

## **Studien- und Prüfungsordnung (SPO)**

### **Bachelorstudiengang Business Administration an der Fakultät Business and Economics der Steinbeis-Hochschule Berlin**

#### **Präambel**

Aufgrund von § 11 Abs. 4 c Grundordnung der Steinbeis-Hochschule Berlin vom 23. April 2018 hat der Akademische Senat der Steinbeis-Hochschule Berlin am 07.01.2019 die folgende Studienordnung für den Bachelorstudiengang Business Administration der Fakultät Business and Economics der Steinbeis-Hochschule Berlin erlassen.

#### **Inhaltsverzeichnis**

##### § 1 Geltungsbereich

##### Teil I: Studium

##### § 2 Qualifikationsziele

##### § 3 Studieninhalte

##### § 4 Verliehener Grad und Art des Bachelorstudiums

##### § 5 Aufbau des Bachelorstudiums

##### § 6 Lehr- und Lernformen

##### Teil II: Zulassung, Leistungsüberprüfungen, Abschlusszeugnis

##### § 7 Prüfungsausschuss

##### § 8 Zulassung zum Studium

##### § 9 Erwerb von Credit Points

##### § 10 Modulprüfungen

##### § 11 Plagiat

##### § 12 Leistungsüberprüfungen im Modulbereich Project

##### § 13 Anerkennung von Studien- und Prüfungsleistung

##### § 14 Studienabschluss

##### § 15 Abschlusszeugnis des Bachelorstudiums

##### Teil III: Inkrafttreten

##### § 16 Inkrafttreten und Übergangsregelungen

#### **Anlagen**

Anlage 1: Modulbereiche

Anlage 2: Module in den Modulbereichen

Anlage 3: Modulbeschreibungen

## § 1 Geltungsbereich

- (1) Diese Ordnung regelt Ziele, Inhalt, Aufbau, Zulassungsbedingungen und Anforderungen und Verfahren der Erbringung der Leistungen im Bachelorstudiengang Business Administration der Fakultät Business and Economics der Steinbeis-Hochschule Berlin.

## I. Studium

### §2 Qualifikationsziele

- (1) Die Absolventinnen und Absolventen verfügen über umfassendes Fachwissen im Bereich der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre sowie auf den Gebieten Ökonomie/VWL, Recht und Technologie.
- (2) Sie verfügen zudem über vertieftes Spezialwissen in ausgewählten betriebswirtschaftlichen und branchenspezifischen Teildisziplinen der BWL.
- (3) Sie verfügen über Transferkompetenz und können das Fachwissen in der Praxis anwenden. Dabei können sie begründen, warum sie welche Methoden, Modelle und betriebswirtschaftlichen Ansätze gewählt haben.
- (4) Das Bachelorstudium vermittelt fachliche und überfachliche Fähigkeiten auf dem Stand der internationalen Forschung. Diese sind insbesondere dort von Vorteil, wo Kompetenzen auf unterschiedlichen Teilgebieten der Betriebswirtschaftslehre gleichzeitig benötigt werden. Dies befähigt die Absolventinnen und Absolventen, sowohl bekannte als auch neue und komplexe Fragestellungen und Probleme der Betriebswirtschaftslehre selbstständig oder in Arbeitsgruppen zu analysieren und darauf aufbauend Lösungsvorschläge zu erarbeiten. Dabei sind sie in der Lage, gender- und diversitätsspezifische Aspekte dieser Probleme sowie soziale und ethische Rahmenbedingungen zu berücksichtigen.
- (5) Die Absolventinnen und Absolventen werden befähigt, Alternativen abzuwägen und auf dieser Grundlage Praxisentscheidungen fundiert zu begründen. Sie sind in der Lage, Schlussfolgerungen aus ökonomischen Entwicklungen und Entscheidungen zu ziehen und können ihr eigenes Verhalten sowie ihre Entscheidungen mit theoretischer Fundierung begründen und vertreten. Sie können Beurteilungsmaßstäbe im organisatorischen Kontext anwenden.
- (6) Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, ihr Handeln in Unternehmen und Organisationen konstruktiv und kritisch zu hinterfragen. Durch das Angebot von Modulen, die zivilgesellschaftliche, soziale und ethische Verantwortung schulen, sollen sich die Studierenden zu verantwortungsvollen Gestaltern in unserer Gesellschaft entwickeln. Dafür notwendige soziale und kommunikative Kompetenzen werden gezielt vermittelt und trainiert.
- (7) Die Absolventinnen und Absolventen erwerben wissenschaftstheoretische und empirische Grundlagen, die für das Verständnis wissenschaftlicher Texte notwendig ist.
- (8) Die Absolventinnen und Absolventen erwerben notwendige Kompetenzen im Bereich des Projektmanagements, die sie bei der Realisierung eigener praxisbezogener Projekte anwenden können.

### § 3 Studieninhalte

- (1) Das Bachelorstudium vermittelt grundlegende Kenntnisse und Kompetenzen vor dem Hintergrund einer wissenschaftlichen Grundhaltung in den Themenfeldern von Business and Econo-

mics. Es ist anwendungs- und methodenorientiert und unterstützt über verschiedene Vertiefungsrichtungen verschiedene wirtschaftswissenschaftliche Fachbereiche. Dabei wird ein hohes Gewicht auf das Kennenlernen der Verbindungen zwischen Theorie (Prinzipienebene) und Praxis (Phänomenebene) gelegt.

- (2) Das Bachelorstudium umfasst quantitative und qualitative betriebswirtschaftliche Themen und Methoden. Dies basiert auf der Überzeugung, dass nur so die Herausforderungen auf individueller, unternehmerischer, gesellschaftlicher und politischer Ebene analysiert und bewältigt werden können und dass diese so auch die Mobilität unserer Studierenden auf dem Arbeitsmarkt erhöhen.
- (3) Klar strukturierte und deutlich fokussierte Vertiefungsrichtungen geben den Studierenden die Möglichkeit, ein auf Berufsfelder orientiertes Profil zu erwerben.

#### § 4 Verliehener Grad und Art des Bachelorstudiums

- (1) Studierenden im Bachelorstudiengang Business Administration, die das Studium bestanden haben, wird der Grad eines „Bachelor of Arts (B.A.)“ verliehen.
- (2) Das Bachelorstudium umfasst 180 Credit Points (CP) entsprechend dem European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS).
- (3) Das Studium ist grundsätzlich berufsintegriert mit einer Regelstudienzeit von 36 Monaten. Es kann auch berufsbegleitend mit einer Regelstudienzeit von 54 Monaten absolviert werden.
- (4) Das Studium basiert auf der Lehrverfassung der Steinbeis-Hochschule Berlin. Es folgt den Prinzipien des Transferstudiums/Projektkompetenzstudiums.
- (5) Die Berechnung der Credit Points richtet sich nach dem European Credit Transfer and Accumulation System ECTS. Die Anzahl der Credit Points (CP) pro Lehrveranstaltung entspricht dem erwarteten zeitlichen Lernaufwand für die Studierenden. Als Richtwert wird 1 CP für 30 Stunden studentischer Arbeitszeit einer bzw. eines durchschnittlichen Studierenden vergeben. Seminarstunden à 45 Minuten werden dabei als ganze Zeitstunden angerechnet.

#### § 5 Aufbau des Bachelorstudiums

- (1) Das Bachelorstudium Business Administration umfasst Lehrveranstaltungen in drei Modulbereichen:

Modulbereich	Modulinhalt	Credit Points
Foundation	Kernfächer im Bachelor of Arts in Business Administration	80
Vertiefungsrichtungen (engl. Major)	Es werden sechs Vertiefungsrichtungen angeboten: 1) Management und Unternehmensführung 2) Organisation und Personal 3) Marketing, Media und Kommunikation 4) Finanzen, Banken und Controlling 5) Innovation, Technologie und Digitalisierung 6) Branchenspezifische Betriebswirtschaftslehre und spezifische Managementmethoden	80
Project	Projektstudienarbeit (PSA) Studienarbeit (SA) Bachelor Thesis (BT)	20
Total		180

- (2) Studierende können beim Prüfungsausschuss beantragen, Module im Umfang von bis zu 10 CP in einer anderen Vertiefungsrichtung als in ihrer ausgewählten Vertiefungsrichtung zu absolvieren.
- (3) Ein Studienanfang ist jederzeit möglich. In der Regel sind Studienstarts zum Frühjahr oder Herbst vorgesehen.

## **§ 6 Lehr- und Lernformen**

- (1) Vorlesung: Die Vorlesung vermittelt einen Überblick über einen größeren Gegenstandsbereich und seine methodischen bzw. theoretischen Grundlagen. Die vorrangige Lehrform ist der Vortrag der jeweiligen Lehrkraft. Außerdem werden die Studentinnen und Studenten zu eigenen Diskussionsbeiträgen angeregt.
- (2) Seminar: Das Seminar vermittelt Kenntnisse und Kompetenzen über ein spezielles Stoffgebiet und seine Forschungsprobleme. Als Lehrform wechseln sich der Vortrag der jeweiligen Lehrkraft mit Diskussionsbeiträgen und Übungen der Studierenden ab.
- (3) Kolloquium: In einem Kolloquium präsentieren Studierende den Stand ihrer Projektarbeiten (PSA, SA, BT) und stellen sich der Diskussion mit der betreuenden Lehrkraft und den Studierenden.
- (4) E-Learning: E-Learning-Elemente unterstützen die Vermittlung eines Überblicks sowie die Vermittlung von Kenntnissen und Kompetenzen über einen größeren Gegenstandsbereich oder ein spezielles Stoffgebiet und seine Forschungsprobleme. Auch dabei werden Diskussionen und Übungen unter den Studierenden angeregt. Während Vorlesungen, Seminare und Kolloquien immer ein synchrones Lernen zwischen Lehrkraft und Studierenden darstellen, kann E-Learning auch ein asynchrones Lernen unterstützen.

## **II. Zulassung, Leistungsüberprüfungen, Abschlusszeugnis**

### **§ 7 Prüfungsausschuss**

- (1) Die Mitglieder des Prüfungsausschusses werden nach den Vorgaben der Grundordnung bzw. der Rahmenprüfungsordnung der Steinbeis-Hochschule Berlin bestimmt.
- (2) Der Prüfungsausschuss nimmt die ihm in dieser Ordnung zugewiesenen Aufgaben wahr und entscheidet in allen Fragen der Leistungsüberprüfung, für die diese Ordnung keine Bestimmungen enthält.
- (3) Der Prüfungsausschuss kann Entscheide auf der Grundlage standardisierter Entscheidungsregeln an die Studienadministration delegieren. Entscheidungen der Studienadministration müssen dem Prüfungsausschuss auf Verlangen vorgelegt werden.
- (4) Der Prüfungsausschuss kann des Weiteren gemäß Rahmenprüfungsordnung weitere nachgeordnete Prüfungsausschüsse bestellen, die entsprechend den Vorgaben und Regelungen des Prüfungsausschusses Beschlüsse umsetzen und studienrechtliche Fragestellungen regeln. Bei grundlegenden Fragestellungen muss der nachgeordnete Prüfungsausschuss den Prüfungsausschuss zur Klärung und Entscheidung des Sachverhaltes anrufen. Sämtliche Beschlüsse des nachgeordneten Prüfungsausschusses müssen dem Prüfungsausschuss vorgelegt werden.

- (5) Der Vorsitz obliegt einer von der Fakultät aus dem Kreis der hauptamtlichen Professorinnen bzw. Professoren gewählten Person.
- (6) Der Prüfungsausschuss veröffentlicht alle sechs Monate eine Übersicht der geplanten Module für die nächsten zwei Jahre.
- (7) Der Prüfungsausschuss kann bei Härtefällen, die einzelne Studierende betreffen, begründete Ausnahmen von den in dieser Ordnung genannten Regelungen genehmigen.

## **§ 8 Zulassung zum Studium**

- (1) Zum Bachelorstudiengang Business Administration kann zugelassen werden, wer die in der Rahmenstudienordnung festgelegten Zulassungsvoraussetzungen für einen Bachelorstudium erfüllt sowie die Eignungsprüfung gemäß Rahmenprüfungsordnung besteht.
- (2) Bewerber, deren Muttersprache nicht Deutsch ist und deren erster Hochschulabschluss nicht an einer Bildungsstätte erworben wurde, in der Deutsch Unterrichtssprache ist, benötigen einen Nachweis über ihre Deutschkenntnisse. In diesem Fall ist ein Nachweis über den Abschluss einer der folgenden Prüfungen erforderlich: TestDaF (Deutsch als Fremdsprache) mit mindestens der Note 3 in allen vier Teilen; absolvierter Kurs B2 oder B2.2 GERS, Teilnahme an einem Kurs C1 GERS; oder DSH-1.
- (3) Fehlt die für ein Projekt-Kompetenz-Studium üblicherweise notwendige Vorerfahrung bzw. Vorkompetenz, kann nur mit den in der Rahmenstudienordnung festgelegten allgemeinen Auflagen sowie der studiengangspezifischen Auflage der erfolgreichen Teilnahme am Zusatzmodul "Betriebliche Praxis" zugelassen werden. Die Regelstudienzeit muss dann zur Gewährleistung der Studierbarkeit gegebenenfalls angepasst werden.

## **§ 9 Erwerb von Credit Points**

- (1) Studentische Leistungen werden grundsätzlich immer mit einer Note bewertet. Die Notenskala wird in der Rahmenprüfungsordnung geregelt.
- (2) Credit Points werden in diesen Veranstaltungen durch mit mindestens ausreichend bewertete studentische Leistungen erworben
- (3) Für gleiche und ähnliche Studienleistungen werden nur einmal Credit Points vergeben.
- (4) Credit Points können nur von immatrikulierten, nicht beurlaubten Studierenden erworben werden.

## **§ 10 Modulprüfungen**

- (1) In den Modulbeschreibungen werden die Leistungsnachweise von den Modulverantwortlichen festgelegt.
- (2) Die Modulprüfungen finden in der Regel am Ende bzw. nach Durchführung aller zu einem Modul gehörenden Veranstaltungen statt. Sie können auch als integraler Bestandteil innerhalb einer Lehrveranstaltung abgelegt werden.
- (3) Wenn zu einem Modul Wahlmöglichkeiten für die Art des zu erbringenden Leistungsnachweises angegeben sind, so wird von der prüfenden Dozentin/vom prüfenden Dozenten bis einen Monat vor Beginn der Präsenzveranstaltung eine der angegebenen Arten des Leistungsnachweises ausgewählt. Die Studierenden werden über die Seminareinladung, die bis einen Monat vor der Präsenzphase an alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer verschickt wird, über die Art des Leistungsnachweises informiert.

- (4) Sollten aufgrund einer Behinderung einer/eines Studierenden abweichende Prüfungsformen für ein Modul notwendig sein, so kann der/die Studierende oder die Lehrkraft beim Prüfungsausschuss eine alternative Prüfungsform beantragen, die unter Wahrung der Gleichwertigkeit zu einem Nachteilsausgleich führt.

## **§ 11 Plagiat**

- (1) Die Studierenden haben zu Beginn aller schriftlichen Arbeiten folgende Erklärung abzugeben: „Ich habe die vorliegende schriftliche Arbeit selbständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt. Alle Stellen, die wörtlich oder sinngemäß fremden Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht.“ Diese Erklärung ist zu unterschreiben.
- (2) Gemäß der Grundordnung bzw. Rahmenprüfungsordnung der Steinbeis-Hochschule Berlin führt das Einreichen eines Plagiats dazu, dass der entsprechende Leistungsnachweis als nicht bestanden gewertet wird.
- (3) Darüber hinaus obliegt es dem Prüfungsausschuss zu entscheiden, ob in Anbetracht der Schwere des Plagiats rechtliche Schritte wegen eines Verstoßes gegen die abgegebene Erklärung und/oder ein Verfahren zum Ausschluss aus dem Studium eingeleitet werden.

## **§ 12 Leistungsüberprüfungen im Modulbereich Project**

- (1) Das Projekt mit Projektstudienarbeit (PSA), Studienarbeit (SA) und Bachelor Thesis (BT) wird von einer Lehrkraft der Steinbeis-Hochschule Berlin betreut. Diese stimmt das Themenfeld des Projektes und die sich daraus ergebenden, jeweils eigenständigen Themen und Aufgabenstellungen für die PSA, die SA und die BT mit der/dem Studierenden und gegebenenfalls mit dem Projektgeber (i.d.R. das Unternehmen der/des Studierenden) ab.
- (2) Thema und Aufgabenstellung der PSA müssen so beschaffen sein, dass die Bearbeitung innerhalb einer Bearbeitungszeit von 150 Stunden abgeschlossen werden kann. Für die PSA wird von der betreuenden Lehrkraft ein Abgabe- und Präsentationstermin festgelegt.
- (3) Thema und Aufgabenstellung der SA müssen so beschaffen sein, dass die Bearbeitung innerhalb einer Bearbeitungszeit von 150 Stunden abgeschlossen werden kann. Ausgabe und Fristeinhalten sind aktenkundig zu machen. Die BT muss bei der zuständigen Studienadministration angemeldet werden.
- (4) Thema und Aufgabenstellung der BT müssen so beschaffen sein, dass die Bearbeitung innerhalb einer Bearbeitungszeit von 300 Stunden abgeschlossen werden kann. Ausgabe und Fristeinhalten sind aktenkundig zu machen. Die BT muss bei der zuständigen Studienadministration angemeldet werden.

## **§ 13 Anerkennung von Studien- und Prüfungsleistung**

- (1) Anträge auf Anerkennung von Leistungen, die bereits in einem anderen Studiengang oder an einer anderen Hochschule erbracht wurden, können bereits in der Bewerbungsphase gestellt werden.
- (2) Der Prüfungsausschuss entscheidet über die Anerkennung, die anzuerkennende Anzahl der Credit Points, die Note der anzuerkennenden Leistung und das zugeordnete Modul mittels Verfügung.
- (3) Bei der Anerkennung wird zwischen Anrechnung einer Leistung und Erlass einer Leistung unterschieden.

- a) Anrechnung:  
Die Studienleistung wurde bisher für keinen Studienabschluss verwendet. Die Anrechnung erfolgt mit den entsprechenden Credit Points und Benotung.
  - b) Erlass:  
Die Studienleistung wurde bereits für einen anderen Studienabschluss verwendet. In diesem Fall werden weder Credit Points noch eine Benotung übernommen. Im Zeugnis wird dieses Modul als „anerkannt“ ausgewiesen.
- (4) Zeigt die Eignungsprüfung individuelle, den möglichen Gesamterfolg des Studiums positiv beeinflussende Kompetenzen durch die Vorbildung, können diese im Protokoll der Eignungsprüfung dokumentiert werden und zu einer bedingten Anwesenheitspflicht in einzelnen Studienmodulen führen. Der Prüfungsausschuss entscheidet über die bedingten Anwesenheitspflichten. Bedingte Anwesenheitspflichten werden im individuellen Studienplan dokumentiert.

## § 14 Studienabschluss

- (1) Das Bachelorstudium ist bestanden, wenn folgende Credit Points erworben sind:
- a) 80 CP aus den Modulen des Bereichs Foundation
  - b) 80 CP aus den Wahlmodulen eines Vertiefungsbereich (engl. Major), mit oder ohne Spezialisierung (engl. Minor)
  - c) 20 CP aus dem Modulbereich Project (Projektstudienarbeit, Studienarbeit und Bachelor Thesis inkl. Abschlussprüfung).

Der transferorientierte Ansatz in Forschung und Bildung folgt der Lehrverfassung der Steinbeis-Hochschule Berlin. Zu den transferorientierten Lernelementen zählen sowohl mögliche Transferleistungen in den Modulen, als auch die Leistungen des Modulbereiches Project.

## § 15 Abschlusszeugnis des Bachelorstudiums

- (1) Auf der Bachelor-Urkunde wird der absolvierte Bachelorstudiengang „Business Administration“ sowie der erworbene Grad „Bachelor of Arts (B.A.)“ ausgewiesen.
- (2) Auf dem Prüfungszeugnis wird der absolvierte Bachelorstudiengang „Business Administration“ und die gewählte Vertiefung sowie ggf. absolvierte Spezialisierungen (engl. Minor) ausgewiesen. Das Prüfungszeugnis führt weitergehend alle Module auf, deren Credit Points für den Bachelorabschluss berücksichtigt wurden. Es enthält Angaben über das Thema der Bachelor Thesis, die erworbenen Credit Points und ihre Bewertung sowie die Abschlussnote.
- (3) Sämtliche Noten im Prüfungszeugnis werden kaufmännisch auf eine Zehntelnote gerundet.
- (4) Es weist die Abschlussnote aus, die sich als ein mit den Credit Points gewichtetes Mittel der benoteten Studienleistungen des Bachelorstudiums, gerundet auf eine Zehntelnote, berechnet. Dabei basiert die Note auf den Modulen im Umfang von mindestens 180 CP, die für den Abschluss des Bachelorstudiums notwendig sind.
- (5) Als Maßstab für die Beurteilung der errechneten Gesamtleistung (Abschlussnote) im Bachelorstudium dient die Notenskala der Rahmenprüfungsordnung.
- (6) Zusätzlich zu dem Bachelorzeugnis wird ein Diploma Supplement ausgegeben, das folgende Informationen in Englischer Sprache enthält: Holder of the Degree, Degree, Level of the Degree, Contents and Results Gained, Function of the Degree, Additional Information, Certification, National Higher Education System, Appendix.

### III. Inkrafttreten

#### § 16 Inkrafttreten und Übergangsregelungen

- (1) Diese Ordnung tritt am 30.01.2019 in Kraft.
- (2) Gleichzeitig löst sie ab 30. Juni 2019 folgenden bisherigen Studiengang der Steinbeis-Hochschule Berlin und deren Studien- und Prüfungsordnungen ab: B.A. III-1. Bis zum 30. Juni 2019 besteht die Möglichkeit zu einer Parallelphase mit dem abgelösten Studiengang.



## Modulbereiche

### 1. Überblick

#### Modulbereich Foundation

Die Foundation beinhaltet Module zu zentralen Themen der Betriebswirtschaftslehre (engl. Business Administration) sowie Veranstaltungen, die für betriebswirtschaftliche Aufgaben und Funktionen notwendig sind wie z.B. Recht und Volkswirtschaftslehre. Mit diesem Kernfachangebot wird sichergestellt, dass alle Absolventen des B. A. über grundlegendes Wissen und grundlegende Kompetenzen in den Bereichen Business Administration und Wirtschaftswissenschaften verfügen. Ebenfalls wird die Basis für weiterführende Veranstaltungen in den entsprechenden Vertiefungsrichtungen und ggf. gewählten Spezialisierung gelegt. Wenn einzelne Module aus den Foundations absolviert sein müssen, bevor bestimmte vertiefungs-Module besucht werden können, so ist das in den jeweiligen Modulbeschreibungen kenntlich gemacht.

#### Modulbereich Vertiefungsrichtungen (engl. Major) und Spezialisierungen (engl. Minor)

Die Vertiefungsbereiche (engl. Major) sowie die darin enthaltenen Spezialisierungen (engl. Minor) beinhalten Module aus dem jeweiligen Kompetenzbereich. Der Inhalt lehnt sich eng an die Forschungsfelder der hauptamtlichen Mitglieder der Fakultät an. Es muss und kann nur ein Vertiefungsbereich gewählt werden. Die angebotenen Veranstaltungen in diesem Modulbereich sind im Studienangebotsplan aufgelistet. Innerhalb eines Vertiefungsbereichs können verschiedene Spezialisierungen angeboten werden.

#### Modulbereich Project

Dieser Bereich beinhaltet folgende Leistungen: Eine Projektstudienarbeit (PSA), eine Studienarbeit (SA) und eine Bachelor Thesis (BT). Wie alle Studiengänge der Steinbeis-Hochschule Berlin gründet der Bachelor of Arts in Business Administration auf dem Konzept des so genannten Projekt-Kompetenz-Studiums/Transferstudiums. Diesem Bildungskonzept liegt die stetige Kopplung zwischen Beobachtungen und Lösungsansätzen auf der Phänomenebene sowie der Reflexion, Gewinnung und Rückspiegelung dieser Lösungsansätze auf der Prinzipiebene zugrunde. Ein transferorientiertes Studium zeichnet sich dadurch aus, dass Studierende die Möglichkeit erhalten, zur Generierung von Lösungsansätzen auf der Phänomenebene sowie zur Gewinnung von Wissen auf der Prinzipiebene beizutragen. Der Transfer rückt hierdurch als Lernerfahrung in den Mittelpunkt des Bildungsprozesses. Der Modulbereich Project bündelt diesen Transfergedanken in Form eines authentischen, realen Projektes aus der Lebens- und Arbeitswelt des Studierenden in einem Unternehmen bzw. einer Organisation. Dieses Projekt wird durch die oder den Studierenden während seines Studiums durchdacht, geplant und umgesetzt. Der Transferprozess zwischen Phänomen- und Prinzipiebene wird dabei innerhalb des Themenfeldes des Projektes mit daraus abgeleiteten, jeweils eigenständigen Themen und Aufgabenstellungen in der PSA, der SA sowie und der BT dokumentiert.

## 2. Vertiefungsrichtungen und Spezialisierungen des Bachelorstudiums

Nachfolgend werden die Vertiefungsrichtungen in der Reihenfolge ihrer Nennung in der SPO beschrieben:

- 1) Management und Unternehmensführung
- 2) Organisation und Personal
- 3) Marketing, Media und Kommunikation
- 4) Finanzen, Banken und Controlling
- 5) Innovation, Technologie und Digitalisierung
- 6) Branchenspezifische Betriebswirtschaftslehre und spezifische Managementmethoden

Zu jeder Vertiefungsrichtung (engl. Major) werden zudem die zugehörigen Spezialisierungen (engl. Minor) beschrieben.

### Vertiefungsrichtung 1: Management und Unternehmensführung

Im Fokus der Vertiefungsrichtung „Management und Unternehmensführung“ steht die Vermittlung von strategischen Management- und Leitungskompetenzen. So können die Studierenden nach erfolgreichem Abschluss der Vertiefungsrichtung die Relevanz und den Umfang unternehmerischer Fragen beurteilen. Mit den erlernten Methoden sind die Studierenden zudem in der Lage eigenständig konstruktive und verteidigungsfähige Handlungsempfehlungen zu entwickeln, zu formulieren und betriebswirtschaftlich umzusetzen.

Insbesondere können die Studierenden die typischen Führungsaufgaben des Managements verstehen und daraus anwendungsorientiert Schlussfolgerungen ziehen: die strategische Unternehmensplanung sowie die Konzeption, Einführung und Pflege wesentlicher leistungsfähiger Systemstrukturen. Zudem liegt eine Betonung dieser Vertiefungsrichtung in der Vermittlung der sozialen Dimension unternehmerischen Handelns: Corporate Social Responsibility wird als wichtiger Bestandteil wirtschaftlichen Handelns verstanden, um werthaltiges und zukunftsorientiertes Wissen transferorientiert diskutieren zu können.

Innerhalb der Vertiefungsrichtungen können durch Kombination bestimmter Wahlpflichtmodule folgende Spezialisierungen absolviert werden:

Spezialisierung 1.1: General Management (40 CP)

Spezialisierung 1.2: Integrated Management (30 CP)

Spezialisierung 1.3: Innovation (30 CP)

Spezialisierung 1.4: International Management (40 CP)

#### **Spezialisierung 1.1: General Management (40 CP)**

Die Spezialisierung „General Management“ vermittelt eine vielschichtige Wissens-Basis, um unternehmerische Entscheidungen umfassend und interdisziplinär nachvollziehen und eigenständig treffen zu können. Insbesondere können die Studierenden die Komplexität unternehmerischer Entscheidungen beurteilen, Auswirkungen des unternehmerischen Handelns konstruktiv kritisch hinterfragen und anwendungsorientiert Schlussfolgerungen ziehen. Zudem liegt ein Fokus in der sozialen Komponente des Wirtschaftens: unternehmerische Verantwortlichkeit sowie internationale und kulturelle Aspekte werden in der Lehre betont, um nachhaltige Lösungen erschließen zu können. Dabei werden gesellschaftliche, ökologische und kulturelle Fragen eingeschlossen.

#### **Spezialisierung 1.2: Integrated Management (30 CP)**

Diese Spezialisierung ist auf Unternehmen sämtlicher Branchen ausgerichtet. Hier werden moderne Ansätze der Unternehmensführung präsentiert. Zu den Inhalten zählen die aktuellen Entwicklungen in der

fortschreitenden Digitalisierung, einer modernen Kundenorientierung, ein besseres Verständnis für Netzwerke und Netzwerkmanagement und das Instrumentarium eines effizienten Veränderungsmanagements.

### **Spezialisierung 1.3: Innovation (30 CP)**

Die Spezialisierung „Innovation“ fokussiert insbesondere folgende Aspekte des Managements und der betriebswirtschaftlichen Führung: Innovationsmanagement und Enterprise 2.0. Außerdem setzen sich die Studierenden intensiv mit Kommunikationstechniken & Teamwork auseinander. Die Studierenden dieser Spezialisierung können begründen, welche Konzepte zur Generierung von Innovationen sich für welche spezifischen Unternehmenskontexte eignen. Durch das Fachwissen im Bereich der Enterprise 2.0 verstehen Sie die systematische Entwicklung organisationaler Strukturen weg von hierarchischer Steuerung hin zu autonomer Selbststeuerung. Konzepte des moderierenden Managements gehören zu diesem neuen betrieblichen Mindset genauso wie Software-Tools, die den freien, dezentralen Wissensaustausch zwischen Mitarbeitern fördern.

### **Spezialisierung 1.4 International Management (40 CP)**

In der Spezialisierung „International Management“ stehen die zunehmend global vernetzten Wirtschaftssysteme im Fokus. Die Studierenden verstehen die Konzepte, die Unternehmen einen strategisch geplanten und effizienten Umgang mit internationalen Kontexten ermöglichen. Es werden insbesondere folgende Aspekte des Managements und der betriebswirtschaftlichen Führung vermittelt: Internationalisierungsstrategien, globale Logistik, internationale Finanzsysteme und internationales Marketing. Außerdem können die Studierenden verschiedene Konzepte des Cross Cultural Management verstehen und in der Praxis einsetzen.

## **Vertiefungsrichtung 2: Organisation und Personal**

Die Vertiefungsrichtung Organisation und Personal dient der Vertiefung solcher Bereiche der Unternehmensführung, bei denen es um Menschen und deren Zusammenarbeit in Unternehmen geht. Im Bereich Organisation geht es um die Ausgestaltung von Regeln, nach denen die Zusammenarbeit der Mitglieder eines Unternehmens im Hinblick auf Arbeitsteilung und Arbeitsverbindung gestaltet werden kann. Im Mittelpunkt stehen dabei Fragen des Organisationsdesigns, des Prozessmanagements und des Qualitätsmanagements. Im Bereich Personalmanagement geht es insbesondere um die Fragen, wie Unternehmen geeignete Mitglieder gewinnen und entsprechend der Bedarfe des Unternehmens in ihren individuellen Kompetenzen weiterentwickeln können. Die Vertiefungsrichtung Organisation und Personal richtet sich an Personen, die in ihrem Beruf Aufgaben im Organisations- und Personalmanagements haben. Dies können sowohl unmittelbare Berufsrollen (Mitarbeiter in den Bereichen Organisation, Prozessmanagement, Qualitätsmanagement, Personalmanagement) wie auch beratende Rollen in diesen Bereichen sein.

Innerhalb der Vertiefungsrichtungen können durch Kombination bestimmter Wahlpflichtmodule folgende Spezialisierungen absolviert werden:

Spezialisierung 2.1: Organisation und Prozessmanagement (40 CP)

Spezialisierung 2.2: Personalmanagement (40 CP)

### **Spezialisierung 2.1: Organisation und Prozessmanagement (40 CP)**

In der Spezialisierung Organisation und Prozessmanagement werden, ausgehend von den Grundlagen des Organisationsmanagements, verschiedene Formen der Organisationsdesigns und zentrale Instrumente der Organisationsarbeit vermittelt. Außerdem stehen Methoden des Prozessmanagements und der Prozessmodellierung im Mittelpunkt dieser Spezialisierung.

### **Spezialisierung 2.2: Personalmanagement (40 CP)**

In der Spezialisierung Personalmanagement werden, ausgehend von den Grundlagen des Personalmanagements, die spezifischen Herausforderungen des Personalmarketings, der Personalauswahl und der Personalentwicklung behandelt. Ein weiteres Themenfeld ist das Arbeitsrecht. Es werden Grundfragen des individuellen und kollektiven Arbeitsrechts behandelt.

## **Vertiefungsrichtung 3: Marketing, Media und Kommunikation**

Im Zentrum der Vertiefungsrichtung „Marketing, Media & Kommunikation“ (MMK) stehen die Folgen tiefgreifender Transformationsprozesse im Marketing sowie der Medien- und Kommunikationswirtschaft. Modernes Marketing verlangt heute eine kontinuierliche, integrierte und datenbasierte Interaktion – mit und zwischen allen relevanten Austauschpartnern. Die Vertiefungsrichtung thematisiert insbesondere, inwiefern sich die Kontextbedingungen im Marketing verändern (Kundenverhalten, Marktbedingungen, Wettbewerbssituationen, relevante Technologien, Plattformen und Systeme). Um die Studierenden zu befähigen, entscheidende Erfolgsfaktoren im Dialog mit Kunden identifizieren und kontrollieren zu können, vermittelt diese Vertiefungsrichtung die gesamte Bandbreite relevanter Marketingtheorien und -methoden. Hierbei entwickeln die Studierenden konzeptionelle Fähigkeiten und erlangen ein umfassendes Marketing-Verständnis, das sie in die Lage versetzt, gelernte Methoden erfolgsorientiert in einem komplexen Wettbewerbsumfeld anzuwenden. Bei erfolgreichem Abschluss der Vertiefungsrichtung wissen die Studierenden darüber hinaus, welche Rolle Daten im Marketing spielen, wie Media-Systeme und -Märkte funktionieren und wie Marketing-Funktionen unter Berücksichtigung rechtlicher, finanzieller und organisatorischer Aspekte zu steuern sind.

Innerhalb der Vertiefungsrichtungen können durch Kombination bestimmter Wahlpflichtmodule folgende Spezialisierung absolviert werden:

Spezialisierung 3.1: Marketing Management (30 CP)

Spezialisierung 3.2: Marketing Communication (30 CP)

Spezialisierung 3.3: Vertriebsmanagement (40 CP)

Spezialisierung 3.4: Kreation (40 CP)

### **Spezialisierung 3.1: Marketing Management (30 CP)**

In der Spezialisierung „Marketing Management“ stehen klassisches strategisches Marketing genauso wie moderne Methoden des digitalen Marketings im Fokus. Die Studierenden können begründen, welche Marketingmaßnahmen sich in unterschiedlichen Branchen und Produktmärkten vorzuziehen sind.

### **Spezialisierung 3.2: Marketing Communication (30 CP)**

Die Spezialisierung „Marketing Communication“ steht im Zeichen professioneller Kommunikation der jeweiligen Marketingstrategien. Studierende verstehen, welche Systematiken und Konzepte eine erfolgreiche Markenführung ermöglichen. Um einen bewussten Umgang mit der jeweiligen Zielgruppe zu ermöglichen, kennen die Studierenden die Grundlagen der Marktforschung und des Konsumentenverhaltens.

### **Spezialisierung 3.3: Vertriebsmanagement (40 CP)**

Die Spezialisierung „Vertriebsmanagement“ behandelt alle zentralen Aspekte des Vertriebs in Unternehmen. Die wesentlichen Konzepte des Vertriebs- und Accountmanagements ermöglichen es den Studierenden, sinnvolle Vertriebsentscheidungen zu fällen, die zusammen mit den ebenfalls erworbenen Fähigkeiten im Marketing- und Vertriebscontrolling einen effizienten Regelkreis für strategisch geplanten Vertrieb gewährleisten. Außerdem werden die Studierenden befähigt, rechtliche Aspekte im Vertrieb angemessen zu berücksichtigen, wobei der Schwerpunkt auf Marketingrecht und Vertragsgestaltung liegt. Schließlich werden auch wesentliche theoretische Konzepte und praktische Aspekte der Verkaufspsychologie vermittelt.

### **Spezialisierung 3.4: Kreation (40 CP)**

Die Spezialisierung Kreation vermittelt Modelle, Methoden und Techniken für die kreative Gestaltung von Kommunikationsprozessen insbesondere auf den Gebieten der Wirtschafts- und Gesellschaftskommunikation. Dabei wird ein besonderes Augenmerk auf die Bedeutung der Digitalisierung und der integrierten Kommunikation gelegt. Die Studierenden kennen die wichtigsten grafischen und sprachlichen Kommunikationskonzepte und sind in der Lage diese anzuwenden. Außerdem sind ihnen die wichtigsten Theorien auf diesen Gebieten bekannt. Auch die Einordnung und Integration der kreativen Kommunikation in einem strategischen Marketingprozess verstehen die Studierenden.

## **Vertiefungsrichtung 4: Finanzen, Banken und Controlling**

Leitthema dieser Vertiefungsrichtung ist die finanziell-quantitative Steuerung unternehmerischer und privater Investitions- und Finanzierungsentscheidungen. Studierende sollen auf eine Managementtätigkeit im Finanzdienstleistungssektor oder im Finanzbereich von Industrie und Dienstleistungsunternehmen vorbereitet werden. Im Vordergrund steht das Erlangen hochschulspezifischer Kenntnisse als Basis einer Tätigkeit in den Unternehmensbereichen Finanzen, Banken und Controlling. Im Bereich Finanzen werden dazu die Elemente der klassischen und modernen Finanzierungstheorie ebenso wie der institutionelle Ansatz vermittelt, immer vor dem Hintergrund ihrer Anwendbarkeit in unternehmerischen und privaten Entscheidungssituationen. Im Bereich Banken werden die für eine Tätigkeit in Kreditinstituten wesentlichen Themen des ertragsorientierten Bankmanagements nach Schierenbeck diskutiert. Den Studierenden werden die nötigen Fachkompetenzen für eine erfolgreiche Karriere im Finanzdienstleistungssektor vermittelt. Das Controlling-Konzept fußt auf einem modernen, wertorientierten Controlling-Verständnis im Sinne des Value Controllings. Klassische Planungs- und Kontrollfunktionen werden dabei mit dem Shareholder Value Ansatz integriert.

Innerhalb der Vertiefungsrichtungen können durch Kombination bestimmter Wahlpflichtmodule folgende Spezialisierungen absolviert werden:

Spezialisierung 4.1: Management & Finance (40 CP)

Spezialisierung 4.2: Financial Services (40 CP)

### **Spezialisierung 4.1: Management & Finance (40 CP)**

In der Spezialisierung „Finance & Management“ wird ein vielschichtiges Bild zu Management und Finance-Fragen gezeichnet. Dabei werden den Rahmenbedingungen Risikomanagement und Aufsichtsrecht ein besonderes Augenmerk geschenkt. Mit diesen grundlegenden und stark ausstrahlenden Fachgebieten werden alle relevanten Fragen der Finanzdienstleistungsbranche erörtert. Im Fokus stehen dabei aktuellen Entwicklungen aus der Branche: Fusionen und Digitalisierung. Beides wird intensiv diskutiert. Hiermit können die Studierenden differenziert und kritisch die eigenen Unternehmensentwicklungen hinterfragen und konstruktive Vorschläge erarbeiten, um zukunftsfähige Empfehlungen aussprechen zu können.

### **Spezialisierung 4.2: Financial Services (40 CP)**

In einem umfassenden Gesamtkonzept werden verschiedene Bereiche der Financial Services Industry durchleuchtet. Aufbauend auf dem Konzept des Ertragsorientierten Bankmanagements werden die zentralen Elemente der Messung von Rentabilität und Risiko als Basis einer integrierten Rendite-/Risikosteuerung des Bankgeschäfts besprochen. Zudem wird ein Überblick über das institutionelle Versicherungsmanagement und die Betriebsabläufe einer Versicherung geboten. Die zentralen Elemente des Geschäftsbereichs Wealth Management werden erörtert. Jedes Projekt in einem Finanzdienstleistungsunternehmen hat mehr oder weniger große Konsequenzen für den Bereich ORG/IT. Deshalb wird in dieser Spezialisierung ein Überblick über und Einblick in verschiedene Bereiche der ORG/IT geboten. Außerdem wird die Digitalisierung der Finanzwirtschaft problematisiert.

## **Vertiefungsrichtung 5: Innovation, Technologie und Digitalisierung**

Die Vertiefungsrichtung „Innovation, Technologie und Digitalisierung“ adressiert die technologisch getriebene Schnittstelle zwischen klassischem Innovationsmanagement und der zunehmenden Digitalisierung fast aller Wirtschaftssektoren und Lebensbereiche. Die Studierenden verstehen Innovation dabei im weiteren Sinne als die gesamten Schritte von der kreativen Invention bis hin zur erfolgreichen Etablierung des fertigen Produkts oder der innovativen Dienstleistung auf dem Markt. Sie kennen die entscheidende Rolle, die die Informationstechnologie und die Digitalisierung in der modernen Unternehmensführung spielen. Des Weiteren werden in dieser Vertiefungsrichtung Module zum Management von IT-Strukturen und -Prozessen angeboten.

Innerhalb der Vertiefungsrichtungen können durch Kombination bestimmter Wahlpflichtmodule folgende Spezialisierungen absolviert werden:

Spezialisierung 5.1: Digital Management (30 CP)

Spezialisierung 5.2: Digital Innovation (30 CP)

Spezialisierung 5.3: IT Management (40 CP)

### **Spezialisierung 5.1: Digital Management (30 CP)**

Die Spezialisierung „Digital Management“ ermöglicht es den Studierenden, die Aspekte einer effizienten und strategisch ausgerichteten Führung im digitalen Umfeld zu verstehen. Im Fokus steht das Managementwissen zu den grundlegenden Prinzipien der digitalen Wirtschaft, digitale Beschaffung und Produktion sowie das digitale Marketing der Produkte und Dienstleistungen.

### **Spezialisierung 5.2: Digital Innovation (30 CP)**

Die Spezialisierung „Digital Innovation“ fokussiert diejenigen Innovationen, die wesentlich durch digitale Technologien geprägt sind. Die Studierenden verstehen diese digitalen Technologien, aber auch die Methoden der Datenanalyse und des Datenmanagements und Grundlagen der Trendforschung. In Summe können sie dieses Wissen konkret zur aktiven Unterstützung von Innovationsprozessen im Unternehmen nutzen.

### **Spezialisierung 5.3: IT Management (40 CP)**

In der Spezialisierung „IT Management“ liegt der Fokus auf allen die Informationstechnologie betreffenden Aspekten. Die Studierenden werden nicht nur in die Lage versetzt, das Management betrieblicher Systeme zu verstehen, sondern können proaktiv IT-Change Management im Unternehmen vorantreiben. Daneben können sie Schlussfolgerungen aus aktueller IT-Rechtsprechung ziehen, verstehen die Konzepte eines erfolgreichen IT-Personalmanagements und sind in der Lage, neue technologische Trends zu erkennen sowie auf die Nutzbarkeit im Unternehmen zu prüfen.

## **Vertiefungsrichtung 6: Branchenspezifische Betriebswirtschaftslehre und spezifische Managementmethoden**

Die BWL kann nach Funktionen aber auch nach Institutionen oder Branchen unterteilt werden. Immer dann, wenn Branchen spezifische betriebswirtschaftliche und marktseitige Herausforderungen haben, wird ein individuelles, auf diese Branche zugeschnittenes Management erforderlich. Die Fakultät Business and Economics trägt diesem Sachverhalt mit einer eigenen Vertiefungsrichtung Rechnung. Dort werden Module angeboten, die sich mit einzelnen Branchen und ihren betriebswirtschaftlichen Funktionsbereichen auseinandersetzen. Dazu gehören zum Beispiel der Handel, die Medienbranche sowie die Hotellerie. Des Weiteren werden in dieser Vertiefungsrichtung spezifische Managementmethoden angeboten wie zum Beispiel das Qualitätsmanagement, das Management der IT-Compliance sowie Business Computing.

Innerhalb der Vertiefungsrichtungen können durch Kombination bestimmter Wahlpflichtmodule folgende Spezialisierung absolviert werden:

Spezialisierung 6.1: Strategic and innovative Management (40 CP)

Spezialisierung 6.2: Strategy, Retail & Service (30 CP)

Spezialisierung 6.3: Hotellerie (40 CP)

Spezialisierung 6.4: Handel (40 CP)

Spezialisierung 6.5: Business Computing (40 CP)

Spezialisierung 6.6: IT Compliance (40 CP)

Spezialisierung 6.7: Verpackungsmanagement (40 CP)

Spezialisierung 6.8: Media Management (40 CP)

Spezialisierung 6.9: Publishing (30 CP)

Spezialisierung 6.10: Qualitätsmanagement (40 CP)

### **Spezialisierung 6.1: Strategic and innovative Management (40 CP)**

Die Spezialisierung Strategic and Innovative Management bereitet Teilnehmer auf zunehmend komplexer werdende Herausforderungen, die an Führungskräfte gestellt werden, vor. Das Knowhow des Unternehmens soll mit innovativen Ansätzen stetig erweitert und das Wissen der Mitarbeiter dauerhaft und für alle Bereiche des Unternehmens zugänglich gemacht werden. Um auch in Zukunft effektives und effizientes Agieren des Unternehmens intern, vor allem jedoch gegenüber den beteiligten Stakeholdern gewährleisten zu können, werden den Teilnehmern Kenntnisse über neue mögliche Organisations- und Kommunikationsstrukturen vermittelt. Auch die wandelnden Herausforderungen an die Unternehmens- und vor allem die Führungskultur werden umfangreich thematisiert. All dies geschieht unter Anwendung neuester Methoden und Tools der aktuellen Managementlehre.

### **Spezialisierung 6.2: Strategy, Retail & Service (30 CP)**

In der Spezialisierung „Strategy, Retail und Service“ liegt der Fokus auf Handelsmarketing und Servicemanagement und das jeweils aus strategischer Sichtweise. Daneben verstehen die Studierenden wichtige Anforderungen an das Qualitätsmanagement und wesentliche Prinzipien der organisationalen Führung. Außerdem sind sie in der Lage, wesentliche Innovationen und Technologien im Handelssektor zu erkennen und kritisch zu beurteilen.

### **Spezialisierung 6.3: Hotellerie (40 CP)**

Studierende innerhalb der Spezialisierung „Hotellerie“ können die Hotelbranche und Hotelbetriebe umfassend analysieren und konkrete Erkenntnisse ableiten. Eine Betonung liegt dabei auf der Ausarbeitung von Handlungs- und Gestaltungsempfehlungen zum Umgang mit Markt- und Wettbewerbsveränderungen. So werden neuste Trends thematisiert und umfangreiche Management-Methoden gelehrt, um zukunftsfähige Entscheidung treffen zu können. Zu diesem gehören insbesondere der zeitgemäße Umgang mit Mitarbeitern und Kunden. Dieser soziale Schwerpunkt befähigt die Studierenden die Relevanz der Unternehmenskultur sowie das Kundenverhalten besser zu verstehen und konstruktive Schlussfolgerungen zu ziehen.

### **Spezialisierung 6.4: Handel (40 CP)**

Innerhalb der Spezialisierung „Handel“ werden die Studierenden fokussiert mit Managementfragen rund um die Handelsbranche konfrontiert. Dabei werden insbesondere aktuelle Markt-Entwicklungen und -Chancen erschlossen. Diese können die Studierenden kritisch hinterfragen sowie konstruktiv auf das eigene Unternehmen transferieren. Innovationen und technische Entwicklungen stellen einen Schwerpunkt in der Betrachtung der Branche dar. Auch der Umgang und die Steuerung der Organisation im Sinne eines sozialen Systems stellt einen wichtigen Baustein in der Lehre dar. Hiermit können die Studierenden verantwortungsvolle und umfassende Handlungsempfehlungen für ein Unternehmen entwickeln.

**Spezialisierung 6.5: Business Computing (40 CP)**

Business Computing soll für „Nicht-Informatiker“ relevantes IT-Wissen in kompakter Form vermitteln und auf Basis des Informationsmanagement-Modells von Krcmar einen breiten Überblick über relevante IT-Managementaufgaben geben. Grundlagen der Wirtschaftsinformatik und Informationsmanagement bilden die Wissensbasis. Geschäftsprozessmanagement, Wissensmanagement und E-Business zeigen, wie IT auf Anwenderebene zum Geschäftserfolg beitragen kann. Basiswissen über die Organisation der IT-Dienstleistungen im Unternehmen (IT-Service Prozesse) und die Datenbasis für Business-Intelligence geben einen Einblick in die technischen Anforderungen. Die Frage, wie IT zu Innovationen im Unternehmen führen kann, wird abschließend im Modul IT-Innovationsmanagement behandelt.

**Spezialisierung 6.6: IT Compliance (40 CP)**

Unternehmen sind verpflichtet regulatorische Anforderungen zu erfüllen (Compliance). Durch die wachsende Bedeutung der IT werden speziell in diesem Bereich Compliance-Anforderungen immer wichtiger werden. „Betrug im Onlinehandel“ ist z.B. ein an der Steinbeis-Hochschule vom BMBF gefördertes Forschungsprojekt.

Das PEST-Schema von Falk zeigt, dass technologische, rechtliche sowie ökonomische Einflussfaktoren für IT-Compliance relevant sind. Entsprechend wird Wissen in diesen Bereichen vermittelt: rechtliche Grundlagen der IT-Compliance, technische Grundlagen wie Cyber-Security, Datenbanksysteme, insbesondere Zugriffsrechte auf Daten sowie Softwareauswahl. Zusätzlich wird ökonomisches Wissen wie IT-Controlling oder Wissensmanagement vermittelt.

**Spezialisierung 6.7: Verpackungsmanagement (40 CP)**

Diese Spezialisierung ist auf die Verpackungsbranche zugeschnitten und befasst sich mit aktuellen Fragestellungen des Managements in diesem Industriezweig. Zudem werden weitere Aspekte der Verpackungsindustrie vertieft. Unter anderem werden Marketing-, Vertriebs-, Strategie- und Produktionsprozesse und Wettbewerbsanteile näher beleuchtet. Strategische und operative Planung der Produktion in der Verpackungsindustrie und deren Besonderheiten, Ziele und Optimierung der Verpackungsproduktion sowie Produktionsplanung und moderne MES-Systeme sind Key-Elemente dieser Spezialisierung.

**Spezialisierung 6.8: Media Management (40 CP)**

Die Spezialisierung Media Management vermittelt umfassende betriebswirtschaftliche Kenntnisse für die Führung von Medienunternehmen im Zeitalter der Digitalisierung und crossmedialen Kommunikation. Die Studierenden erlangen umfassendes Wissen auf den Gebieten der betriebs- und finanzwirtschaftlichen Führung von Medienhäusern. Außerdem setzen sie sich intensiv mit Fragen des Medienrechts sowie der integrierten und verwertungsstufenübergreifenden Content-Produktion auseinander. In diesem Kontext wird außerdem ein besonderes Augenmerk auf Innovation, Trends und Innovationsmanagement in der Medienbranche gelegt. Die Studierenden verstehen die wichtigsten Wettbewerbsstrategien in der Medienwirtschaft und sind in der Lage spezifische Managementmethoden anzuwenden.

**Spezialisierung 6.9: Publishing (30 CP)**

Die Spezialisierung vermittelt Fachwissen für das Management und die Führung in der Verlagsbranche. Dabei liegt ein besonderer Fokus auf klassischen Print-Medien wie Buch-, Zeitungs- und Zeitschriftenverlage, die Antworten auf die zunehmende Digitalisierung und Fragmentierung der Branche formulieren müssen. Die Studierenden können sich vertiefend mit den kunden- und marktorientierten Themen Marketing, Public Relations sowie Vertrieb in der Medienbranche befassen. Die Studierenden sind nach Abschluss dieser Spezialisierung in der Lage, Führungskonzepte und Methoden des modernen Managements und Marketings auf die spezifischen Anforderungen der Medien- und Verlagsbranche anzuwenden.



**Spezialisierung 6.10: Qualitätsmanagement (40 CP)**

Einwandfreie Produkte und Dienstleistungen bilden die Basis für Kundenzufriedenheit und Wettbewerbsfähigkeit. Gezielt geplante sowie kontinuierlich verbesserte Aktivitäten unter Berücksichtigung des dynamischen Umfelds steigern die Produktivität der Organisation erheblich. Am Aufbau und der Pflege eines prozessorientierten Managementsystems mitzuwirken und die operativen Bausteine des Qualitätsmanagements zu kennen sind Key-Skills im QM. Zusätzlich werden praxisbezogenes Know-how zu den Qualitätsmethoden und der Prüftechnik erworben.

Operative Anforderungen der DIN EN ISO 9001, die Erweiterung von Methoden- und Fachkompetenz und die Funktion Bindeglied zwischen dem Management und der operativen Wertschöpfungskette sind die zentralen Elemente dieser Spezialisierung. Darüber hinaus werden Verbesserungsprojekte besprochen und risikobasiertes Denken in die Unternehmensbereiche hineingetragen.

Anlage 2: Module in den Modulbereichen  
 Bachelorstudiengang Business Administration  
 Foundation Module

Modul-Nr.	Foundation	Pflicht/Wahl	CP	LNW
F-01	Managementorientierte BWL	P	5	TA
F-02	Volkswirtschaftslehre	P	5	K
F-03	Mathematik	P	5	K
F-04	Statistik	P	5	K
F-05	Projektmanagement	P	5	TA
F-06	Gesellschafts- und Handelsrecht	P/W	5	K
F-07	Recht und Steuern	P/W	5	K
F-08	Financial Accounting and Management Accounting	P/W	5	K
F-09	Investition & Finanzierung & Controlling	P/W	5	K
F-10	Marketing	P	5	TA
F-11	Unternehmensführung	P	5	TA
F-12	Internationales Management	P	5	TA
F-13	Organisationsmanagement	P/W	5	TA
F-14	Kompetenzentwicklung	P	5	TA
F-15	Personalmanagement	P/W	5	TA
F-16	Innovation und Technologie	P/W	5	TA
F-17	Service Learning	P/W	5	TA
F-18	EDV-Digitale Basiskompetenz	P/W	5	TA
F-19	Netzwerkmanagement	P/W	5	TA
	<b>Summe Foundation</b>		<b>80</b>	

**Legende Pflicht/Wahl**

- P** Pflichtmodul
- P/W** In jeder Vertiefungsrichtung sind 7 P/W-Module als Pflichtmodule oder Wahlpflichtmodule zu absolvieren
- W** Es sind sieben W-Module auszuwählen
- W1** Es sind zwei W1-Module auszuwählen
- W2** Es sind sovielen W2- und noch offene W1-Module auszuwählen, dass 70 CP erreicht werden.

**Legende LNW**

- K** Klausur
- TA** Transferarbeit
- C** Case
- M** Mündliche Prüfung
- PR** Präsentation
- PSA** Projektstudienarbeit
- SA** Studienarbeit
- BT** Bachelor Thesis
- /** Wahlmöglichkeit der Lehrkraft
- +** Alle LNW finden statt, die Gewichtung ist in der Modulbeschreibung aufgeführt.

Modul-Nr.	Foundation	Pflicht/Wahl	CP	LNW
F-01	Managementorientierte BWL	P	5	TA
F-02	Volkswirtschaftslehre	P	5	K
F-03	Mathematik	P	5	K
F-04	Statistik	P	5	K
F-05	Projektmanagement	P	5	TA
F-06	Gesellschafts- und Handelsrecht	P	5	K
F-07	Recht und Steuern	P	5	K
F-08	Financial Accounting and Management Accounting	P	5	K
F-09	Investition & Finanzierung & Controlling	P	5	K
F-10	Marketing	P	5	TA
F-11	Unternehmensführung	P	5	TA
F-12	Internationales Management	P	5	TA
F-13	Organisations-Management	P	5	TA
F-14	Kompetenzentwicklung	P	5	TA
F-15	Personalmanagement	P	5	TA
F-16	Innovation und Technologie	P	5	TA
	<b>Summe Foundation</b>		<b>80</b>	

Modul-Nr.	Vertiefung: Management und Unternehmensführung	Pflicht/Wahl	CP	LNW	General Management (40CP)	Integrated Management (30CP)	Innovation (30CP)	International Management (40CP)
IM-1	Research- & Science-Project	W1	5	TA				
IM-2	Innovation-Project	W1	5	TA				
IM-3	Transfer Project	W1	5	TA				
MUF-01	Integrationsmodul: Einführung, Theorien und Entwicklungen in MUF	W1	5	TA				
MUF-02	Business Planning & Business Development	W2	10	K	x		x	
MUF-03	Economics & Tax Law	W2	5	TDR/K	x			
MUF-04	Digitalisierung in Unternehmensführung und Personalmanagement	W2	5	TDR/K		x		
MUF-05	Digitalisierung in Vertrieb und Produktion	W2	5	TDR/K		x		
MUF-06	Kundenorientierung in Unternehmensführung und Personalmanagement	W2	5	TDR/K		x		
MUF-07	Kundenorientierung in Vertrieb und Produktion	W2	5	TDR/K		x		
MUF-08	Organisation und Steuerung von Unternehmensnetzwerken	W2	5	TDR/K		x		
MUF-09	Wissensmanagement in Unternehmensnetzwerken	W2	5	TDR/K		x		
MUF-10	Intrapreneurship	W2	5	TDR/K		x		
MUF-11	Veränderungsmanagement	W2	5	TDR/K		x		
MUF-12	Innovationsmanagement 2.0	W2	10	TA/C			x	
MUF-13	Digital Work & Management	W2	10	TA			x	
MUF-14	Internationalisierungsstrategien	W2	10	TA/C				x
MUF-15	Global Logistics & Supply Chain Management	W2	10	K				x
MUF-16	European & International Law	W2	10	K				x
MUF-17	International Finance & Accounting	W2	10	K				x
MUF-18	International Marketing & Export	W2	10	K				x
MUF-19	Cross Cultural Management	W2	10	K				
CON	Controlling	W2	5	TDR		x		
CUC	Communication & Culture	W2	10	K	x			
CUT	Communication & Teamwork	W2	10	PR/C				
CUY	Corporate University	W2	5	TDR		x		
ENP	Entrepreneurship	W2	10	TDR	x			
FAC	Financial Accounting	W2	5	TDR		x		
FIN	Finanzierung	W2	5	TDR		x		
GWI	Grundlagen der Wirtschaftsinformatik	W2	10	K	x			
INM	International Management advanced	W2	5	TDR	x			
INV	Investition	W2	5	TDR		x		
MAC	Management Accounting	W2	5	TDR		x		
ONM	Online Marketing	W2	10	K				
REC	Recht	W2	5	TDR/K				
SCM	Supply Chain Management	W2	10	K	x			
STM	Strategisches Marketing	W2	10	K	x			
SUS	Summer School	W2	5	TA			x	
	<b>Summe Vertiefungsrichtung (engl. Major)</b>		<b>80</b>					

Modul-Nr.	Project	Pflicht/Wahl	CP	LNW
P-1	Projektstudienarbeit (PSA)	P	5	PSA
P-2	Studienarbeit (SA)	P	5	SA
P-3	Bachelor Thesis	P	10	BT
	<b>Summe Project</b>		<b>20</b>	

<b>Summe Gesamt B.A. (Foundation + Major + Project)</b>			<b>180 CP</b>	
---	--	--	---------------	--

Anlage 2: Module in den Modulbereichen  
 Bachelorstudiengang Business Administration  
 Vertiefung: Organisation & Personal

Modul-Nr.	Foundation	Pflicht/Wahl	CP	LNW
F-01	Managementorientierte BWL	P	5	TA
F-02	Volkswirtschaftslehre	P	5	K
F-03	Mathematik	P	5	K
F-04	Statistik	P	5	K
F-05	Projektmanagement	P	5	TA
F-06	Gesellschafts- und Handelsrecht	P	5	K
F-07	Recht und Steuern	P	5	K
F-08	Financial Accounting and Management Accounting	P	5	K
F-09	Investition & Finanzierung & Controlling	P	5	K
F-10	Marketing	P	5	TA
F-11	Unternehmensführung	P	5	TA
F-12	Internationales Management	P	5	TA
F-13	Organisations-Management	P	5	TA
F-14	Kompetenzentwicklung	P	5	TA
F-15	Personalmanagement	P	5	TA
F-16	Innovation und Technologie	P	5	TA
	<b>Summe Foundation</b>		<b>80</b>	

Modul-Nr.	Vertiefung: Organisation & Personal	Pflicht/Wahl	CP	LNW	Personalmanagement (40CP)	Organisation & Prozessmanagement (40CP)
IM-1	Research- & Science-Project	W1	5	TA		
IM-2	Innovation-Project	W1	5	TA		
IM-3	Transfer Project	W1	5	TA		
ORP-01	Integrationsmodul: Einführung, Theorien und Entwicklungen in Organisation und Personal	W1	5	TA		
ORP-02	Personalplanung und -beschaffung	W2	10	K	x	
ORP-03	Personalauswahl	W2	10	TA	x	
ORP-04	Personalentwicklung	W2	10	TA	x	
ORP-05	Arbeitsrecht	W2	10	K	x	
ORP-06	Organisationsdesign	W2	10	TA		x
ORP-07	Instrumente der Organisationsarbeit	W2	10	K		x
ORP-08	Prozessmanagement	W2	10	K		x
ORP-09	Prozessmodellierung	W2	10	TA		x
ORP-10	Kommunikation und Führung	W2	10	K/TA		
ORP-11	Projektleitung	W2	10	K/TA		
ORP-12	Change Management	W2	10	K/TA		
	<b>Summe Vertiefungsrichtung (engl. Major)</b>		<b>80</b>			

Project	Pflicht/Wahl	CP	LNW	
P-1	Projektstudienarbeit (PSA)	P	5	PSA
P-2	Studienarbeit (SA)	P	5	SA
P-3	Bachelor Thesis	P	10	BT
	<b>Summe Project</b>		<b>20</b>	

<b>Summe Gesamt B.A. (Foundation + Major + Project)</b>		<b>180 CP</b>
---	--	---------------

Modul-Nr.	Foundation	Pflicht/Wahl	CP	LNW
F-01	Managementorientierte BWL	P	5	TA
F-02	Volkswirtschaftslehre	P	5	K
F-03	Mathematik	P	5	K
F-04	Statistik	P	5	K
F-05	Projektmanagement	P	5	TA
F-06	Gesellschafts- und Handelsrecht	P	5	K
F-07	Recht und Steuern	P	5	K
F-08	Financial Accounting and Management Accounting	P	5	K
F-09	Investition & Finanzierung & Controlling	P	5	K
F-10	Marketing	P	5	TA
F-11	Unternehmensführung	P	5	TA
F-12	Internationales Management	P	5	TA
F-13	Organisations-Management	P	5	TA
F-14	Kompetenzentwicklung	P	5	TA
F-15	Personalmanagement	P	5	TA
F-16	Innovation und Technologie	P	5	TA
	<b>Summe Foundation</b>		<b>80</b>	

Modul-Nr.	Vertiefung: Marketing, Media und Kommunikation	Pflicht/Wahl	CP	LNW	Marketing Management (30CP)	Marketing Communication (30CP)	Vertriebsmanagement (40CP)	Kreation (40CP)
IM-1	Research- & Science-Project	W1	5	TA				
IM-2	Innovation-Project	W1	5	TA				
IM-3	Transfer Project	W1	5	TA				
MMK-01	Integrationsmodul: Einführung, Theorien und Entwicklungen in MMK	W1	5	TA				
MMK-02	Medienanalyse und -planung	W2	10	K		x		
MMK-03	Kreativitätstechniken & Methoden: Text	W2	10	K				x
MMK-04	Kreativitätstechniken & Methoden: Grafik Design	W2	10	K				x
MMK-05	Integrierte Kommunikation	W2	10	TA				x
MMK-06	Transfermodul: Kreation & Management	W2	10	K/TA				x
MMK-07	Marketing & Vertriebscontrolling	W2	10	K/TA	x		x	
MMK-08	Customer Relationship Management	W2	10	K				
MMK-09	Marketingrecht & Vertragsgestaltung	W2	10	K			x	
MMK-10	Dienstleistungs- und Investitionsgütermarketing	W2	10	K				
MMK-11	Verkaufpsychologie	W2	10	K			x	
CUT	Communication & Teamwork	W2	10	PR/C				
KVM	Konsumentenverhalten & Marktforschung	W2	10	K	x			
MAK	Marketingkommunikation & Markenführung	W2	10	TDR		x		
ONM	Online Marketing	W2	10	K		x		
STM	Strategisches Marketing	W2	10	K	x			
VAM	Vertriebs- und Accountmanagement	W2	10	TA			x	
	<b>Summe Vertiefungsrichtung (engl. Major)</b>		<b>80</b>					

Project	Pflicht/Wahl	CP	LNW	
P-1	Projektstudienarbeit (PSA)	P	5	PSA
P-2	Studienarbeit (SA)	P	5	SA
P-3	Bachelor Thesis	P	10	BT
	<b>Summe Project</b>		<b>20</b>	

<b>Summe Gesamt B.A. (Foundation + Major + Project)</b>		<b>180 CP</b>
---	--	---------------

Anlage 2: Module in den Modulbereichen  
 Bachelorstudiengang Business Administration  
 Vertiefung: Finanzen, Banken und Controlling

Modul-Nr.	Foundation	Pflicht/Wahl	CP	LNW
F-01	Managementorientierte BWL	P	5	TA
F-02	Volkswirtschaftslehre	P	5	K
F-03	Mathematik	P	5	K
F-04	Statistik	P	5	K
F-05	Projektmanagement	P	5	TA
F-06	Gesellschafts- und Handelsrecht	W	5	K
F-07	Recht und Steuern	W	5	K
F-08	Financial Accounting and Management Accounting	W	5	K
F-09	Investition & Finanzierung & Controlling	W	5	K
F-10	Marketing	P	5	TA
F-11	Unternehmensführung	P	5	TA
F-12	Internationales Management	P	5	TA
F-13	Organisationsmanagement	W	5	TA
F-14	Kompetenzentwicklung	P	5	TA
F-15	Personalmanagement	W	5	TA
F-16	Innovation und Technologie	W	5	TA
F-17	Service Learning	W	5	TA
F-18	EDV-Digitale Basiskompetenz	W	5	TA
F-19	Netzwerkmanagement	W	5	TA
	<b>Summe Foundation</b>		<b>80</b>	

Modul-Nr.	Vertiefung: Finanzen, Banken und Controlling	Pflicht/Wahl	CP	LNW	Management & Finance (40CP)	Financial Services (40CP)
IM-1	Research- & Science-Project	W1	5	TA		
IM-2	Innovation-Project	W1	5	TA		
IM-3	Transfer Project	W1	5	TA		
FBC-01	Integrationsmodul: Einführung, Theorien und Entwicklungen in FBC	W1	5	TA		
FBC-02	Risikomanagement	W2	10	K	x	
FBC-03	Rentabilitätsmanagement	W2	10	K	x	
FBC-04	Mergers & Acquisitions	W2	10	K	x	
FBC-05	Digitalisierung	W2	10	K	x	
FBC-06	Retail & Private Banking	W2	5	K	x	
FBC-07	Firmenkundengeschäft	W2	5	K	x	
FBC-08	Bilanzierung und Aufsichtsrecht	W2	10	K	x	
FBC-09	Portfoliomanagement & Derivate	W2	10	K	x	
FBC-10	Bankmanagement I	W2	5	TDR/K		x
FBC-11	Bankmanagement II	W2	5	TDR/K		x
FBC-12	Organisation/IT I	W2	5	TDR/K		x
FBC-13	Organisation/IT II	W2	5	TDR/K		x
FBC-14	Wealth Management I	W2	5	TDR/K		x
FBC-15	Wealth Management II	W2	5	TDR/K		x
FBC-16	Treasury- und Einlagenmanagement	W2	5	TDR/K		x
FBC-17	Versicherungsmanagement I	W2	5	TDR/K		x
FBC-18	Versicherungsmanagement II	W2	5	TDR		x
CON	Controlling	W2	5	TDR		x
CUY	Corporate University	W2	5	TDR		x
FAC	Financial Accounting	W2	5	TDR		x
FIN	Finanzierung	W2	5	TDR		x
INV	Investition	W2	5	TDR		x
MAC	Management Accounting	W2	5	TDR		x
REC	Recht	W2	5	TDR		
SUS	Summer School	W2	5	TA		x
	<b>Summe Vertiefungsrichtung (engl. Major)</b>		<b>80</b>			

Project	Pflicht/Wahl	CP	LNW
P-1	Projektstudienarbeit (PSA)	P	PSA
P-2	Studienarbeit (SA)	P	SA
P-3	Bachelor Thesis	P	BT
	<b>Summe Project</b>		<b>20</b>

<b>Summe Gesamt B.A. (Foundation + Major + Project)</b>	<b>180 CP</b>
---	---------------

Anlage 2: Module in den Modulbereichen  
 Bachelorstudiengang Business Administration  
 Vertiefung: Innovation, Technologie und Digitalisierung

Modul-Nr.	Foundation	Pflicht/Wahl	CP	LNW
F-01	Managementorientierte BWL	P	5	TA
F-02	Volkswirtschaftslehre	P	5	K
F-03	Mathematik	P	5	K
F-04	Statistik	P	5	K
F-05	Projektmanagement	P	5	TA
F-06	Gesellschafts- und Handelsrecht	P	5	K
F-07	Recht und Steuern	P	5	K
F-08	Financial Accounting and Management Accounting	P	5	K
F-09	Investition & Finanzierung & Controlling	P	5	K
F-10	Marketing	P	5	TA
F-11	Unternehmensführung	P	5	TA
F-12	Internationales Management	P	5	TA
F-13	Organisations-Management	P	5	TA
F-14	Kompetenzentwicklung	P	5	TA
F-15	Personalmanagement	P	5	TA
F-16	Innovation und Technologie	P	5	TA
	<b>Summe Foundation</b>		<b>80</b>	

Modul-Nr.	Vertiefung: Innovation, Technologie und Digitalisierung	Pflicht/Wahl	CP	LNW	Digital Management (30CP)	Digital Innovation (30CP)	IT Management (40CP)
IM-1	Research- & Science-Project	W1	5	TA			
IM-2	Innovation-Project	W1	5	TA			
IM-3	Transfer Project	W1	5	TA			
ITD-01	Integrationsmodul: Einführung, Theorien und Entwicklungen in ITD	W1	5	TA			
ITD-02	Management betrieblicher Systeme	W2	10	K			x
ITD-03	IT-Personalmanagement	W2	10	K			x
ITD-04	IT-Recht	W2	10	K			x
ITD-05	IT-Change & Komplexitätsmanagement	W2	10	K			x
ITD-06	Digitale Technologien	W2	10	K		x	
ITD-07	Datenanalyse und Datenmanagement	W2	10	K	x		
ITD-08	Prinzipien der digitalen Wirtschaft	W2	10	K	x		
ITD-09	Digitale Beschaffung und Produktion	W2	10	K	x		
ITD-10	Grundlagen des digitalen Marketing	W2	10	K/C			
ITD-11	Digitale Trends und Trendforschung	W2	10	K		x	x
ITD-12	Digitales Innovationsmanagement	W2	10	K/TA		x	
CUT	Communication & Teamwork	W2	10	PR/C			
GWI	Grundlagen der Wirtschaftsinformatik	W2	10	K			
ONM	Online Marketing	W2	10	K			
	<b>Summe Vertiefungsrichtung (engl. Major)</b>		<b>80</b>				

Modul-Nr.	Project	Pflicht/Wahl	CP	LNW
P-1	Projektstudienarbeit (PSA)	P	5	PSA
P-2	Studienarbeit (SA)	P	5	SA
P-3	Bachelor Thesis	P	10	BT
	<b>Summe Project</b>		<b>20</b>	

<b>Summe Gesamt B.A. (Foundation + Major + Project)</b>			<b>180 CP</b>	
---	--	--	---------------	--

Anlage 2: Module in den Modulbereichen  
 Bachelorstudiengang Business Administration  
 Vertiefung: Branchenspezifische Betriebswirtschaftslehre und spezifische  
 Managementmethoden



Modul-Nr.	Foundation	Pflicht/Wahl	CP	LNW
F-01	Managementorientierte BWL	P	5	TA
F-02	Volkswirtschaftslehre	P	5	K
F-03	Mathematik	P	5	K
F-04	Statistik	P	5	K
F-05	Projektmanagement	P	5	TA
F-06	Gesellschafts- und Handelsrecht	P	5	K
F-07	Recht und Steuern	P	5	K
F-08	Financial Accounting and Management Accounting	P	5	K
F-09	Investition & Finanzierung & Controlling	P	5	K
F-10	Marketing	P	5	TA
F-11	Unternehmensführung	P	5	TA
F-12	Internationales Management	P	5	TA
F-13	Organisations-Management	P	5	TA
F-14	Kompetenzentwicklung	P	5	TA
F-15	Personalmanagement	P	5	TA
F-16	Innovation und Technologie	P	5	TA
	<b>Summe Foundation</b>		<b>80</b>	

Modul-Nr.	Vertiefung: Branchenspezifische BWL	Pflicht/Wahl	CP	LNW	Strategic and innovative Management (40CP)	Strategy, Retail & Service (30CP)	Hotellerie (40CP)	Handel (40CP)	Business Computing (40CP)	IT Compliance (40CP)	Verpackungsmanagement (40CP)	Media Management (40CP)	Publishing (30CP)	Qualitätsmanagement (40CP)
IM-1	Research- & Science-Project	W1	5	TA										
IM-2	Innovation-Project	W1	5	TA										
IM-3	Transfer Project	W1	5	TA										
BBM-01	Integrationsmodul: Einführung, Theorien und Entwicklungen in BBM	W1	5	TA										
BBM-02	Einführung in das Qualitätsmanagement	W2	10	K										x
BBM-03	Qualitätsmanagementsysteme	W2	10	TDR										x
BBM-04	Effektive Qualitätstechniken	W2	10	TDR										x
BBM-05	Total Quality Management	W2	10	TDR										x
BBM-06	BWL & Finanzen in der Medienbranche	W2	10	K								x		
BBM-07	Recht in der Medienbranche	W2	10	K							x			
BBM-08	Management & Führung in der Medienbranche	W2	10	K									x	
BBM-09	Innovation in der Medienbranche	W2	10	K							x			
BBM-10	Marketing in der Medienbranche	W2	5	K									x	
BBM-11	Kommunikation und Presse	W2	5	K									x	
BBM-12	Vertrieb und Vermarktung in der Medienbranche	W2	10	K									x	
BBM-13	Content Production and Management	W2	10	K								x		
BBM-14	Servicemanagement	W2	10	K		x								
BBM-15	Qualitätsmanagement und Organisationale Führung	W2	10	K		x								
BBM-16	Trends & Marktentwicklung	W2	5	K			x							
BBM-17	Operations & Revenue Management	W2	10	K			x							
BBM-18	Informations- und Wissenschaftsmanagement	W2	5	TDR	x				x	x	x			x
BBM-19	Hotemarketing	W2	10	K			x							
BBM-20	Personalmanagement in der Hotellerie	W2	10	K			x							
BBM-21	Food & Beverage Management	W2	5	K			x							
BBM-22	Innovation & Technologie im Handel	W2	5	K				x						
BBM-23	Electronic Commerce	W2	5	K	x			x						
BBM-24	Einkauf & Logistik	W2	10	K				x						
BBM-25	Handelscontrolling	W2	10	K				x						
BBM-26	Kosten- und Qualitätsmanagement	W2	10	K			x	x						
BBM-27	Handelsmarketing	W2	10	K		x		x						
BBM-28	Recht im Handel	W2	10	K				x						
BBM-29	Einführung in die Wirtschaftsinformatik	W2	5	TDR/K					x	x	x			
BBM-30	Business Intelligence I	W2	10	TDR/K	x				x					
BBM-31	Geschäftsprozessmanagement	W2	10	TDR/K					x		x			
BBM-32	IT Service Prozesse	W2	10	TDR/K					x					
BBM-33	Business Intelligence II	W2	10	TDR/K					x					
BBM-34	IT Innovationsmanagement	W2	10	TDR/K					x					
BBM-35	Cyber Security	W2	10	TDR/K						x				
BBM-36	Auswahl und Integration von Software	W2	10	TDR/K						x				
BBM-37	IT Controlling	W2	10	TDR/K						x				
BBM-38	Datenbanksysteme	W2	10	TDR/K						x				
BBM-39	IT Compliance und IT-Recht I	W2	10	TDR/K						x				
BBM-40	IT Compliance und IT-Recht II	W2	10	TDR/K						x				
BBM-41	Strategisches Management	W2	10	TDR/K	x									x
BBM-42	Strategisches Innovationsmanagement	W2	10	TDR/K	x									x
BBM-43	Führung	W2	5	TDR/K	x						x			x
BBM-44	Verpackungsmanagement: Markt, Kunde und Organisation	W2	10	TDR/K							x			
BBM-45	Verpackungsmanagement: Strategie und Führung	W2	10	TDR/K							x			
BBM-46	Verpackungsmanagement: Einkauf und Produktion	W2	10	TDR/K							x			
BBM-47	e-Business	W2	10	TDR/K					x		x			
CUC	Communication & Culture	W2	10	K	x		x							
ENP	Entrepreneurship	W2	10	TDR	x									
INM	International Management advanced	W2	5	TDR	x						x			
KVM	Konsumentenverhalten & Marktforschung	W2	10	K			x							
MAK	Marketingkommunikation & Markenführung	W2	10	TDR										
SCM	Supply Chain Management	W2	10	K				x						
STM	Strategisches Marketing	W2	10	K										
VAM	Vertriebs- und Accountmanagement	W2	10	TA										
	<b>Summe Vertiefungsrichtung (engl. Major)</b>		<b>80</b>											

Project	Pflicht/Wahl	CP	LNW
P-1	Projektstudienarbeit (PSA)	5	PSA
P-2	Studienarbeit (SA)	5	SA
P-3	Bachelor Thesis	10	BT
	<b>Summe Project</b>	<b>20</b>	

<b>Summe Gesamt B.A. (Foundation + Major + Project)</b>		<b>180 CP</b>
---	--	---------------