

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.	Mo- dul- Nr.	Bezeichnung	Art	SWS	Art	Dauer in Min.	Art	Dauer in Min.	
1	440000	G1	Grundlagen und Methodik der Betriebswirtschaftslehre							
	440001	G1.1	Betriebswirtschaftslehre 1	V/Ü	4	1 LK	90			5
	440070	G8	Volkswirtschaftslehre							
	440071	G8.1	Grundlagen VWL	V/Ü	4	1 LK	90			5
	440020	G3	Externes Rechnungswesen							
	440021	G3.1	Buchführung und Bilanzierung	V/Ü	4	1 LK	90			5
	440040	G5	Wirtschaftsmathematik und Statistik 1							
	440041	G5.1	Wirtschaftsmathematik	V/Ü	4	1 LKBK	90			5
	440080	G9	Recht							
	440081	G9.1	Wirtschaftsprivatrecht	V/Ü	4	1 LK	90			4
	440090	G10	Marketing 1							
440091	G10.1	Marketinggrundlagen und Einblicke in die Berufspraxis	V/Ü	4	1 LK	90			6	
Summe					24	6			30	

2	440010	G2	Betriebswirtschaftslehre Vertiefungen							
	440011	G2.1	Betriebswirtschaftslehre 2	V/Ü	4	1 LP				5
	440030	G4	Internes Rechnungswesen							
	440031	G4.1	Kosten- und Leistungsrechnung	V/Ü	4	1 LK	90			5
	440050	G6	Wirtschaftsmathematik und Statistik 2							
	440051	G6.1	Statistik	V/Ü	4	1 LKBK	90			5
	440100	G11	Marketing 2							
	440101	G11.1	Marktforschung und Datenana-lyse	V/Ü	4	1 LP				5
	440110	G12	Medienmanagement 1							
	440111	G12.1	Werbliche Kommunikation und Internetökonomie	V/Ü	4	1 LKBK	90			5
	440060	G7	Wirtschaftsinformatik 1							
	440061	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 440000 Grundlagen und Methodik der Betriebswirtschaftslehre (Modul G1)					
440001	G1.1 Betriebswirtschaftslehre 1			1	5
Modulprüfung 440010 Betriebswirtschaftslehre Vertiefungen (Modul G2)					
440011	G2.1 Betriebswirtschaftslehre 2			1	5
Modulprüfung 440020 Externes Rechnungswesen (Modul G3)					
440021	G3.1 Buchführung und Bilanzierung			1	5
Modulprüfung 440030 Internes Rechnungswesen (Modul G4)					
440031	G4.1 Kosten- und Leistungsrechnung			1	5
Modulprüfung 440040 Wirtschaftsmathematik und Statistik 1 (Modul G5)					
440041	G5.1 Wirtschaftsmathematik			1	5
Modulprüfung 440050 Wirtschaftsmathematik und Statistik 2 (Modul G6)					
440051	G6.1 Statistik			1	5
Modulprüfung 440060 Wirtschaftsinformatik 1 (Modul G7)					
440061	G7.1 IT im Unternehmen			1	5
Modulprüfung 440070 Volkswirtschaftslehre (Modul G8)					
440071	G8.1 Grundlagen VWL			1	5
Modulprüfung 440080 Recht (Modul G9)					
440081	G9.1 Wirtschaftsprivatrecht			1	4
Modulprüfung 440090 Marketing 1 (Modul G10)					
440091	G10.1 Marketinggrundlagen und Einblicke in die Berufspraxis			1	6
Modulprüfung 440100 Marketing 2 (Modul G11)					
440101	G11.1 Marktforschung und Datenanalyse			1	5
Modulprüfung 440110 Medienmanagement 1 (Modul G12)					
440111	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	440120	H1	Betriebswirtschaftslehre 3							
	440121	H1.1	Investition und Finanzierung	V/Ü	4	1 LK	90			5
	440130	H2	Betriebswirtschaftliche Methoden							
	440131	H2.1	Wissenschaftliches Arbeiten und Projektmanagement	V/Ü	4	1 LKBK	90			5
	440150	H4	Management 1							
	440151	H4.1	Unternehmensführung und Strategisches Management	V/Ü	4	1 LP				5
	440190	H8	Marketing 3							
	440191	H8.1	Strategisches Marketing	V/Ü	2	1 LK	90			3
	440192	H8.2	Marketingkonzeptionen	S	2	1 LR				2
	440230	H12	Medienmanagement 2							
	440231	H12.1	Data-Driven-Marketing und KI-Marketing	V/Ü	4	1 LA				5
	440140	H3	Wirtschaftsinformatik 2							
	440141	H3.1	Datenverarbeitung und Anwen- dungsentwicklung	V/Ü	4	1 LK	90			5
Summe					24	7		1		30

4	440160	H5	Management 2							
	440161	H5.1	Business Simulation und Wirtschaftsenglisch	PS	8	1 LP				10
	440200	H9	Marketing 4							
	440201	H9.1	Produkt- und Markenmanagement	V/Ü	4	1 LK BK	90			5
	440240	H13	Medienmanagement 3							
	440241	H13.1	E-Business - Technologien und Anwendungen	V/Ü	4	1 LK BR				5
	440250	H14	Medienmanagement 4							

	440251	H14.1	Kommunikations- und Cross-Media-Management	V/Ü	4	1 LR				5
	440210	H10	Marketing 5							
	440211	H10.1	Marketing- und Vertriebsrecht	V/Ü	4	1 LK	90			5
Summe					24	5				30

5	440410	P	Praktisches Studiensemester und Praktikantenkolloquium							
	440411	P1.1	Praktisches Studiensemester					1 SA		28
	440412	P1.2	Praktikantenkolloquium	S	2			1 SR		2
Summe					2			2		30

6	440170	H6	Management 3							
	440171	H6.1	Nachhaltige Unternehmensführung	V/Ü	4	1 LKBK	90			5
	440180	H7	Management 4							
	440181	H7.1	International Management	V/Ü	4	1 LKBR				5
	440220	H11	Marketing 6							
	440221	H11.1	Kunden- und Vertriebsmanagement	V/S	4	1 LKBR				5
	440260	H15	Medienmanagement 5							
	440261	H15.1	Medienrecht	V/Ü	4	1 LK	90			4
	440270	H16	Medienmanagement 6							
	440271	H16.1	Digital Marketing	V/S	4	1 LR				5
	440300	W	Wahlpflichtmodul Marketing, Medien, Management und Psychologie							
		W	Wahlleistungen gem. Ziff. 5		4	2				6
Summe					24	7				30

7	440300	W	Wahlpflichtmodul Marketing, Medien, Management und Psychologie							
		W	Wahlleistungen gem. Ziff. 5		6	3				9
	440280	V	Vertiefung Marketing- und Medienmanagement gem. Ziff. 4		5	1				7
	440400	BP	Bachelorthesis und Bachelorkolloquien							
	440401	BP1	Bachelor Thesis			1 PB				10
	440402	BP2	Disputation			1 PM	20			2
	440403	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 440120 Betriebswirtschaftslehre 3 (Modul H1)					
440121	H1.1 Investition und Finanzierung			1	5
Modulprüfung 440130 Betriebswirtschaftliche Methoden (Modul H2)					
440131	H2.1 Wissenschaftliches Arbeiten und Projektmanagement			1	5
Modulprüfung 440140 Wirtschaftsinformatik 2 (Modul H3)					
440141	H3.1 Datenverarbeitung und Anwendungsentwicklung			1	5
Modulprüfung 440150 Management 1 (Modul H4)					
440151	H4.1 Unternehmensführung und Strategisches Management			1	5
Modulprüfung 440160 Management 2 (Modul H5)					
440160	H5.1 Business Simulation und Wirtschaftsenglisch			1	10
Modulprüfung 440170 Management 3 (Modul H6)					
440171	H6.1 Nachhaltige Unternehmensführung			1	5
Modulprüfung 440180 Management 4 (Modul H7)					
440181	H7.1 International Management			1	5
Modulprüfung 440190 Marketing 3 (Modul H8)					
440191	H8.1 Strategisches Marketing			3	5
440192	H8.2 Marketingkonzeptionen			2	
Modulprüfung 440200 Marketing 4 (Modul H9)					
440201	H9.1 Produkt- und Markenmanagement			1	5
Modulprüfung 440210 Marketing 5 (Modul H10)					
440211	H10.1 Marketing- und Vertriebsrecht			1	5
Modulprüfung 440220 Marketing 6 (Modul H11)					
440221	H11.1 Kunden- und Vertriebsmanagement			1	5
Modulprüfung 440230 Medienmanagement 2 (Modul H12)					
440231	H12.1 Data-Driven-Marketing und KI-Marketing			1	5
Modulprüfung 440240 Medienmanagement 3 (Modul H13)					
440241	H13.1 E-Business - Technologien und Anwendungen			1	5
Modulprüfung 440250 Medienmanagement 4 (Modul H14)					

440251	H14.1 Kommunikations- und Cross-Media-Management			1	5
Modulprüfung 440260 Medienmanagement 5 (Modul H15)					
440261	H15.1 Medienrecht			1	4
Modulprüfung 440270 Medienmanagement 6 (Modul H16)					
440271	H16.1 Digital Marketing			1	5
Modulprüfung 440280 Vertiefung Marketing- und Medienmanagement gemäß Ziff. 4 (Modul V)					
440281	V1 Kommunikations- und Medienmanagement oder V2 Produkt- und Kundenmanagement gemäß Ziff. 4			1	7
440282					
Modulprüfung 440300 Wahlpflichtmodul Marketing, Medien, Management und Psychologie gemäß Ziff. 5 (Modul W)					
	Wahlleistungen gemäß Ziffer 5			1	15
Modulprüfung 440400 Bachelorthesis und Bachelorkolloquien (Modul BP)					
440401	BP1 Bachelor Thesis			10	14
440402	BP2 Disputation			2	
440403	BP3 Mündliche Bachelorprüfung			2	
	Summe				120

3.3. Nichtausgleichbare Prüfungsleistungen im Hauptstudium

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

3.4. Lehrveranstaltungsübergreifende Prüfungsleistungen sind:

- 440402 BP2 Disputation: Verteidigung der Bachelorthesis
- 440403 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 Prüfungsvorleistungen des Hauptstudiums müssen bis zur Ausstellung des Bachelorzeugnisses erbracht werden.

Tabelle 5

Fachprüfung			Zulassungsvoraussetzung		
EDV-Nr.	Modul-Nr.	Bezeichnung	EDV-Nr.	Modul-Nr.	Bezeichnung
440410	P	Praktisches Studiensemester und Praktikantenkolloquium			<ul style="list-style-type: none"> Erfolgreich absolviertes Grundstudium. Die Prüfungen der Semester 3 – 4 sollen erfolgreich abgelegt sein. Hierüber entscheidet die/der Praktikantenamtsleiter*in.
440221	H11.1	Kunden- und Vertriebsmanagement	440410	P	Praktisches Studiensemester und Praktikantenkolloquium
440271	H16.1	Digital Marketing			
440280	V	Vertiefung Marketing- und Medienmanagement			
440401	BP1	Bachelor Thesis			
440402	BP2	Disputation			
440403	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.	
	440280	V	Vertiefung Marketing und Medienmanagement							7
7	440281	V1	Praxisseminar: Kommunikations- und Medienmanagement Ausblicke in die Berufspraxis	S	5	1 LR				(7)
Summe					5	1				7
	440280	V	Vertiefung Marketing und Medienmanagement							7
7	440282	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	
440401	Digital Marketing	S	2	LR		3
440402	Business Intelligence	S	2	LR		3
440403	Marketing Intelligence	S	2	LA		3
440404	Aktuelle Themen in E-Business und E-Commerce	S	2	LR		3
440405	Mediendesign	S	2	LR		3

440406	Medienproduktion	S	2	LR		3
440407	Mediaplanung	S	2	LR		3
440408	Data Driven Marketing	S	2	LR		3
440409	Ausgewählte Kapitel Kommunikation	S	2	LR		3
440410	Rhetorik und Moderationstechnik	S	2	LR		3
440411	Wirtschafts- und Unternehmensethik	S	2	LR		3
440412	Intercultural Communication	S	2	LKBR		3
440413	International Business Negotiations	S	2	LKBR		3
440414	International Field Trip	S	2	LR		3
440415	International Business Case Studies	S	2	LKBR		3
440416	Topics in International Management	S	2	LKBR		3
440417	Topics in Management and Leadership	S	2	LR		3
440418	Produktentwicklungsprojekt	S	2	LR		3
440419	Fallstudien Marketing und Vertrieb	S	2	LR		3
440420	International Marketing Week	S	2	LKBR		3
440421	Marketing Simulation	S	2	LR		3
440422	Konzeption und Entwicklung eines Wer- bespots	S	2	LR		3
440423	Kampagnenkreation mit KI	S	2	LR		3
440424	Aktuelle Aspekte der Markt- und Wer- bepsychologie	S	2	LKBR		3
440425	Theorie-Praxis-Projekt Markt- und Wer- bepsychologie	S	2	LA		3
440426	Werbewirkungsforschung	S	2	LR		3
440427	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 Studienprüfungsordnung 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