

NICHTAMTLICHE LESEFASSUNG

Bei der vorliegenden Version handelt es sich um eine nichtamtliche Lesefassung der „Studiengangsspezifische Prüfungs- und Studienordnung für den Bachelorstudiengang Marketing / TBWL (B.Sc.) an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg (Hamburg University of Applied Sciences)“ vom 28. Juli 2022 (Hochschulanzeiger Nr. 184/2022, S. 16), in der die Änderung vom 17. April 2024 (Hochschulanzeiger Nr. 203/2024, S. 5) eingearbeitet ist. Maßgeblich und rechtlich verbindlich ist weiterhin nur der im Hochschulanzeiger veröffentlichte Text.

Studiengangsspezifische Prüfungs- und Studienordnung für den Bachelorstudiengang Marketing / Technische Betriebswirtschaftslehre (B.Sc.) an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg (Hamburg University of Applied Sciences)

vom 28. Juli 2022
Änderung vom 17. April

Das Präsidium der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg hat am 28. Juli 2022 nach § 108 Absatz 1 Satz 3 Hamburgisches Hochschulgesetz – HmbHG - vom 18. Juli 2001 (HmbGVBl. S. 171), zuletzt geändert am 17. Juni 2021 (HmbGVBl. S. 468), die am 21. Juli 2022 gemäß § 91 Absatz 2 Nummer 1 HmbHG vom Fakultätsrat Wirtschaft und Soziales, auf Vorschlag des Departmentsrats Wirtschaft vom 14. Juli 2022 gemäß §§ 16 Absatz 4 Nummer 2, 14 Absatz 4 Nummer 2 Grundordnung der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg i.V.m. § 92 Absatz 1 Satz 2 Nummer 2 und Absatz 5 HmbHG beschlossene „Studiengangsspezifische Prüfungs- und Studienordnung für den Bachelorstudiengang Marketing / Technische Betriebswirtschaftslehre (B.Sc.) an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg (Hamburg University of Applied Sciences)“ in der nachstehenden Fassung genehmigt.

§ 1 Geltungsbereich

Diese studiengangsspezifische Prüfungs- und Studienordnung des Bachelorstudiengangs Marketing / Technische Betriebswirtschaftslehre (B.Sc.) ergänzt die Bestimmungen der „Allgemeinen Prüfungs- und Studienordnung der Bachelor- und Masterstudiengänge des Departments Wirtschaft der Fakultät Wirtschaft und Soziales an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg (Hamburg University of Applied Sciences) (APSO-W)“ in der jeweils geltenden Fassung.

§ 2 Studienziel

Die Absolvent*innen treffen auf Basis betriebswirtschaftlicher und technischer Expertise Entscheidungen im Unternehmen. Sie übernehmen insbesondere verantwortliche Aufgaben im Marketing in einer zunehmend digitalisierten und technologiegetriebenen Unternehmenswelt.

§ 3 Regelstudienzeit, Leistungspunkte und akademischer Grad

- (1) Die Regelstudienzeit beträgt sieben Semester.
- (2) Der Bachelorstudiengang umfasst 210 Leistungspunkte (CP). Ein CP entspricht einer durchschnittlichen Arbeitsbelastung von 30 Stunden.
- (3) Nach erfolgreichem Abschluss wird der akademische Grad eines „Bachelor of Science (B.Sc.)“ verliehen.

§ 4 Lehr- und Prüfungssprache

Lehr- und Prüfungssprache sind Deutsch und, bei entsprechender Kennzeichnung des Moduls im Modulhandbuch, Englisch.

NICHTAMTLICHE LESEFASSUNG

§ 5 Module, Leistungspunkte und Studienplan

(1) Das Lehr- und Prüfungsangebot ergibt sich aus dem folgenden Studienplan:

Studienplan Bachelorstudiengang Marketing / Technische Betriebswirtschaftslehre (B.Sc.):

Modulname	FS	CP	Modul- kürzel	Lehrveranstaltung	Art des Moduls	LVA	SWS	PA	PF*)	PV
Pflichtbereich Semester 1 - 4										
Grundlagen der Unternehmensführung	1	6	ABWL	Planspiel	Pflicht	SU	1	PL	K, L, PP	-
				Recht		Prak	1			
						SU	1			
Volkswirtschaftslehre 1	1	6	VWL1	Volkswirtschaftslehre 1	Pflicht	SU	4	PL	K, THP, L	-
Interdisciplinary Introduction to Marketing, Production and Technology	1	6	IIMPT	Interdisciplinary Introduction to Marketing, Production and Technology (MAR)	Pflicht	SU	2	SL	PP, K, P	-
				Interdisciplinary Introduction to Marketing, Production and Technology (ABWL)		SU	2			
				Interdisciplinary Introduction to Marketing, Production and Technology (TECH)		SU	2			
Mathematik	1	6	MATHE	Mathematik	Pflicht	SU	3	PL	K, PP, THP	-
				Übungen und Fallbeispiele		Prak	1			
Rechnungswesen 1	1	6	REWE1	Rechnungswesen 1	Pflicht	SU	5	PL	K, PP, H	-
Rechnungswesen 2	2	6	REWE2	Rechnungswesen 2	Pflicht	SU	4	PL	K, PP, H	-
Programmierung und Datenorganisation	2	6	PRDO	Programmierung und Datenorganisation	Pflicht	SU	2	PL	PP, K, L	-
				Übungen mit AP		Üb	2			
Investition und Finanzierung	2	6	INFI	Investition und Finanzierung	Pflicht	SU	4	PL	K, THP	-
Grundlagen der Technik	2	6	GDT	Grundlagen der Technik	Pflicht	SU	2	PL	K, PP, R	-
				Übungen und Fallbeispiele		Üb	2			

NICHTAMTLICHE LESEFASSUNG

Modulname	FS	CP	Modul- kürzel	Lehrveranstaltung	Art des Moduls	LVA	SWS	PA	PF*)	PV	
Marketing Manage- ment	2	6	MM	Marketing Manage- ment	Pflicht	SU	4	PL	PP, K, L	-	
Wirtschaftsprivatrecht	3	6	RECHT	Recht	Pflicht	SU	6	PL	K, PP, THP	ABWL	
Statistik	3	6	STAT	Statistik	Pflicht	SU	3	PL	K, PP	-	
				Übungen und Fall- beispiele		Prak	1				
Wissenschaftliches Ar- beiten und Präsentati- ons- und Verhand- lungstechniken	3	6	WISSAR	Wissenschaftliches Arbeiten	Pflicht	SU	4	SL	H, R, PP	-	
Marketing Mix	3	6	MAMIX	Marketing Mix	Pflicht	SU	2	PL	L, K, PP	-	
				Übungen und Fall- beispiele		Üb	2				
Geschäftsprozesse und -modelle	3	6	GE- PROMO	Geschäftsprozesse und -modelle	Pflicht	SU	2	PL	PP, K, H	PRDO	
				Übungen und Fall- beispiele		Üb mit AP	2				
Produktentwicklung und Technologiema- nagement	4	6	PTM	Produktentwicklung und Technologiema- nagement	Pflicht	SU	2	PL	H, PP, K	Module des 1. FS	
				Übungen und Fall- beispiele		Üb	2				
Controlling	4	6	CON	Controlling	Pflicht	SU	2	PL	K, R, PP	Module des 1. FS, REWE2	
				Übungen und Fall- beispiele		Üb	2				
Aus dem ersten Bereich der Wahlpflichtmodule in Marketing / Techn. Betriebswirtschaftslehre (B.Sc.) ist ein WPM zu belegen:											
Sustainable Marketing and Innovation	4	6	WPM1a/ SMI	<u>Wahlpflicht Winter- semester a:</u>	Wahl- pflicht		4	PL	PP, K, H	Module des 1. FS	
				Sustainable Marke- ting and Innovation							
Entrepreneurship			WPM1a/ ENTS	<u>Wahlpflicht Winter- semester b:</u>							R, PP, H
				Entrepreneurship							
Aktuelle Fragestellun- gen der Wirtschaftsin- formatik			WPM1b/ AFWI	<u>Wahlpflicht Som- mersemester a:</u>							PP, K, H
				Aktuelle Fragestel- lungen der Wirt- schaftsinformatik							

NICHTAMTLICHE LESEFASSUNG

Modulname	FS	CP	Modul- kürzel	Lehrveranstaltung	Art des Moduls	LVA	SWS	PA	PF*)	PV
Specific Aspects of Marketing			WPM1b/ SAM	<u>Wahlpflicht Som- mersemester b:</u>					PP, K, R	
				Specific Aspects of Marketing						
Pflichtbereich Semester 4 - 6										
Marktforschung und Innovationsmanage- ment	4	6	INNOMA	Marktforschung und Innovationsmanage- ment	Pflicht	SU	2	PL	PP, L, K	Module des 1. FS
				Übungen und Fall- beispiele		Üb	2			
Organisation und Personalführung	4	6	OPF	Organisation und Personalführung	Pflicht	SU	4	PL	K, PP, THP	Module des 1 FS
Praxisphase	5	30	BT	Berufspraktische Tä- tigkeit	Pflicht	-	-	SL	PB	60 CP
				Praxis-Kolloquium		Sem	1			
Volkswirtschaftslehre 2	6	6	VWL2	Volkswirtschafts- lehre 2	Pflicht	SU	4	PL	PP, K, THP	Module des 2. FS, VWL1
Aus dem zweiten Bereich der Wahlpflichtmodule in Marketing / Techn. Betriebswirtschaftslehre (B.Sc.) ist ein WPM zu belegen:										
Internationales Mar- keting	6	6	WPM2a	<u>Wahlpflichtmodul a:</u>	Wahl- pflicht	Sem	4	PL	PP, K, H	Module des 2. FS
				Internationales Mar- keting						
Markenführung im Kontext von HR Ma- nagement			WPM2b	<u>Wahlpflichtmodul b:</u>		Sem			H, PP, R	
				Markenführung im Kontext von HR Ma- nagement						
Pflichtbereich Semester 6 - 7										
Seminar zu empiri- schen Forschungsme- thoden im Marketing	6	12	FSM	Seminar zu empiri- schen Forschungs- methoden (QM)	Pflicht	SU	4	PL	H, PP, R	Module des 2. FS, IN- NOMA, STAT
				Seminar zu empiri- schen Forschungs- methoden (MAR)		Üb	4			
Management und Un- ternehmensführung	6	6	MGNTUF	Management und Unternehmensfüh- rung	Pflicht	SU	4	PL	H, R, THP	Module des 2. FS, OPF
Innovationsprojekt	7	9	INPRO	Innovationsprojekt	Pflicht	SU	2	PL	P, H, PP	-
				Übungen und Fall- beispiele		Üb	2			
Digital Marketing	7	6	DIMA	Digital Marketing	Pflicht	SU	2	PL	PP, L, K	-
				Übungen und Fall- beispiele		Üb	2			

NICHTAMTLICHE LESEFASSUNG

Modulname	FS	CP	Modul- kürzel	Lehrveranstaltung	Art des Moduls	LVA	SWS	PA	PF*)	PV
Bachelor-Thesis	7	15	BATH	BA-Thesis (12 CP)	Pflicht	-	-	PL	BT	150 CP, FSM
				Kolloquium (3 CP)		Sem	1	PL	R	

Legende:

AP	Anwesenheitspflicht
BT	Bachelor-Thesis
CP	Leistungspunkte
FS	Fachsemester
GG	Gruppengröße
HA	Hausarbeit
K	Klausur
L	Laborübung
LVA	Lehrveranstaltungsart
P	Projektarbeit
PA	Prüfungsart
PB	Praktikumsbericht
PF	Prüfungsform
PL	Prüfungsleistung
Prak	Praktikum
PV	Voraussetzungen für die Prüfung
PP	Portfolio-Prüfung
R	Referat
Sem	Seminar
SL	Studienleistung
SU	Seminaristischer Unterricht
THP	Take-Home Prüfung
SWS	Semesterwochenstunden
Üb	Übung
WPM	Wahlpflichtmodul

*) Bei Angabe von mehr als einer Prüfungsform gilt die erstgenannte als regelhafte Prüfungsform und die nachfolgenden als alternative Prüfungsformen, die – nach Ankündigung der Lehrenden zu Semesterbeginn – eingesetzt werden können.

(2) Die Anmeldung zu Modulprüfungen im vierten Fachsemester setzt das erfolgreiche Bestehen aller Prüfungen des ersten Fachsemesters voraus.

(3) Die Anmeldung zu Modulprüfungen im sechsten Fachsemester setzt das erfolgreiche Bestehen aller Prüfungen des zweiten Fachsemesters voraus.

(4) Die Anmeldung zur Praxisphase setzt voraus, dass mindestens 60 CP erfolgreich abgeschlossen sind.

(5) Die Anmeldung zum Modul „Bachelor-Thesis“ setzt voraus, dass mindestens 150 CP, einschließlich des Moduls Seminar zu empirischen Forschungsmethoden im Marketing (FSM), erfolgreich abgeschlossen sind.

NICHTAMTLICHE LESEFASSUNG

(6) Hinsichtlich der Einzelheiten wird auf das Modulhandbuch verwiesen. Es gilt das Modulhandbuch in seiner derzeit gültigen Fassung, veröffentlicht auf der Internetseite der HAW Hamburg im Bereich Ordnungen in Studium und Lehre.

§ 6 Übergangsvorschriften

(1) Für die Studierenden, die vor dem Wintersemester 2023/2024 in dem Bachelorstudiengang Marketing / Technische Betriebswirtschaftslehre (B. Sc.) zugelassen und immatrikuliert worden sind, bleibt die bisherige Prüfungs- und Studienordnung bis zum 28. Februar 2029 in Kraft, danach tritt diese außer Kraft. Es handelt sich dabei um die Studiengangsspezifische Prüfungs- und Studienordnung für den Bachelorstudiengang Marketing / Technische Betriebswirtschaftslehre (B.Sc.) an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg (University of Applied Sciences) vom 22. November 2012 (Hochschulanzeiger Nr. 81/2012, S. 111).

(2) Auf Antrag der*des Studierenden ist ein Wechsel aus der in Absatz 1 Satz 2 genannten Ordnung in diese Prüfungs- und Studienordnung möglich. Nach Ablauf des 28. Februars 2029 werden die nach der in Absatz 1 Satz 2 genannten Ordnung Studierenden in diese Prüfungs- und Studienordnung umgeschrieben. Die Einzelheiten werden in einer vom Prüfungsausschuss zu beschließenden Äquivalenzrichtlinie geregelt.

§ 7 Inkrafttreten

Diese Ordnung tritt am Tag nach ihrer Veröffentlichung im Hochschulanzeiger in Kraft und gilt ab dem Wintersemester 2023/2024.