

2. Änderung
der Studien- und Prüfungsordnung
für den Masterstudiengang
Business Management
(Master of Arts)

Auf der Grundlage von §3 19 Abs. 2, 22 Abs. 2, 72 Abs. 2 Nr. 1 des Brandenburgischen Hochschulgesetzes (BbgHG) in der Fassung der Bekanntmachung vom 28. April 2014 (GVBl. 1/14, Nr. 18), geändert durch Artikel 2 des Gesetzes vom 5. Juni 2019 (GVBl. I/19, [Nr. 20], S.3), i.V.m. § 14 Abs. 3 der Grundordnung der TH Wildau in der Fassung der Bekanntmachung vom 21.08.2019 (Amtl. Mitteilungen der TH Wildau 45/2019) sowie den Bestimmungen der Rahmenordnung der TH Wildau in der Fassung der Bekanntmachung vom 04.07.2019 (Amtl. Mitteilungen Nr. 42/2019) erlässt der Fachbereichsrat des Fachbereichs Wirtschaft, Informatik, Recht der Technischen Hochschule Wildau mit Beschlussfassung vom 27.01.2020 die folgende Änderung der Studien- und Prüfungsordnung für den Master-Studiengang Business Management:

Artikel 1

Die Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Management der Technischen Hochschule vom 10.05.2019 (Amtliche Mitteilung der Technischen Hochschule 28/2019) wird wie folgt geändert:

- Die Änderung betrifft die Studienpläne.

Artikel 2

In-Kraft-Treten; Außer-Kraft-Treten

Die Neuregelungen gelten erstmalig für den Immatrikulationsjahrgang 2019.

Wildau, 20.05.2020



Prof. Dr. U. Tippe
Präsidentin

Anhang: Studienpläne

Business Management (B./Ma.) Vollzeit/dual/Teilzeit
 FBR 27.01.2020

Module	V	Ü	L	P	S	ges.	WS			SS			WS			SS		
							1. Sem.			2. Sem.			3. Sem.			4. Sem.		
							SWS	PA	CP	SWS	PA	CP	SWS	PA	CP	SWS	PA	CP
General Management																		
Human Resource Management (engl.)	2	2				4	4	SMP	6									
Technologiemanagement	2	2				4	4	KMP	6									
Quantitative Methoden	2		2			4	4	FMP	6									
Strategisches IT-Management	2	2				4				4	SMP	6						
Organisationsmanagement	2	2				4				4	SMP	6						
Internationale Wirtschaftskommunikation (engl.)	2	2				4							4	SMP	6			
Strategische Unternehmensplanung	2	2				4							4	KMP	6			
Marketingmanagement																		
Internationale Marketingstrategien	2	2				4	4	FMP	6									
Käuferverhalten	2	2				4	4	SMP	6									
Marketing-Instrumente	2	2				4				4	SMP	6						
Dienstleistungsmarketing	2	2				4				4	KMP	6						
Industriegüter- und Innovationsmarketing	2	2				4							4	SMP	6			
Marketingprojekte	2	2				4							4	SMP	6			
Finanzmanagement/Rechnungswesen																		
(alternativ zu Marketingmanagement)																		
Kostenmanagement	2	2				4	4	FMP	6									
Investitionsplanung	2	2				4	4	SMP	6									
Internationale Rechnungslegung	2	2				4				4	KMP	6						
Finanzmanagement	2	2				4				4	SMP	6						
Ausgewählte Themen in Steuern, Accounting und Valuation	2	2				4							4	SMP	6			
Finanzcontrolling	2	2				4							4	FMP	6			
Wahlpflichtmodule																		
Management I	2	2				4				4		6						
Management II	2	2				4							4		6			
Summe der Semesterwochenstunden	30	28	2	0	0	60	20			20			20					
Summe Credits Lehre						90			30			30			30			
Credits f. Masterarbeit						24										24		
Credits f. Kolloquium						6										6		
Summe Credits						120			30			30			30	30		

V Vorlesung
 Ü Übung
 L Labor
 P Projekt
 S Seminar

WS Wintersemester
 SS Sommersemester
 SWS Semesterwochenstunden
 PA Prüfungsart
 CP Credit Points

FMP Feste Modulprüfung
 SMP Studienbegl. Modulprüfung
 KMP Kombinierte Modulprüfung

