

Nachstehende Studien- und Prüfungsordnung
wurde geprüft und in der 451. Sitzung des Senats
am 29. Januar 2025 verabschiedet.

Nur diese Studien- und Prüfungsordnung ist daher
verbindlich!

Prof. Dr. Ulrich Brecht
Prorektor für
Studium und Lehre

Studien- und Prüfungsordnung

B. Besonderer Teil

§ 72

Bachelorstudiengang Global Digital Marketing and Sales (GDM) SPO 01

1. Studienaufbau

1.1 Aufbau und Zweck des Studiums

Der Bachelorstudiengang besteht aus drei Ausbildungssäulen, die den Studierenden eine optimale Ausbildung und Vorbereitung für die Praxis bieten. Mit der Säule „General Management“ werden die Studierenden in die Betriebswirtschaft eingeführt und erwerben betriebswirtschaftliches Basiswissen. Die in der Säule „General Sales Management“ erlernten Kenntnisse befähigen die Absolventen zur Konzeption innovativer Marketing- und Vertriebsstrukturen und -abläufe in Unternehmen.

In der Säule „Digital Marketing“ findet sich Studieninhalte, um branchenspezifische Anforderungen und Rahmenbedingungen unternehmensinterner, unternehmensexterner Art sowie die produktbezogenen Anforderungen, die an die digitale internationale Marketing- und Vertriebsseinheiten von Unternehmen gestellt werden, berücksichtigen zu können: In den Wahlpflichtfächern (Elective Courses/EC) erwerben die Studierenden neue Sprachkenntnisse bis zur Stufe B1/B2 und können je nach Vorkenntnis aus zwei Sprachen Deutsch (als Fremdsprache) oder Spanisch wählen. Die Auswahl der Wahlpflichtfächer zum Erlernen der deutschen Sprache ist für diejenigen Studierenden nicht möglich, die ein Zeugnis eines deutschsprachigen Abschlusses oder ein sonstiges deutschsprachiges Hochschulzugangsberechtigungsäquivalent zur Studiengangzulassung vorgelegt haben. Die Auswahl der Wahlfächer zum Erlernen der Sprache Spanisch ist für diejenigen Studierenden nicht möglich, die ein Zeugnis eines spanischsprachigen Abschlusses zur Studiengangzulassung vorlegen. Systemseitig wird die Sprachvoraussetzung durch den Fachbereich durch eine unbenotete zusätzliche Studienleistung vor Studienbeginn hinterlegt.

Nach erfolgreichem Abschluss des Bachelorstudiums steht den Absolventen aufgrund der an Schlüsselqualifikationen orientierten Ausbildung ein breites Spektrum an Einsatzmöglichkeiten im Marketings- Vertriebs- oder Digitalisierungsbereich von Unternehmen offen.

Als Abschlussgrad wird der Bachelor of Arts B.A. erzielt

1.2 Unterrichtssprache

Alle Veranstaltungen finden in englischer Sprache statt (SPO AT, § 3 Abs. 5), die Wahlpflichtfächer finden in der jeweils angegebenen zu erlernenden Sprache statt. Näheres ist in dem Modulhandbuch des Studiengangs geregelt.

1.3 Gesamtumfang

Der Gesamtumfang der für den erfolgreichen Abschluss des Studiums erforderlichen Lehrveranstaltungen beträgt 128 Semesterwochenstunden und 210 ECTS-Punkte. Der Workload pro 1 ECTS-Punkt beträgt 25 Zeitstunden und damit 750 Zeitstunden pro Semester. Die Regelstudienzeit beträgt sieben Semester.

2. Aufbau des Studiums

Die für den erfolgreichen Abschluss des Studiums erforderlichen Lehrveranstaltungen und die dazugehörigen Studien- und Prüfungsleistungen ergeben sich aus den Tabellen 1 und 2 (Grundstudium) sowie 3 bis 7 (Hauptstudium). Dabei sind die einzelnen Lehrveranstaltungen als Submodule den Modulen zugeordnet und mit ECTS-Punkten versehen.

2.1 Grundstudium

2.1.1 Module, Modulprüfungen und Veranstaltungen des Grundstudiums

Die Module der Bachelorvorprüfung entsprechen den Modulen des Grundstudiums G1 bis G 10 sowie der Wahlmodule EC A1 und EC A2 bzw. EC B1 und EC B2 (je nach Ausbildungsrichtung).

Die Module des Grundstudiums und die dazugehörigen Submodule (Veranstaltungen) sowie die Wahlmodule EC A1 und EC A2 bzw. EC B1 und EC B2 sind in der nachfolgenden Tabelle 1 bis 2 wiedergegeben.

Tabelle1: Bachelorstudium 1. Semester (Grundstudium)

Sem.						Examination		ECTS
	Nr.	Modul-Nr.	Description	Kind	semester weekly hours	Exam	Duration	
1	600000	G1	General Business Administration		4	PK	120	5
	600001	G1.1.	Introduction to Business Administration	v/Ü	2			3)
	600002	G1.2.	Digital Business Management	v/Ü	2			2)
	600010	G2	Applied Mathematics		4	LK	120	5
	600011	G2.1.	Applied Mathematics	v/Ü	4			5)
	600020	G3	Introduction to IFRS		4	LK	120	5
	600021	G3.1	Introduction to IFRS	v/Ü	4			5)
	600030	G4	Economics		4	PK	120	5
	600031	G4.1.	Microeconomics	v/Ü	2			2)
	600032	G4.2.	Macroeconomics	v/Ü	2			3)
	600040	G5	International Law		4	LK	120	5
	600041	G5.1.	International Law	v/Ü	4			5)
	600050	EC A 1	German 1 Beginner		4	LK	120	5
	600051	EC A 1.1	German 1 Beginner	V/Ü	4			5)
	600060	EC B 1	Spanish 1 Beginner		4	LK	120	5
	600061	EC B 1.1	Spanish 1 Beginner	V/Ü	2			5)
		sum			-	24	6 (PK / LK)	

Tabelle 2: Bachelorstudium 2. Semester (Grundstudium)

2	600070	G6	Internal Accounting	v/Ü	4	LK	120	5
	600071	G6.1.	Internal Accounting	v/Ü	4			5)
	600080	G7	Statistics		4	LK	120	5
	600081	G7.1.	Statistics	v/Ü	4			5)
	600090	G8	Management decisions in operational performance processes I		4	PK	120	5
	600091	G8.1	Marketing	v/Ü	2			3)
	600092	G8.2	Human Resource Management	v/Ü	2			2)
	600100	G9	Management decisions in operational performance processes II		4	PA	30	5
	600101	G9.1	Design Thinking	s/Ü	2			2)
	600102	G9.2	Digital Product Management	s/Ü	2			3)
	600110	G10	Scientific work		2	LKBR	30	5
	600111	G10.1	Scientific work	s/Ü	2			5)
	600120	EC A 2	German 2 Beginner		4	LK	120	5
	600121	EC A 2.1	German 2 Beginner	V/Ü	4			5)
	600130	EC B 2	Spanish 2 Beginner		4	LK	120	5
600131	EC B 2.1	Spanish Beginner 2	V/Ü	4			5)	
	sum			-	22	6 (LK / PK / PA / LKBR)		30

2.1.2. Ausgleichbare Module im Grundstudium

Die Prüfungsergebnisse einzelner Module des Grundstudiums sind nicht mit denen anderer Module des Grundstudiums ausgleichbar: Für ein erfolgreiches Absolvieren des Grundstudiums muss jedes einzelne Modul erfolgreich abgeschlossen sein.

2.1.3. Bachelorvorprüfung

Das Zeugnis der Bachelorvorprüfung enthält die Modulnoten aller in den Tabellen 1 und 2 aufgeführten Module G1 bis G10 sowie jeweils den Modulen EC A1 und EC A2 bzw. EC B1 und EC B2 in den gewählten bzw. vorgegebenen Ausprägungen.

Die Gesamtnote der Bachelorvorprüfung wird aus dem gewogenen arithmetischen Mittel der Modulnoten gebildet.

2.2 Hauptstudium

2.2.1 Module, Modulprüfungen und Veranstaltungen des Hauptstudiums

Die Module und Veranstaltungen des Hauptstudiums sind in der nachfolgenden Tabelle 3 bis 7 wiedergegeben.

Es ist zu unterscheiden zwischen Pflichtmodulen und Wahlpflichtmodulen:

- Das Absolvieren der Pflichtmodule ist für alle Studierenden des Studienganges obligatorisch.
- Bei den Wahlpflichtmodulen EC A3 bis EC A6 bzw. EC B3 bis EC B6 werden die Alternativen „Deutsch als Fremdsprache und „Spanisch als Fremdsprache“ bereits im Grundstudium festgelegt.

Die Gewichte der Noten der Modulnoten (übergeordnet) sowie der Bachelor Thesis zur Ermittlung der Gesamtnote des Bachelorzeugnisses ergeben sich ebenfalls aus den Tabellen 3 bis 7.

Tabelle 3: Bachelorstudium 3. Semester

						examination		ECTS	
	EDV Nr.	Modul-Nr.	description	kind	semester weekly hours	exam	duration		
3	600140	DM1	Digital Marketing I	V/Ü	4	PK	120	5	
	600141	DM1.1	Digital Brandmanagement	V/Ü	2			3)	
	600142	DM 1.2	Introduction to Online Marketing	V/Ü	2			2)	
	600150	DM2	Entrepreneurship	S/Ü	4	LA	30	5	
	600151	DM2.1	Entrepreneurship	S/Ü	4			5)	
	600160	DM3	Innovation Management	S/Ü	4	LA	30	5	
	600161	DM3.1	Innovation Management (Project)	S/Ü	4			5)	
	600170	GS1	International Logistics	V/Ü	4	LK	120	5	
	600171	GS1.1	International Logistics	V/Ü	4			5)	
	600180	GS2	Intercultural Competence and ethics	S/Ü	4	LR	30	5	
	600181	GS2.1	Intercultural Competence and ethics	S/Ü	4			5)	
	600190	EC A 3	German 3 Intermediate	V/Ü	4	LK	120	5	
	600191	EC A 3.1	German 3 Intermediate	V/Ü	4			5)	
	600200	EC B 3	Spanish 3 Intermediate	V/Ü	4	LK	120	5	
	600201	EC B 3.1	Spanish 3 Intermediate	V/Ü	4			5)	
		sum			-	24	6 (PK / LA / LK / LR)		30

Tabelle 4: Bachelorstudium 4. Semester

4	600210	DM4	Digital Marketing II	V/Ü	4	PK	120	5
	600211	DM4.1	Social Media Marketing	V/Ü	2			3)
	600212	DM4.2	Search Engine Marketing and Optimization	V/Ü	2			2)
	600220	DM5	Website Optimization	S/Ü	4	PA	30	5
	600221	DM5.1	Behavioural Economics	S/Ü	2			2)
	600222	DM5.2	Usability Engineering (App- and Website Testing)	S/Ü	2			3)
	600230	GS3	Global Market research & Big Data	S/Ü	4	LA	30	5
	600231	GS3.1	Global Market research & Big Data	S/Ü	4			5)
	600240	GS4	Customer Management	V/Ü	4	LK	120	5
	600241	GS4.1	Customer Management	V/Ü	4			5)
	600250	GS5	Marketing and Sales law	V/Ü	4	LK	120	5
	600251	GS5.1	Marketing and Sales law	V/Ü	4			5)
	600260	EC A 4	German 4 Intermediate	V/Ü	4	LK	120	5
	600261	EC A 4.1	German 4 Intermediate	V/Ü	4			5)
	600270	EC B 4	Spanish 4 Intermediate	V/Ü	4	LK	120	5
	600271	EC B 4.1	Spanish 4 Intermediate	V/Ü	4			5)
	sum			-	24	6 (PK/ PA / LR / LK)		30

Tabelle 5: Bachelorstudium 5. Semester

5	600280	P	Internship semester					30
	600281	IC	Internship colloquium			SR		30
	sum					1 SR		30

Tabelle 6: Bachelorstudium 6. Semester

6	600290	DM6	Digital Leadership & Management	V/Ü	4	PK	120	5
	600291	DM6.1	Strategic Corporate Management	V/Ü	2			2)
	600292	DM6.2	Digital Leadership & Future Skills	V/Ü	2			3)
	600300	DM7	Website Coding and Tracking	S/Ü	4	LA	30	5
	600301	DM7.1	Website Coding and Tracking	S/Ü	4			5)
	600310	DM.8	Business Simulation	S/Ü	4	LA	30	5
	600311	DM8.1	Business Simulation	S/Ü	4			5)
	600320	DM9	Digital Marketing Case Study	S/Ü	4	LA	30	5
	600321	DM9.1	Digital Marketing Case Study	S/Ü	4			5)
	600330	GS6	Sales Controlling	V/Ü	4	LK	120	5
	600331	GS6.1	Sales Controlling	V/Ü	4			5)
	600340	EC A 5	German 5 Advanced	V/Ü	4	LK	120	5
	600341	EC A 5.1	German 5 Advanced	V/Ü	4			5)
	600350	EC B 5	Spanish 5 Advanced	V/Ü	4	LK	120	5
	600351	EC B 5.1	Spanish 5 Advanced	V/Ü	4			5)
	sum			-	24	6 (PK/ LA/ LK)		30

Tabelle 7: Bachelorstudium 7. Semester

7	600360	DM10	Digital Marketing III	S/Ü	4	LK	120	6
	600361	DM10.1	Corporate Websites & Mobile Apps	S/Ü	4			6)
	600370	DM11	Business Transformation	V/Ü	4	PA	30	6
	600371	DM11.1	Agile working structures and management	V/Ü	2			3)
	600372	DM11.2	Digital Transformation	S/Ü	2			3)
	600380	EC A 6	German 6 Advanced	V/Ü	4	LK	120	6
	600381	EC A 6.1	German 6 Advanced	V/Ü	4			6)
	600390	EC B 6	Spanish 6 Advanced	V/Ü	4	LK	120	6
	600391	EC B 6.1	Spanish 6 Advanced	V/Ü	4			6)
	600400	BT	Bachelor Thesis and colloquium			PB		12
	sum			-	12	4 (LK / PA / PB)		30

2.2.2 Ausgleichbare Module im Hauptstudium

Die Prüfungsergebnisse einzelner Module des Hauptstudiums sind nicht mit denen anderer Module des Hauptstudiums ausgleichbar: Für ein erfolgreiches Absolvieren des Hauptstudiums muss jedes verpflichtenden Moduls (S1 bis S11, DM1 bis DM11, GS1 bis GS 6 und entweder EC A 1 bis EC A 6 oder EC B 1 bis EC B 6) erfolgreich abgeschlossen sein und in Summe 180 ECTS erreicht werden.

2.2.3 Praktisches Studiensemester

Im praktischen Studiensemester sollen die Studierenden ihr bisher erarbeitetes Wissen anwenden. Darüber hinaus sollen praktische Erfahrungen im Bereich des E-Business und/oder für die Bachelor Thesis gewonnen werden. Inhalt des praktischen Studiensemesters ist es, in einem (oder mehreren) ausgewählten Bereich(en) der Wirtschaft in Unternehmen qualifizierte Arbeit zu leisten. Die Mitarbeit an speziellen Projekten sowie in einem internationalen Kontext wird empfohlen.

2.2.4 Zulassungsvoraussetzungen

Zulassungsvoraussetzungen für die Module, das Praxissemester und die Bachelor Thesis sind in der Tabelle 10 aufgeführt. Alle anderen Prüfungsvorleistungen des Hauptstudiums müssen bis zur Ausstellung des Bachelorzeugnisses erbracht werden.

Tabelle 10: Modulprüfungen des Hauptstudiums

Modul			Zulassungsvoraussetzungen		
EDV-Nr.	Modul-Nr.	Bezeichnung	EDV-Nr.	Modul-Nr.	Bezeichnung
	P	Praktisches Studiensemester			Abgeschlossenes Grundstudium
	BT	Bachelor Thesis		P	Praktisches Studiensemester

2.2.5 Bachelorzeugnis

Die Module des Hauptstudiums und die dazugehörigen Veranstaltungen des Hauptstudiums sind in den Tabellen 3 bis 7 (Abschnitt 2.2.1.) wiedergegeben.

Das Gewicht der jeweiligen Prüfungsleistungen zur Ermittlung der Modulnote bestimmt sich an der Zahl der ECTS, die der jeweiligen Veranstaltung zugemessen ist.

Das Bachelorzeugnis enthält die Modulnoten aller in den Tabellen 3 bis 7 aufgeführten Module und der Bachelor Thesis.

Die Gesamtnote der Bachelorprüfung wird aus dem gewogenen arithmetischen Mittel der Modulnoten und der Note der Bachelor Thesis gebildet, wobei für die einzelnen Noten die Gewichte in den Tabellen 3 bis 7 (rechte Spalte) festgelegt sind.

Die ECTS-Summe der angerechneten Prüfungsleistungen für Wahlpflichtfächer/Elective Courses“, hat genau 31 ECTS-Punkte aufzuweisen.

3. Inkrafttreten

Diese Studien- und Prüfungsordnung für den Studiengang Global Digital Marketing and Sales tritt mit Wirkung zum 01. September 2025 in Kraft.

Heilbronn, 29. Januar 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, 29. Januar 2025

Für das Prorektorat Studium und Lehre

gezeichnet:

Prof. Dr. Ulrich Brecht