

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

§ ...

Studien- und Prüfungsordnung

Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft, Marketingmanagement und Konsumentenpsychologie (BMK)

SPO 1

HOCHSCHULE HEILBRONN

Technik – Wirtschaft – Informatik

gültig ab 1. September 2026

§ ... Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft, Marketingmanagement und Konsumentenpsychologie (BMK)

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.) sowie die Wahlfächer (4.). 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-semestrig.

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					Prüfungsleistung		Prüfungsvorleistung		ECTS		
	EDV Nr.	Modul-Nr.	Bezeichnung	Art	SWS	Art	Dauer in Min.	Art	Dauer in Min.			
1	440500	G1	Grundlagen und Methodik der Betriebswirtschaftslehre									
	440501	G1.1	Betriebswirtschaftslehre 1	V/Ü	4	1 LK	90			5		
	440570	G8	Volkswirtschaftslehre									
	440571	G8.1	Grundlagen VWL	V/Ü	4	1 LK	90			5		
	440520	G3	Externes Rechnungswesen									
	440521	G3.1	Buchführung und Bilanzierung	V/Ü	4	1 LK	90			5		
	440540	G5	Wirtschaftsmathematik und Statistik 1									
	440541	G5.1	Wirtschaftsmathematik	V/Ü	4	1 LKBK	90			5		
	440580	G9	Recht									
	440581	G9.1	Wirtschaftsprivatrecht	V/Ü	4	1 LK	90			4		
	440590	G10	Marketing 1									
	440591	G10.1	Marketinggrundlagen und Einblicke in die Berufspraxis	V/Ü	4	1 LK	90			6		
Summe					24	6				30		
2	440510	G2	Betriebswirtschaftslehre Vertiefungen									
	440511	G2.1	Betriebswirtschaftslehre 2	V/Ü	4	1 LP				5		
	440530	G4	Internes Rechnungswesen									
	440531	G4.1	Kosten- und Leistungsrechnung	V/Ü	4	1 LK	90			5		
	440550	G6	Wirtschaftsmathematik und Statistik 2									
	440551	G6.1	Statistik	V/Ü	4	1 LKBK	90			5		
	440600	G11	Marketing 2									
	440601	G11.1	Marktforschung und Datenanalyse	V/Ü	4	1 LP				5		
	440610	G12	Psychologie 1									
	440611	G12.1	Allgemeine Psychologie	V/Ü	4	1 LK	90			5		
	440560	G7	Wirtschaftsinformatik 1									
	440561	G7.1	IT im Unternehmen	V/Ü	4	1 LK	90			5		
Summe					24	6				30		
Summe Grundstudium					48	12				60		

2.2. Module und Prüfungen des Grundstudiums

Die Module und Prüfungen 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 440500 Grundlagen und Methodik der Betriebswirtschaftslehre (Modul G1)					
440501	G1.1 Betriebswirtschaftslehre 1			1	5
Modulprüfung 440510 Betriebswirtschaftslehre Vertiefungen (Modul G2)					
440511	G2.1 Betriebswirtschaftslehre 2			1	5
Modulprüfung 440520 Externes Rechnungswesen (Modul G3)					
440521	G3.1 Buchführung und Bilanzierung			1	5
Modulprüfung 440530 Internes Rechnungswesen (Modul G4)					
440531	G4.1 Kosten- und Leistungsrechnung			1	5
Modulprüfung 440540 Wirtschaftsmathematik und Statistik 1 (Modul G5)					
440541	G5.1 Wirtschaftsmathematik			1	5
Modulprüfung 440550 Wirtschaftsmathematik und Statistik 2 (Modul G6)					
440551	G6.1 Statistik			1	5
Modulprüfung 440560 Wirtschaftsinformatik 1 (Modul G7)					
440561	G7.1 IT im Unternehmen			1	5
Modulprüfung 440570 Volkswirtschaftslehre (Modul G8)					
440571	G8.1 Grundlagen VWL			1	5
Modulprüfung 440580 Recht (Modul G9)					
440581	G9.1 Wirtschaftsprivatrecht			1	4
Modulprüfung 440590 Marketing 1 (Modul G10)					
440591	G10.1 Marketinggrundlagen und Einblicke in die Berufspraxis			1	6
Modulprüfung 440600 Marketing 2 (Modul G11)					
440601	G11.1 Marktforschung und Datenanalyse			1	5
Modulprüfung 440610 Psychologie 1 (Modul G12)					
440611	G12.1 Allgemeine Psychologie			1	5
					60

2.3. Bachelorvorprüfung

Die Bescheinigung über die bestandene Bachelorvorprüfung enthält die Modulnoten aller in der Tabelle 2 aufgeführten Prüfungen. 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 Prüfungsleistungen des Grundstudiums müssen bis zur Ausstellung der Bescheinigung über die bestandene Bachelorvorprüfung gemäß § 22 SPO AT 7-semestrig erbracht worden sein.

3. Hauptstudium

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

Tabelle 3

Sem.	Lehrveranstaltung					Prüfungsleistung		Prüfungs-vorleistung		ECTS		
	EDV-Nr.	Modul-Nr.	Bezeichnung	Art	SWS	Art	Dauer in Min.	Art	Dauer in Min.			
3	440620	H1	Betriebswirtschaftslehre 3									
	440621	H1.1	Investition und Finanzierung	V/Ü	4	1 LK	90			5		
	440630	H2	Betriebswirtschaftliche Methoden									
	440631	H2.1	Wissenschaftliches Arbeiten und Projektmanagement	V/Ü	4	1 LKBK	90			5		
	440650	H4	Management 1									
	440651	H4.1	Unternehmensführung und Strategisches Management	V/Ü	4	1 LP				5		
	440760	H15	Methoden der Markt- und Konsumentenpsychologie									
	440761	H15.1	Test- und Fragebogenkonstruktion, Eyetracking	V/Ü	4	1 LA				5		
	440730	H12	Psychologie 2									
	440731	H12.1	Sozialpsychologie	V/Ü	4	1 LKBK	90			5		
	440640	H3	Wirtschaftsinformatik 2									
	440641	H3.1	Datenverarbeitung und Anwendungsentwicklung	V/Ü	4	1 LK	90			5		
Summe					24	6		1	30			

4	440660	H5	Management 2							
	440661	H5.1	Business Simulation und Wirtschaftsenglisch	PS	8	1 LP				10
	440690	H8	Marketing 3							
	440691	H8.1	Strategisches Marketing	V/Ü	2	1 LK	90			3
	440692	H8.2	Marketingkonzeptionen	S	2	1 LR				2
	440700	H9	Marketing 4							
	440701	H9.1	Marken- und Customer-Experience-Management	V/Ü	4	1 LP				5
	440740	H13	Psychologie 3							

	440741	H13.1	Markt- und Werbepsychologie	V/Ü	4	1 LKBK	90			5
	440770	H16	Kommunikation und Werbung							
	440771	H16.1	Werbung und Werbewirkung	V/Ü	4	1 LK	90			5
	Summe				24	5				30

5	440910	P	Praktisches Studiensemester und Praktikantenkolloquium							
	440911	P1.1	Praktisches Studiensemester					1 SA		28
	440912	P1.2	Praktikantenkolloquium	S	2			1 SR		2
	Summe				2			2		30

6	440670	H6	Management 3							
	440671	H6.1	Nachhaltige Unternehmensführung	V/Ü	4	1 LKBK	90			5
	440680	H7	Management 4							
	440681	H7.1	International Management	V/Ü	4	1 LKBR				5
	440710	H10	Marketing 5							
	440711	H10.1	Digital Marketing	V/S	4	1 LR				5
	440720	H11	Marketing 6							
	440721	H11.1	Marketing- und Vertriebsrecht	V/Ü	4	1 LK	90			5
	440750	H14	Psychologie 4							
	440751	H14.1	Labor	V/S	4	1 LA				4
	440800	W	Wahlpflichtmodul Marketing, Medien, Management und Psychologie							
			Wahlleistungen gem. Ziff. 4		4	2				6
	Summe				24	7				30

7	440800	W	Wahlpflichtmodul Marketing, Medien, Management und Psychologie							
			Wahlleistungen gem. Ziff. 4		6	3				9
	440780	H17	Konsumentenpsychologie							
	440781	H17.1	Konsumentenpsychologie und Ausblicke in die Berufspraxis	S	5	1 LKBR				7
	440900	BP	Bachelorthesis und Bachelorkolloquien							
	440901	BP1	Bachelor Thesis			1 PB				10
	440902	BP2	Disputation			1 PM	20			2
	440903	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. Module des Hauptstudiums

Die Module der Bachelorprüfung, die zugehörigen Prüfungsleistungen und Prüfungsvorleistungen sowie die Gewichte der Noten der einzelnen Prüfungsleistungen und der Modulnoten einschließlich 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 440620 Betriebswirtschaftslehre 3 (Modul H1)					
440620	H1.1 Investition und Finanzierung			1	5
Modulprüfung 440630 Betriebswirtschaftliche Methoden (Modul H2)					
440631	H2.1 Wissenschaftliches Arbeiten und Projektmanagement			1	5
Modulprüfung 440640 Wirtschaftsinformatik 2 (Modul H3)					
440641	H3.1 Datenverarbeitung und Anwendungsentwicklung			1	5
Modulprüfung 440650 Management 1 (Modul H4)					
440651	H4.1 Unternehmensführung und Strategisches Management			1	5
Modulprüfung 440660 Management 2 (Modul H5)					
440661	H5.1 Business Simulation und Wirtschaftsenglisch			1	10
Modulprüfung 440670 Management 3 (Modul H6)					
440671	H6.1 Nachhaltige Unternehmensführung			1	5
Modulprüfung 440680 Management 4 (Modul H7)					
440681	H7.1 International Management			1	5
Modulprüfung 440690 Marketing 3 (Modul H8)					
440691	H8.1 Strategisches Marketing			3	5
440692	H8.2 Marketingkonzeptionen			2	
Modulprüfung 440700 Marketing 4 (Modul H9)					
440701	H9.1 Marken- und Customer-Experience-Management			1	5
Modulprüfung 440710 Marketing 5 (Modul H10)					
440711	H10.1 Digital Marketing			1	5
Modulprüfung 440720 Marketing 6 (Modul H11)					
440721	H11.1 Marketing- und Vertriebsrecht			1	5
Modulprüfung 440730 Psychologie 2 (Modul H12)					
440731	H12.1 Sozialpsychologie			1	5
Modulprüfung 440740 Psychologie 3 (Modul H13)					
440741	H13.1 Markt- und Werbepsychologie			1	5
Modulprüfung 440750 Psychologie 4 (Modul H14)					
440751	H14.1 Labor			1	4

Modulprüfung 440760 Methoden der Markt- und Konsumentenpsychologie (Modul H15)					
440761	H15.1 Test- und Fragebogenkonstruktion, Eye-Tracking			1	5
Modulprüfung 440770 Kommunikation und Werbung (Modul H16)					
440771	H16.1 Werbung und Werbewirkung			1	5
Modulprüfung 440780 Konsumentenpsychologie					
440781	H17.1 Konsumentenpsychologie und Ausblicke in die Berufspraxis			1	7
Modulprüfung 440800 Wahlpflichtmodul Marketing, Medien, Management und Psychologie gemäß Ziff. 4 (Modul W)					
	Wahlleistungen gemäß Ziff. 4			1	15
Modulprüfung 440900 Bachelorthesis und Bachelorkolloquien (Modul BP)					
440901	BP1 Bachelor Thesis			10	14
440902	BP2 Disputation			2	
440903	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:

- 440902 BP2 Disputation: Verteidigung der Thesis
- 440903 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 Markt- und Konsumentenpsychologie 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 Urlaubanspruch 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
440910	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.
440711 440751 440781 440901 440902 440903	H10.1 H14.1 H17.1 BP1 BP2 BP3	Digital Marketing Labor Konsumentenpsychologie und Ausblicke in die Berufspraxis Bachelor Thesis Disputation Mündliche Bachelorprüfung	440910	P	Praktisches Studiensemester und Praktikantenkolloquium

3.8. Mündliche Bachelorprüfung

Gegenstand der mündlichen Bachelorprüfung sind die Module H9, H10, H13, H16 und H17. 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 Prüfungs- und Modulnoten aller in Tabelle 4 aufgeführten Prüfungen einschließlich der Bachelor Thesis.

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

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

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

4.1. Die Studierenden wählen zur Erfüllung der Prüfungsleistungen des Wahlpflichtmoduls im 6. und 7. Semester aus der nachstehenden Tabelle 7 frei kombinierbar Wahlleistungen mit einem Gesamtumfang von mindestens 15 ECTS.

4.2. 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
EDV Nr.	Bezeichnung	Art	Umfang in SWS	Art	Dauer	
440801	Digital Marketing	S	2	LR		3
440802	Business Intelligence	S	2	LR		3
440803	Marketing Intelligence	S	2	LA		3
440804	Aktuelle Themen in E-Business und E-Commerce	S	2	LR		3
440805	Mediendesign	S	2	LR		3
440806	Medienproduktion	S	2	LR		3
440807	Mediaplanung	S	2	LR		3
440808	Data Driven Marketing	S	2	LR		3
440809	Ausgewählte Kapitel Kommunikation	S	2	LR		3
440810	Rhetorik und Moderationstechnik	S	2	LR		3
440811	Wirtschafts- und Unternehmensethik	S	2	LR		3
440812	Intercultural Communication	S	2	LKBR		3
440813	International Business Negotiations	S	2	LKBR		3
440814	International Field Trip	S	2	LR		3
440815	International Business Case Studies	S	2	LKBR		3
440816	Topics in International Management	S	2	LKBR		3
440817	Topics in Management and Leadership	S	2	LR		3
440818	Produktentwicklungsprojekt	S	2	LR		3
440819	Fallstudien Marketing und Vertrieb	S	2	LR		3
440820	International Marketing Week	S	2	LKBR		3
440821	Marketing Simulation	S	2	LR		3
440822	Konzeption und Entwicklung eines Werbespots	S	2	LR		3

440823	Kampagnenkreation mit KI	S	2	LR		3
440824	Aktuelle Aspekte der Markt- und Werbe-psychologie	S	2	LKBR		3
440825	Theorie-Praxis-Projekt Markt- und Werbe-psychologie	S	2	LA		3
440826	Werbewirkungsforschung	S	2	LR		3
440827	Customer Touchpoint Management	S	2	LR		3

5. Inkrafttreten

Diese Studien- und Prüfungsordnung tritt mit Wirkung zum 1. September 2026 in Kraft.

Heilbronn, den 12. November 2025

gezeichnet:

Prof. Dr.-Ing. Oliver Lenzen
Rektor

Die 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