

Nachstehende Studien- und Prüfungsordnung
wurde geprüft und in der 397. Sitzung des Senats
am 19. Februar 2020 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 3

HOCHSCHULE HEILBRONN

Technik – Wirtschaft – Informatik

gültig ab 1. September 2020

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

1. Studienaufbau

1.1. Der Gesamtumfang der für den erfolgreichen Abschluss des Studiums erforderlichen Lehrveranstaltungen im Pflicht- und Wahlpflichtbereich beträgt 151 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 Wahlpflichtfächer (5.). Dabei sind die Lehrveranstaltungen einzelnen Modulen zugeordnet und mit ECTS-Punkten versehen.

1.3. Für die Unterrichts- und Prüfungssprache gilt § 3 Abs. 5.

1.4. Ein Semester ist in der Regel im Ausland zu studieren. Hierbei kann es sich um das Praktische Studiensemester oder um ein anderes Studiensemester handeln.

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	293000	G1	Grundlagen und Methodik der Betriebs- und Volkswirtschaftslehre							12
	293001	G1.1	Betriebswirtschaftslehre 1	V/Ü	5	1 LK	120			(6)
	293002	G1.2	Volkswirtschaftslehre 1	V/Ü	5	1 LK	120			(6)
	293010	G2	Rechnungswesen							3
	293011	G2.1	Finanzbuchhaltung	V/Ü	2			1 SK	60	(3)
	293020	G3	Wirtschaftsmathematik und Statistik							4
	293021	G3.1	Wirtschaftsmathematik	V/Ü	4	1 LK	120			(4)
	293050	G6	Recht 1							5
	293051	G6.1	Bürgerliches Recht	V/Ü	4	1 LK	120			(5)
	293060	G7	Marketing 1							4
	293061	G7.1	Grundlagen des Marketing-, Produkt- und Kundenmanagement	V/Ü	4	1 LK	120			(4)
	293070	G8	Medien 1							2
	293071	G8.1	Einführung in das Medienmanagement	V/Ü	2	1 LK	90			(2)
Summe						26	6			30

2	293000	G1	Grundlagen und Methodik der Betriebs- und Volkswirtschaftslehre							2
	293003	G1.3	Proseminar	S	2			1 SR		(2)
	293010	G2	Rechnungswesen							10
	293012	G2.2	Externes Rechnungswesen, Kosten- und Leistungsrechnung	V/Ü	8	1 LK	180			(10)
	293020	G3	Wirtschaftsmathematik und Statistik							5
	293022	G3.2	Statistik	V/Ü	4	1 LK	120			(5)
	293050	G6	Recht 1							3
	293052	G6.2	Handels- und Gesellschaftsrecht	V/Ü	2	1 LK	90			(3)
	293070	G8	Medien 1							3
	293072	G8.2	Internetökonomie und Online-Marketing	V/Ü	2	1 LR				(3)
	293030	G4	Wirtschaftsinformatik 1							5
	293031	G4.1	Wirtschaftsinformatik 1	V/Ü	4	1 LK	120			(5)
	293040	G5	Fremdsprachen 1							2
293041	G5.1	Wirtschaftsenglisch 1	SP	2	1 LK	90			(2)	
Summe					24	6		1		30
Summe Grundstudium					50	12		2		60

2.2. Fachprüfungen des Grundstudiums

Die Fachprüfungen des Grundstudiums sind in nachstehender Tabelle 2 wiedergegeben.

Tabelle 2

Prüfungsleistung		Prüfungsvorleistung		Gewicht der Note der Prüfungsleistung für die Note des Moduls (ECTS)	Gewicht der Fachnote für die Note nach § 22
Nr.	Bezeichnung	Nr.	Bezeichnung		
Fachprüfung 293000 Grundlagen und Methodik der Betriebs- und Volkswirtschaftslehre (Modul G1)					
293001	G1.1 Betriebswirtschaftslehre 1			6	14
293002	G1.2 Volkswirtschaftslehre 1			6	
		293002	G1.3 Proseminar		
Fachprüfung 293010 Rechnungswesen (Modul G2)					
		293011	G2.1 Finanzbuchhaltung		13
293012	G2.2 Externes Rechnungswesen, Kosten- und Leistungsrechnung			1	
Fachprüfung 293020 Wirtschaftsmathematik und Statistik (Modul G3)					
293021	G3.1 Wirtschaftsmathematik			4	9
293022	G3.2 Statistik			5	
Fachprüfung 293030 Wirtschaftsinformatik 1 (Modul G4)					
293031	G4.1 Wirtschaftsinformatik 1			1	5
Fachprüfung 293040 Fremdsprachen 1 (Modul G5)					

293041	G5.1 Wirtschaftsenglisch 1			1	2
Fachprüfung 293050 Recht 1 (Modul G6)					
293051	G6.1 Bürgerliches Recht			5	8
293052	G6.2 Handels- und Gesellschaftsrecht			3	
Fachprüfung 293060 Marketing 1 (Modul G7)					
293061	G7.1 Grundlagen des Marketing-, Produkt- und Kundenmanagement			1	4
Fachprüfung 293070 Medien 1 (Modul G8)					
293071	G8.1 Einführung in das Medienmanagement			2	5
293072	G8.2 Internetökonomie und Online-Marketing			3	
					60

2.3. Nicht ausgleichbare Fachprüfungen im Grundstudium

Die Fachprüfungen Grundfragen und Methodik der Betriebs- und Volkswirtschaftslehre (Modul G1) und Wirtschaftsmathematik und Statistik (Modul G3) im Grundstudium sind nur dann bestanden, wenn alle in den Fachprüfungen vorgesehenen Prüfungsleistungen mit mindestens ausreichend (4,0) bewertet wurden.

2.4. Bachelorvorprüfung

Das Zeugnis der Bachelorvorprüfung enthält die Fachnoten aller in der Tabelle 2 aufgeführten Fachprüfungen. Die Fachnote der Fachprüfung ist das gewogene arithmetische Mittel aus den Noten der Prüfungsleistungen in den zur jeweiligen Fachprüfung gehörenden Lehrveranstaltungen. Dabei wird die Note einer Prüfungsleistung mit den in der Tabelle 2 aufgeführten Gewichten gewichtet. Die Gesamtnote der Bachelorvorprüfung wird aus dem gewogenen arithmetischen Mittel der Fachnoten gebildet, wobei für die einzelnen Noten die Gewichte in der Tabelle 2 (rechte Spalte) festgelegt sind. Die Prüfungsvorleistungen des Grundstudiums müssen bis zur Ausstellung des Zeugnisses über die Bachelorvorprüfung gemäß § 22 erbracht worden sein.

3. Hauptstudium

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

Tabelle 3

Sem.	Lehrveranstaltung					Prüfungsleistung		Prüfungsvorleistung		ECTS
	EDV Nr.	Modul-Nr.	Bezeichnung	Art	SWS	Art	Dauer in Min.	Art	Dauer in Min.	
3	293100	H1	Betriebs- und Volkswirtschaftslehre 2							6
	293101	H1.1	Betriebswirtschaftslehre 2	V/Ü	2	1 LK	90			(3)
	293102	H1.2	Volkswirtschaftslehre 2	V/Ü	2	1 LK	90			(3)
	293110	H2	Finanzmanagement/ Controlling/ Steuern							8
	293111	H2.1	Finanzmanagement	V/Ü	4	1 LK	90			(5)
	293112	H2.2	Controlling	V/Ü	2	1 LK	90			(3)
	293170	H8	Recht 2							4
	293171	H8.1	Marketing- und Vertriebsrecht	V/Ü	4	1 LK	120			(4)
	293180	H9	Wirtschaftsinformatik 2							6
	293181	H9.1	Wirtschaftsinformatik 2	V/Ü	5	1 LK	120			(6)
	293150	H6	Marketing 2							6
	293151	H6.1	Strategisches Marketing	V/Ü	2	1 LK	90			(2)
	293152	H6.2	Marktforschung	V/Ü	2	1 LK	90			(2)
293153	H6.3	Marketingkonzeptionen	S	2	1 PR				(2)	
Summe						25	9			30
4	293110	H2	Finanzmanagement/ Controlling/ Steuern							3
	293113	H2.3	Betriebswirtschaftliche Steuerlehre	V/Ü	2	1 LK	90			(3)
	293120	H3	Grundlagen des Managements							10
	293121	H3.1	Unternehmensführung und Unternehmensethik	V/Ü	3	1 LK BK	90			(4)
	293122	H3.2	Business Simulation	PS	5	1 LK BR				(6)
	293160	H7	Medien 2							4
	293161	H7.1	Kommunikation und Werbung	V/Ü	2	1 LK	90			(2)
	293162	H7.2	E-Business 1	V/Ü	2	1 LR				(2)
	293170	H8	Recht 2							3
	293172	H8.2	Medienrecht	V/Ü	3	1 LK	90			(3)
	293190	H10	Vertiefung Marketing und Medien 1							8
	293191	H10.1	Produkt- und Markenmanagement	V/Ü	4	1 LK BK	90			(4)
	293192	H10.2	Kommunikations- und Cross-Media-Management	V/Ü	4	1 LR				(4)
293210	H12	Fremdsprachen 2							2	
293211	H12.1	Wirtschaftsenglisch 2	SP	2	1 LK BR				(2)	
Summe						27	9			30
5	293520	P	Praktisches Studiensemester und Praktikantenkolloquium		2			1 SR		24
	293140	H5	Management Skills							6
	293141	H5.1	Management Skills	V/Ü	6	1 LR				(6)
Summe						8	1	1		30

6	293160	H7	Medien 2						3
	293163	H7.3	E-Business 2	V/Ü	2	1 LR			(3)
	293130	H4	Strategisches und Inter-nationales Management						11
	293131	H4.1	Strategisches Management	V/Ü	4	1 LKBR			(5)
	293132	H4.2	Internationales Management	V/Ü	5	1 LKBR			(6)
	293200	H11	Vertiefung Marketing und Medien 2						8
	293201	H11.1	Kunden- und Vertriebsmanagement	V/S	4	1 LKBR			(4)
	293202	H11.2	Digital Marketing	V/S	4	1 LR			(4)
	293400	W	Wahlpflichtfächer Marketing, Medien und Management						8
	293400	W	Wahlpflichtfächer nach Ziff. 5		8	4			(8)
Summe					27	9			30

7	293400	W	Wahlpflichtfächer Marketing, Medien und Management						8
	293400	W	Wahlpflichtfächer nach Ziff. 5		8	4			(8)
	293300	V	Vertiefung Marketing und Medien 3 nach Ziff. 4		6	1			8
	293500	BT	Bachelor Thesis			1 PB			12
	293510	MP	Mündliche Bachelorprüfung			1 PM	15		2
Summe					14	7	15		30

Summe Hauptstudium		101	35		1		150
Summe Gesamt		151	47		3		210

3.2. Fachprüfungen des Hauptstudiums

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

Tabelle 4

Prüfungsleistung		Prüfungsvorleistung		Gewicht der Note der Prüfungsleistung	Gewicht der Fachnote u.d. Bachelorthesis
Nr.	Bezeichnung	Nr.	Bezeichnung		

Fachprüfung 293100 Betriebs- und Volkswirtschaftslehre 2 (Modul H1)					
293101	H1.1 Betriebswirtschaftslehre 2			3	6
293102	H1.2 Volkswirtschaftslehre 2			3	
Fachprüfung 293110 Finanzmanagement, Controlling, Steuern (Modul H2)					
293111	H2.1 Finanzmanagement			5	11
293112	H2.2 Controlling			3	
293113	H2.3 Betriebswirtschaftliche Steuerlehre			3	
Fachprüfung 293120 Grundlagen des Managements (Modul H3)					
293121	H3.1 Unternehmensführung und -ethik			4	9
293122	H3.2 Business Simulation			5	

Fachprüfung 293130 Strategisches und Internationales Management (Modul H4)					
293131	H4.1 Strategisches Management			5	11
293132	H4.2 Internationales Management			6	
Fachprüfung 293140 Management Skills (Modul H5)					
293141	H5.1 Management Skills			1	6
Fachprüfung 293150 Marketing 2 (Modul H6)					
293151	H6.1 Strategisches Marketing			2	6
293152	H6.2 Marktforschung			2	
293153	H6.3 Marketingkonzeptionen			2	
Fachprüfung 293160 Medien 2 (Modul H7)					
293161	H7.1 Kommunikation und Werbung			3	8
293162	H7.2 E-Business 1			2	
293163	H7.3 E-Business 2			3	
Fachprüfung 293170 Recht 2 (Modul H8)					
293171	H8.1 Marketing- und Vertriebsrecht			4	7
293172	H8.2 Medienrecht			3	
Fachprüfung 293180 Wirtschaftsinformatik 2 (Modul H9)					
293181	H9.1 Wirtschaftsinformatik 2			1	6
Fachprüfung 293190 Vertiefung Marketing und Medien 1 (Modul H10)					
293191	H10.1 Produkt- und Markenmanagement			4	8
293192	H10.2 Kommunikation und Cross-Media-Management			4	
Fachprüfung 293200 Vertiefung Marketing und Medien 2 (Modul H11)					
293201	H11.1 Kunden- und Vertriebsmanagement			4	8
293202	H11.2 Digital Marketing			4	
Fachprüfung 293210 Fremdsprachen 2 (Modul H12)					
293211	H12.1 Wirtschaftsenglisch 2			1	2
Fachprüfung 293300 Vertiefung Marketing und Medien 3 gemäß Ziff. 4 (Modul V)					
293310 293320	Vertiefungsfach Medien- und Kommunikations- oder Produkt- und Kundenmanagement gemäß Ziff. 4			1	8
Fachprüfung 293400 Wahlpflichtfächer Marketing, Medien und Management gemäß Ziff. 5 (Modul W)					
293400	Wahlpflichtfächer gemäß Ziff. 5			1	16
Fachprüfung 293510 Mündliche Bachelorprüfung (Modul MP)					
293510	Mündliche Bachelorprüfung				2
Facharbeit 293500 Bachelor Thesis (Modul MP)					
293500	Bachelor Thesis				12
Summe					126

3.3. Nichtausgleichbare Prüfungsleistungen im Hauptstudium

Die Fachprüfung Finanzmanagement, Controlling, Steuern (Modul H2) und die Fachprüfung Marketing 2 (Modul H6) sind nur dann bestanden, wenn alle in den Fachprüfungen vorgesehenen Prüfungsleistungen mit mindestens ausreichend (4,0) bewertet wurden.

3.4. Lehrveranstaltungsübergreifende Prüfungsleistungen sind:

- 293153 PR Marketingkonzeptionen
- 293510 MP Mündliche Bachelorprüfung (PM)

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 Kooperative Studienmodelle während der Vertragslaufzeit zwischen der Kooperationsfirma und dem Studierenden

Die Studierenden sind verpflichtet in den vorlesungsfreien Zeiten, ausgenommen den Prüfungszeiten, die nicht für den gesetzlichen Urlaubsanspruch verwendet werden, zusätzliche Praxisanteile in ihrer Kooperationsfirma abzuleisten. Die Inhalte dieser Praxisanteile sind zwischen der Kooperationsfirma und der Hochschule abzustimmen.

3.7. Zulassungsvoraussetzungen

Zulassungsvoraussetzungen für die Fachprüfungen, das praktische Studiensemester, die mündliche Bachelorprüfung und die Bachelorthesis sind in der Tabelle 5 aufgeführt. Die Prüfungsvorleistungen des Hauptstudiums müssen bis zur Ausstellung des Bachelorzeugnisses erbracht werden.

Tabelle 5

Fachprüfung			Zulassungsvoraussetzung		
EDV-Nr.	Modul-Nr.	Bezeichnung	Nr.	Modul-Nr.	Bezeichnung
293211	H12.1	Wirtschaftsenglisch 2	293041	G5.1	Wirtschaftsenglisch 1
293520	P	Praktisches Studiensemester			Erfolgreich absolvierte Prüfungsleistungen und Prüfungsvorleistungen des Grundstudiums. Die Prüfungen der Semester 3 – 4 sollen erfolgreich abgelegt sein.
293201	H11.1	Kunden- und Vertriebsmanagement	293520	P	Praktisches Studiensemester und Praktikantenkolloquium
293202	H11.2	Digital Marketing			
293300	V	Vertiefung Marketing und Medien 3			
293500	PB	Bachelor Thesis			
293510	MP	Mündliche Bachelorprüfung			

3.8. Mündliche Bachelorprüfung

Gegenstand der mündlichen Bachelorprüfung sind die Module „Vertiefung Marketing und Medien 1 – 3“. 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 Fachnoten aller in Tabelle 4 aufgeführten Fachprüfungen und der Bachelorthesis. Die Fachnote der Fachprüfung ist das gewogene arithmetische Mittel aus den Noten der Prüfungsleistungen in den zur jeweiligen Fachprüfung 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 Fachnoten und der Note der Bachelorthesis gebildet, wobei für die einzelnen Noten die Gewichte in Tabelle 4 (rechte Spalte) festgelegt sind.

4. Vertiefung Marketing und Medien 3 (V)

Im Modul „Vertiefung Marketing und Medien 3“ 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
	EDVNr.	Modul-Nr.	Bezeichnung	Art	Umfang in SWS	Art	Dauer in Min.	Art	Dauer in Min.	

	293300	V	Vertiefung Marketing und Medien 3							8
7	293310	V1	Praxisseminar MDM	S	6	1LR				(8)
Summe						6	1			8

	293300	V	Vertiefung Marketing und Medien 3							8
7	293320	V2	Praxisseminar PKM	S	6	1 LKBR				(8)
Summe						6	1			8

5. Wahlpflichtfachbereich Marketing, Medien und Management (W)

Die Studierenden wählen zur Erfüllung der Prüfungsleistungen des Wahlpflichtbereichs im 6. und 7. Semester aus den nachstehenden drei Tabellen 7 bis 9 frei kombinierbar mindestens acht Wahlpflichtfächer mit einem Gesamtumfang von 16 ECTS. Die Studierenden sind berechtigt, zwei der acht Wahlpflichtfächer aus dem Wahlpflichtfachkatalog nach § 33 des Studiengangs Betriebswirtschaft und Kultur-, Freizeit-, Sportmanagement (BK-B) zu wählen.

Tabelle 7: Kommunikations- und Medienmanagement

Lehrveranstaltung	Prüfungsleistung	ECTS
-------------------	------------------	------

EDVNr.	Bezeichnung	Art	Umfang in SWS	Art	Dauer	
293401	Trends im Digital Marketing	S	2	LR		2
293402	Trends in Business Intelligence	S	2	LR		2
293403	Trends in eBusiness / eCommerce	S	2	LR		2
293404	Mediendesign und Medienproduktion	V/Ü	2	LR		2
293405	E-Learning	V/Ü	2	LR		2
293406	Trends im Digital Management	V/S	2	LR		2
293407	Mediaplanung	V/S	2	LR		2
293408	Fallstudien Medienmarketing	V/Ü	2	LR		2
293409	Ausgewählte Kapitel Kommunikation	V/Ü	2	LR		2

Tabelle 8: Produkt- und Kundenmanagement

Lehrveranstaltung				Prüfungsleistung		ECTS
EDVNr.	Bezeichnung	Art	Umfang in SWS	Art	Dauer	
293410	Verkaufsgesprächsführung	S	2	LA		2
293411	Neue Instrumente im Marketing	S	2	LR		2
293412	Produktentwicklungsprojekt	S	2	LR		2
293413	International competitiveness and innovation	V/Ü	2	LR		2
293414	Quantitative Methoden des Marketings	V/Ü	2	LR		2
293415	Fallstudien Marketing und Vertrieb	V/S	2	LR		2
293416	CRM und Kundenzufriedenheit	S	2	LR		2
293417	Intern. Marketing Week	S	2	LKBR		2
293418	Marketing Simulation	PS	2	LR		2
293419	Customer Touchpoint Management	S	2	LR		2
293420	Konsumgütermarketing	V/S	2	LR		2

Tabelle 9: Management

Lehrveranstaltung				Prüfungsleistung		ECTS
EDVNr.	Bezeichnung	Art	Umfang in SWS	Art	Dauer	
293421	Rhetorik und Moderationstechnik	V/Ü	2	LR		2
293422	Wirtschafts- und Unternehmensethik	V/Ü	2	LKBR		2
293423	Change Management	S	2	LR		2
293424	Professionelles Arbeiten mit Excel	V/S	2	LR		2
293425	Intercultural Communication	V/Ü	2	LR		2
293426	Global Leadership	V/Ü	2	LR		2
293427	Management of International Projects	S	2	LR		2
293428	International Business Negotiations	V/Ü	2	LR		2
293429	Börsenplanspiel	S	2	LR		2
293430	International Field Trip	S	2	LR		2
293431	International Business Case Studies	V/S	2	LKBR		2
293432	Topics in International Management	V/Ü	2	LR		2
293433	Topics in Management and Leadership	V/Ü	2	LR		2
293434	Start-up Business Planning	S	2	LR		2

6. Inkrafttreten und Übergangsregelung

Diese Studien- und Prüfungsordnung tritt mit Wirkung zum 1. September 2020 in Kraft.

Heilbronn, den 19. Februar 2020

Prof. Dr.-Ing. Oliver Lenzen
Rektor

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

Heilbronn, 21.02 2020

Für das Prorektorat Studium und Lehre

Prof. Dr. Ulrich Brecht