sind verpflichtet in den vorlesungsfreien Zeiten, ausgenommen den Prüfungszeiten, zusätzliche Praxisanteile in ihrer Kooperationsfirma abzuleisten. Der gesetzliche Urlaubsanspruch bleibt davon unberührt. Die Inhalte dieser Praxisanteile sind zwischen der Kooperationsfirma und der Hochschule abzustimmen.

3.7. Zulassungsvoraussetzungen

Zulassungsvoraussetzungen für einzelne Prüfungen, das praktische Studiensemester, die mündliche Bachelorprüfung und die Bachelor Thesis sind in der Tabelle 5 aufgeführt. Die Prüfungs- und Prüfungsleistungen des Hauptstudiums müssen bis zur Ausstellung des Bachelorzeugnisses erbracht werden.

Tabelle 5

Fachprüfung			Zulassungsvoraussetzung		
EDV-Nr.	Modul-Nr.	Bezeichnung	EDV-Nr.	Modul-Nr.	Bezeichnung
460910	P	Praktisches Studiensemester und Praktikantenkolloquium			• Erfolgreich absolviertes Grundstudium. • Die Prüfungen der Semester 3 – 4 sollen erfolgreich abgelegt sein. Hierüber entscheidet die/der Praktikantenamtsleiter*in.
460721	H11.1	Kunden- und Vertriebsmanagement	460910	P	Praktisches Studiensemester und Praktikantenkolloquium
460771	H16.1	Digital Marketing			
460780	V	Vertiefung Marketing- und Medienmanagement			
460901	BP1	Bachelor Thesis			
460902	BP2	Disputation			
460903	BP3	Mündliche Bachelorprüfung			

3.8. Mündliche Bachelorprüfung

Gegenstand der mündlichen Bachelorprüfung sind die Module H9, H11, H14, H16 und V. Die Dauer der mündlichen Bachelorprüfung beträgt je Kandidat*in 15 Minuten. Zur mündlichen Bachelorprüfung können sich die Studierenden frühestens im sechsten Semester anmelden. Die mündliche Bachelorprüfung wird von zwei Prüfern abgenommen.

3.9. Bachelorprüfung

Das Bachelorzeugnis enthält die Modulnoten aller in Tabelle 4 aufgeführten Modulprüfungen einschließlich der Bachelor Thesis.

Die Note des Moduls ist das gewogene arithmetische Mittel aus den Noten der Prüfungsleistungen in den zur jeweiligen Modulprüfung gehörenden Lehrveranstaltungen. Dabei wird die Note einer Prüfungsleistung mit den in Tabelle 4 enthaltenen Gewichten gewichtet.

Die Gesamtnote des Bachelorzeugnisses wird aus dem gewogenen arithmetischen Mittel der Modulnoten einschließlich der Note der Bachelor Thesis gebildet, wobei für die einzelnen Noten die Gewichte in Tabelle 4 (rechte Spalte) festgelegt sind.

4. Vertiefung Marketing- und Medienmanagement (V)

Im Modul „Vertiefung Marketing- und Medienmanagement“ wählen die Studierenden gemäß der Tabelle 6 zwischen dem:

- Praxisseminar Kommunikations- und Medienmanagement (MDM) oder dem
- Praxisseminar Produkt- und Kundenmanagement (PKM).

Tabelle 6

Sem.	Lehrveranstaltung					Prüfungsleistung		Prüfungsvorleistung		ECTS
	EDV Nr.	Modul-Nr.	Bezeichnung	Art	SWS	Art	Dauer in Min.	Art	Dauer in Min.	
	460780	V	Vertiefung Marketing und Medienmanagement							7
7	460781	V1	Praxisseminar: Kommunikations- und Medienmanagement Ausblicke in die Berufspraxis	S	5	1 LR				(7)
Summe					5	1				7
	460780	V	Vertiefung Marketing und Medienmanagement							7
7	460782	V2	Praxisseminar: Produkt- und Kundenmanagement Ausblicke in die Berufspraxis	S	5	1 LKBR				(7)
Summe					5	1				7

5. Wahlpflichtmodul Marketing, Medien, Management und Psychologie (W)

5.1. Die Studierenden wählen zur Erfüllung der Prüfungsleistungen des Wahlpflichtmoduls aus der nachstehenden Tabelle 7 frei kombinierbar Wahlleistungen mit einem Gesamtumfang von 15 ECTS.

5.2. Dabei können die Wahlleistungen auch aus Wahlfachkatalogen anderer betriebswirtschaftlicher Studiengänge an der Hochschule Heilbronn gewählt werden. Die Wahlleistungen werden innerhalb des Moduls nach ECTS gewichtet.

Tabelle 7

Lehrveranstaltung				Prüfungsleistung		ECTS
EDVNr.	Bezeichnung	Art	Umfang in SWS	Art	Dauer	
460801	Digital Marketing	S	2	LR		3
460802	Business Intelligence	S	2	LR		3
460803	Marketing Intelligence	S	2	LA		3
460804	Aktuelle Themen in E-Business und E-Commerce	S	2	LR		3
460805	Mediendesign	S	2	LR		3

460806	Medienproduktion	S	2	LR		3
460807	Mediaplanung	S	2	LR		3
460808	Data Driven Marketing	S	2	LR		3
460809	Ausgewählte Kapitel Kommunikation	S	2	LR		3
460810	Rhetorik und Moderationstechnik	S	2	LR		3
460811	Wirtschafts- und Unternehmensethik	S	2	LR		3
460812	Intercultural Communication	S	2	LKBR		3
460813	International Business Negotiations	S	2	LKBR		3
460814	International Field Trip	S	2	LR		3
460815	International Business Case Studies	S	2	LKBR		3
460816	Topics in International Management	S	2	LKBR		3
460817	Topics in Management and Leadership	S	2	LR		3
460818	Produktentwicklungsprojekt	S	2	LR		3
460819	Fallstudien Marketing und Vertrieb	S	2	LR		3
460820	International Marketing Week	S	2	LKBR		3
460821	Marketing Simulation	S	2	LR		3
460822	Konzeption und Entwicklung eines Wer- bespots	S	2	LR		3
460823	Kampagnenkreation mit KI	S	2	LR		3
460824	Aktuelle Aspekte der Markt- und Wer- bepsychologie	S	2	LKBR		3
460825	Theorie-Praxis-Projekt Markt- und Wer- bepsychologie	S	2	LA		3
460826	Werbewirkungsforschung	S	2	LR		3
460827	Customer Touchpoint Management	S	2	LR		3

6. Inkrafttreten

Diese Studien- und Prüfungsordnung tritt mit Wirkung zum 1. September 2026 in Kraft und gilt für Studierende, die zum Wintersemester 2026 / 2027 erstmals für den Studiengang immatrikuliert sind.

Heilbronn, den 12. November 2025

gezeichnet:

Prof. Dr.-Ing. Oliver Lenzen
Rektor

Die Prüfungsordnung wird hiermit, gemäß Bekanntmachungssatzung der Hochschule Heilbronn vom 28. Juni 2017, öffentlich bekannt gemacht.

Heilbronn, den 12. November 2025

Für das Prorektorat Studium und Lehre

gezeichnet:

Prof. Dr. Ulrich Brecht