

**Studien- und Prüfungsordnung
für den Master-Studiengang
Business Management
(Master of Arts)**

Auf der Grundlage von §§ 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. I/14, Nr. 18), geändert durch Artikel 2 des Gesetzes vom 1. Juli 2015 (GVBl. I/15 [Nr. 18]), i.V.m. §14 Abs. 1 der Grundordnung der TH Wildau in der Fassung der Bekanntmachung vom 11. April 2007 (Amtl. Mitteilung der TH Wildau 05/2007), zuletzt geändert mit Wirkung 9. Juli 2015 (Amtl. Mitteilungen 16/2015), sowie den Bestimmungen der Rahmenordnung der TH Wildau in der Fassung der Bekanntmachung vom 14. September 2017 (Amtl. Mitteilung 46/2017) erlässt der Fachbereichsrat des Fachbereichs Wirtschaft, Informatik, Recht der TH Wildau mit Beschlussfassung vom 8. Januar 2018 die folgende Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Management:

Inhaltsverzeichnis

§1 Qualifikationsziele des Studiengangs	3
§ 2 Allgemeiner Studienablauf	4
§ 3 Kooperierende Partner des Studiengangs	4
§ 4 Studienart und Studientyp des Studiengangs.....	4
§ 5 Regelstudienzeit und Erstimmatrikulation	4
§ 6 Zugangsvoraussetzungen und Zulassungskriterien	5
§ 7 Spezifischer Studienablauf	6
§ 8 Praxisphasen	7
§ 9 Abschlussarbeit	7
§ 10 Abschlussprüfung.....	8

Es werden in dieser Studien- und Prüfungsordnung nur männliche Formen verwandt. Diese sind so zu verstehen, dass jeweils männliche und weibliche Form gemeint sind.

§1 Qualifikationsziele des Studiengangs

- (1) Ziel des Master-Studiengangs Business Management ist die wissenschaftlich fundierte Ausprägung und Vertiefung von multivalent anwendbaren Kenntnissen, Fähigkeiten und Motivationen für Managementtätigkeiten, die auf die proaktive und innovative Erschließung sowie Realisierung von geschäftlichen Möglichkeiten durch eine wertschöpfungsorientierte Unternehmensführung gerichtet sind. Diese Mission des Studiengangs leitet sich von grundlegenden Unternehmensfunktionen ab, die durch das Management als

- zielorientierte Gewährleistung und Umwandlung von Ressourcen aller Art in marktfähige Leistungen (Produkte, Dienstleistungen) sowie als
- effektive Gestaltung, Absicherung und Erneuerung der zugrundeliegenden Unternehmensprozesse und -strukturen

vollzogen werden. Als managementorientierte Konkretisierung dieser Funktionen vermittelt der Studiengang Kenntnisse, Fähigkeiten und Motivationen, mit denen Manager die marktorientierte Nutzung, Erhaltung und Erneuerung des Systems „Unternehmen“ gewährleisten. Das betrifft die

- Arbitragefunktion: Manifestiert sich im Erkennen unternehmerischer Chancen in ungleichgewichtigen Marktlagen mit der Aussicht auf temporäre Vorsprungsgewinne bzw. Zusatzrenditen.
- Koordinationsfunktion: Beschreibt den möglichst reibungslosen Vollzug der Wertschöpfungsprozesse zur Leistungserstellung sowie der damit verbundenen Unterstützungsprozesse (Bereitstellungsleistungen, Koordination betrieblicher Leistungsträger).
- Innovationsfunktion: Umfasst alle mit der Entwicklung und Durchsetzung von Neuerungen verbundenen Tätigkeiten (Produkt-, Prozess-, Organisations-, Geschäftsmodell- sowie Strategie- und Führungsinnovationen).
- Risikomanagementfunktion: Betrifft den Umgang mit geschäftlichen Unsicherheiten als weitestgehend erkennbare Bedrohungen (Erkennen, Übernehmen, Verteilung, Absicherung bzw. Bekämpfung von Unternehmensrisiken), insbesondere auch von Markt- und Finanzierungsrisiken.

Die dafür im Studiengang erforderlichen integrierten Handlungskompetenzen werden so vermittelt, dass ihre situationsbedingte Abstimmung und Schwerpunktsetzung im prozessual verbundenen, praktischen Managerhandeln durch wirksame Methoden und die Nutzung moderner Informations- und Kommunikationstechnologien gewährleistet ist.

Insbesondere hinsichtlich der wissenschaftlichen Fundierung, der selbständigen Entwicklung von Lösungsalternativen und der Befähigung zu strategischem Denken und verantwortungsbewusstem Entscheiden und Handeln in komplexen und sich wandelnden Kontexten wird hier eine neue Qualität in der Ausbildung erreicht.

Die Studierenden haben über dieses Master-Programm die Möglichkeit, sich hinsichtlich Fachkenntnissen und Managementkompetenzen zu spezialisieren in den Schwerpunkten:

- Marketingmanagement und
- Finanzmanagement/Rechnungswesen.

Beide Vertiefungen basieren gemeinsam auf generellen Managementmodulen, in denen Wissen und Methoden der modernen Unternehmensführung vermittelt werden.

- (2) Das Masterstudium erweitert und spezialisiert die Qualifikationen aus dem Bachelor Studium. Es ist Voraussetzung für eine Promotion.

§ 2

Allgemeiner Studienablauf

Für den allgemeinen Studienablauf gilt die Rahmenordnung der TH Wildau in ihrer jeweils gültigen Fassung. Die Rahmenordnung ist aufrufbar unter den Amtlichen Mitteilungen auf der Homepage der TH Wildau.

§ 3

Kooperierende Partner des Studiengangs

Entfällt.

§ 4

Studienart und Studientyp des Studiengangs

- (1) Der Studiengang wird als Präsenzstudium durchgeführt.
- (2) Der Studiengang wird in den Studientypen
 - Vollzeitstudium
 - Teilzeitstudiumangeboten.

§ 5

Regelstudienzeit und Erstimmatrikulation

- (1) Die Regelstudienzeit des Studiengangs beträgt vier Semester im Studientyp Vollzeitstudium und acht Semester im Studientyp Teilzeitstudium. Das Verhältnis zwischen der Regelstudienzeit im Typ Teilzeitstudium und der Regelstudienzeit im Typ Vollzeitstudium beträgt somit $k = 8/4 = 2,00$.
- (2) Die Erstimmatrikulation erfolgt jährlich im Wintersemester.

- (3) Die Verteilung der Studienmodule über die Regelstudienzeit ist studententypspezifisch den Studienplänen des Studiengangs im Anhang zu entnehmen.
- (4) Die in § 7 und § 8 sowie § 9 geregelten zeitlichen Abläufe für den Studententyp Vollzeitstudium verändern sich für das Teilzeitstudium in Abhängigkeit vom Zeitpunkt des Eintritts in dieses gemäß dem Studienplan für das Teilzeitstudium. Dies gilt entsprechend bei einem Wechsel vom Teilzeit- in ein Vollzeitstudium.

§ 6

Zugangsvoraussetzungen und Zulassungskriterien

- (1) Die für den Zugang zum Masterstudium notwendigen Kenntnisse und Fähigkeiten sind durch einen ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschluss (Diplom, Bachelor) in akkreditierten Studiengängen der Wirtschaftsinformatik, Betriebswirtschaftslehre, Europäisches Management, Wirtschaft und Recht, Volkswirtschaftslehre, Logistik oder Wirtschaftsingenieurwesen nachzuweisen.
- (2) Absolventen anderer als in Abs. (1) angeführten Studiengänge erfüllen die Zugangsvoraussetzungen, sofern diese Studiengänge Veranstaltungen beinhalten, die inhaltlich auf
 - mindestens 4 Credit Points (CP) Rechnungswesen und
 - mindestens 4 CP Investition und Finanzierung und
 - mindestens 4 CP Marketing und
 - mindestens 12 CP im Gesamtumfang von Volkswirtschaftslehre, Logistik, Personalwirtschaft oder Produktionswirtschaftbasieren.
- (3) Für den Zugang zu diesem Studiengang müssen ausländische Studienbewerber ihre sprachliche Studierfähigkeit nachweisen. Diese liegt vor, wenn die Studienbewerber die Deutsche Sprachprüfung für Hochschulen (DSH) mit dem Gesamtergebnis DSH-2 oder besser bestanden haben.
- (4) Zum Nachweis von Kenntnissen in Englisch müssen die Bewerber für den Master-Studiengang:
 - a) über entsprechende Sprachkenntnisse, die mindestens B2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen (GER) entsprechen (anerkannte Nachweise befinden sich im Anhang), verfügen oder
 - b) alle Fachenglischmodule, die in dem zu diesem Masterstudiengang qualifizierenden Bachelor- oder Diplomstudiengang vorgesehen sind, an einer Hochschule, die zu einem Mitgliedsstaat der Europäischen Union gehört, erfolgreich absolviert haben, sofern die Zeugnisse kein geringeres Niveau als das in a) genannte ausweisen, oder
 - c) einen schriftlichen und mündlichen Test, der das Niveau B2 prüft, mit dem zuständigen Sprachdozenten an der Technischen Hochschule Wildau bestehen.
- (5) Sofern der Studiengang zulassungsbeschränkt ist, ist die Ordnung der Technischen Hochschule Wildau für die Auswahl von Studierenden in zulassungsbeschränkten Studiengängen in ihrer jeweils gültigen Fassung zu berücksichtigen.

- (6) Gemäß der Ordnung der Technischen Hochschule Wildau für die Auswahl von Studierenden in zulassungsbeschränkten Studiengängen wird – soweit dieser Studiengang zulassungsbeschränkt ist – als weiteres Zulassungskriterium ein Motivationsschreiben verlangt, in dem der Bewerber auf mindestens zwei und höchstens drei Seiten seine Motivation für oder seine Identifikation mit dem gewählten Studiengang darlegt. Das Motivationsschreiben ist fristgerecht mit den anderen Bewerbungsunterlagen einzureichen.

§ 7

Spezifischer Studienablauf

- (1) Der Studiengang ist modular aufgebaut. Das modulare Studium besteht aus Modulen, für die nach dem European Credit Transfer System (ECTS) entsprechende Credit Points (CP) vergeben werden. Für ein erfolgreiches Studium werden insgesamt 120 CP vergeben.
- (2) Der Anhang dieser Studien- und Prüfungsordnung enthält die Studienpläne für das Vollzeit- und Teilzeitstudium und eine Übersetzungstabelle der deutschen Modulbezeichnungen in die englische Sprache.
- (3) Die im Studienplan ausgewiesenen Module stellen den Mindestumfang zu absolvierender Module für einen erfolgreichen Abschluss des Studiums dar. Der Studienplan enthält je Modul dessen semesterweise Zuordnung, Modulart, Prüfungsart, Lehrform, Semesterwochenstunden und Credit Points.
- (4) Durch Beschluss des Prüfungsausschusses können in Abstimmung mit dem Studiengangsprecher die im Studienplan festgelegte Reihenfolge und die Prüfungsart aus zwingenden Gründen für den Studienjahrgang abgeändert werden. Darüber hinausgehende temporäre Änderungen des Studienplans bedürfen der Zustimmung des Fachbereichsrates. Dauerhafte Änderungen des Studienplans bedürfen eines Beschlusses des Fachbereichsrats und einer Veröffentlichung in den Amtlichen Mitteilungen der TH Wildau.
- (5) Der Fachbereichsrats beschließt über eine Liste der zulässigen Wahlpflichtmodule. Mehrere Wahlpflichtmodule können einer Wahlpflichtmodulgruppe zugewiesen sein, die im Studienplan benannt ist. Innerhalb dieser Wahlpflichtmodulgruppe muss vom Studierenden ein Wahlpflichtmodul belegt werden. Jeder Wahlpflichtmodulgruppe sind das Semester, die Semesterwochenstunden und die Leistungspunkte zugewiesen. Die in den Wahlpflichtmodulgruppen ausgewiesenen Wahlpflichtmodule sind mit der Modulbezeichnung (deutsch/englisch) und der Prüfungsart ausgewiesen. Sie werden nur eröffnet, wenn sich ausreichend Studierende eingeschrieben haben. Ein Wahlpflichtmodul kann in mehreren Wahlpflichtmodulgruppen enthalten sein. Ein Student darf im Laufe seines Studiums ein Wahlpflichtmodul nur einmal belegen. Die Liste der zulässigen Wahlpflichtmodule für das Wintersemester muss am Ende des Wintersemesters des Vorjahres und die für das Sommersemester muss am Ende des Sommersemesters des Vorjahres vom Fachbereichsrats beschlossen sein.

- (6) Jedes im Studienplan enthaltene Modul wird anhand einer Modulbeschreibung im Modulhandbuch beschrieben. Das Modulhandbuch ist auf der Webseite des Studiengangs publiziert. Die Modulbeschreibungen bilden die Grundlage für die Durchführung der Module; auf dieser Basis gestaltet der Dozent die Lehre aus. Die Prüfungsform „Multiple Choice“ ist zulässig, darf aber nur maximal 50% einer Prüfungsleistung ausmachen.
- (7) Über die Zulassung von Hilfsmitteln für die Modulprüfung entscheidet der Prüfende. Findet eine Wiederholungsprüfung zusammen mit Studierenden späterer Jahrgänge statt, dann kann die Prüfungsform und das Prüfungsschema in der Wiederholungsprüfung an das der späteren Jahrgänge angepasst werden.
- (8) Mehrere Prüfungen an einem Tag sind im Zusammenhang mit Wiederholungsprüfungen zulässig.
- (9) In begründeten Fällen ist für Studierende ein einmaliger Wechsel vom Vollzeitstudium ins Teilzeitstudium möglich. Der Wechsel vom Teilzeitstudium ins Vollzeitstudium ist einmalig möglich, und nur dann, wenn die Erstimmatrikulation in das Teilzeitstudium erfolgte. Grundsätzlich erfolgt der Wechsel generell nur zum Wintersemester und frühestens nach dem zweiten Teilzeitsemester. Der Einstieg ins Vollzeitstudium wird nur gewährt, wenn alle Module der Vorsemester erfolgreich abgeschlossen wurden. Wechsel sind beim Prüfungsausschuss zu beantragen.
- (10) Studierende haben die Möglichkeit der Absolvierung eines Auslandssemesters. In der Lehrveranstaltungszeit des Vorsemesters vor Antritt des Auslandssemesters ist auf Initiative des Studierenden ein Learning Agreement durch den Studiengangsprecher schriftlich zu bestätigen. Das akademische Auslandsamt ist durch den Studierenden einzubeziehen.
- (11) Das Vollzeitstudium ist wie folgt aufgebaut:
 - Das erste bis dritte Semester bestehen aus theoretischen Studienabschnitten von jeweils 15 Wochen und einer sich daran jeweils anschließenden Prüfungsperiode von zwei Wochen.
 - Das vierte Semester dient der Erstellung der Masterarbeit und der sich daran anschließenden Masterprüfung.

§ 8 Praxisphasen

Entfällt.

§ 9 Abschlussarbeit

- (1) Im letzten Semester gemäß Studienplan ist eine Masterarbeit anzufertigen. Die Beantragung der Arbeit erfolgt online mittels Thesis-System beim Prüfungsausschuss des Fachbereiches.
- (2) Der Bearbeitungszeitraum für die Masterarbeit beträgt 18 Wochen (24 CP). Die Abgabefrist kann auf Antrag des Kandidaten aus Gründen, die er nicht zu vertreten hat, vom Prüfungsausschuss verlängert werden, jedoch maximal um vier Wochen.

§ 10 Abschlussprüfung

- (1) Die Masterprüfung umfasst den erfolgreichen Abschluss aller im Studienplan geforderten Modulprüfungen, die erfolgreiche Anfertigung der Masterarbeit sowie eine mündliche Prüfung zur Masterarbeit (6 CP).
- (2) Die mündliche Prüfung zur Masterarbeit ist grundsätzlich hochschulöffentlich. Sie ist unverzüglich nach Vorliegen der beiden Gutachten durchzuführen. Die mündliche Prüfung erfolgt vor einer Prüfungskommission, die mindestens aus den beiden Gutachtern der schriftlichen Arbeit besteht oder vor einem Prüfenden in Gegenwart eines sachkundigen Beisitzers. Die Prüfung wird differenziert bewertet.
- (3) Die mündliche Prüfung zur Masterarbeit wird in der Regel als Einzelprüfung abgehalten. Ist die Masterarbeit als Gruppenarbeit erbracht worden, kann die mündliche Prüfung zur Masterarbeit auch als Gruppenprüfung mit bis zu zwei Kandidaten durchgeführt werden. Der Beitrag jedes Einzelnen muss hierbei abgegrenzt und individuell bewertbar sein.
- (4) Über den Ablauf der mündlichen Prüfung ist ein Protokoll anzufertigen. Dieses Prüfungsprotokoll muss die wesentlichen Prüfungsfragen und -antworten sowie die Gesamtbewertung enthalten. Es wird vom Beisitzer oder einem Prüfer geführt und von dem Prüfer sowie vom Beisitzer bzw. von den Prüfern unterzeichnet. Das Prüfungsergebnis ist dem bzw. den Kandidaten unmittelbar nach der Prüfung bekannt zu geben und dem Sachgebiet für Studentische Angelegenheiten mitzuteilen.

§ 11 Doppelabschlussabkommen

- (1) Ein Doppelabschluss (Double Degree) über diesen und einen anderen, ähnlichen Studiengang an einer anderen Hochschule wird verliehen, wenn ein entsprechendes Doppelabschlussabkommen mit der anderen Hochschule vorliegt.
- (2) Die Verleihung des Doppelabschlusses setzt voraus, dass dieser Studiengang und mindestens ein Studiensemester in dem anderen, ähnlichen Studiengang erfolgreich abgeschlossen wurden. Näheres regelt das Doppelabschlussabkommen.

§ 12 Akademischer Grad

Ist das Studium erfolgreich absolviert, wird der akademische Grad „Master of Arts“ verliehen.

Anhang

- Studienpläne
- Englische Modulbezeichnungen
- Nachweise für den Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen für Sprachen (GER)

Module - Deutsch	Module - Englisch
General Management	General Management
Human Resource Management (eng.)	Human Resources Mangement
Technologiemanagement	Technology Management
Quantitative Methoden	Quantitative Methods
Strategisches IT-Management	Strategic IT Management
Organisationsmanagement	Organisational Management
Internationale Wirtschaftskommunikation	International Business Communication
Strategische Unternehmensplanung	Strategic Business Planning
Marketingmanagement	Marketing Management
Internationale Marketingstrategien	Internatinonal Marketing Strategies
Käuferverhalten	Consumer Purchasing Behaviour
Marketing-Instrumente	Marketing Instruments
Dienstleistungsmarketing	Services Marketing
Industriegüter- und Innovationsmarketing	Industrial Goods and Innovation Market- ing
Marketingprojekte	Marketing Projects
Finanzmanagement/Rechnungswesen	Financial Management/Accounting
(alternativ zu Marketingmanagement)	(as an alternative to marketing manage- ment)
Kostenmanagement	Cost Management
Investitionsplanung	Investment Planning
Internationale Rechnungslegung	International Accounting
Finanzmanagement	Financial Management
Innovationsfinanzierung	Innovation Finance
Finanzcontrolling	Financial Managerial Accounting

Nachweise für den Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen für Sprachen (GER)**Nachweise für den Level (GER) B2**

LCCI English for Business, Level 2	Credit oder Distinction
LCCI English for Commerce, Level 2	Credit oder Distinction
LCCI English for Business / Commerce, Level 3	Pass
LCCI English for Business / Commerce, Level 4	Pass

IELTS Academic 5.5

Cambridge English: Advanced Certificate (CAE)	Pass
Cambridge English: Certificate of Proficiency (CPE)	Pass
Cambridge English: Business Higher Certificate (BEC Higher)	Pass
Cambridge English: First Certificate (FCE)	Pass

TOEFL iBT: 72

UNICert® II

TOEIC Mindestpunktzahlen müssen in allen vier Fähigkeiten erreicht werden:

Reading	385
Listening	400
Speaking	160
Writing	150

Business Management (B./BWL) Vollzeitstud./Teilzeit	07.04.2019			WS			SS			WS			SS						
	V	D	L	P	S	ges.	1. Sem.			2. Sem.			3. Sem.			4. Sem.			
Module							SWS	PA	CP	SWS	PA	CP	SWS	PA	CP	SWS	PA	CP	
General Management																			
Human Resource Management (engl.)	2	2				4	4	SMP	6										
Technologiemangement	2	2				4	4	KMP	6										
Quantitative Methoden	2	1	1			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	SMP	6										
Marketingmanagement																			
Internationale Marketingstrategien	2	2				4	4	FMP	6										
Käuferverhalten	2	2				4	4	SMP	6										
Marketing-Netzwerke	2	2				4	4	SMP	6										
Dienstleistungsmarketing	2	2				4	4	SMP	6										
Industrie- und Innovationsmarketing	2	2				4	4	KMP	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	FMP	6										
Internationale Rechnungsführung	2	2				4	4	KMP	6										
Finanzmanagement	2	2				4	4	FMP	6										
Innovationsfinanzierung	2	2				4	4	FMP	6										
Finanzcontrolling	2	2				4	4	SMP	6										
Wahlpflichtmodule																			
Management I	2	2				4	4	SMP	6										
Management:	2	2				4	4	SMP	6										
Summe der Semesterwochenstunden	30	29	1	0	0	60	20			20			20						
Summe Credits Lehre						90			90				90						90
Credits f. Masterarbeit						24													24
Credits f. Kolloquium						6													6
Summe Credits						120			90				90					90	90
Vorlesung	WS Wintersemester																		
Übung	SS Sommersemester																		
Labor	SWS Semesterwochenstunden																		
P Projekt:	PA Prüfungsar:																		
S Seminar	CP Credit: Points																		
	FMP Farbe Modulprüfung																		
	SMP Studienbegl. Modulprüfung																		
	KMP Kombinierte Modulprüfung																		

Business Management (B./Ma.) Vollzeit/dual/Teilzeit		07.01.2019		WS		SS		WS		SS		WS		SS		WS		SS		
				V	Ü	L	P	S	ges.	1. Sem.	2. Sem.	3. Sem.	4. Sem.	5. Sem.	6. Sem.	7. Sem.	8. Sem.			
Module		SWS	PA	CP		SWS	PA	CP	SWS	PA	CP	SWS	PA	CP	SWS	PA	CP	SWS	PA	CP
General Management		2	2																	
Human Resource Management: (engl.)		2	2		4		4	SVP 6												
Technologemanagement		2	2		4		4	KMP 6												
Quantitative Methoden		2	1	1	4		4	FVP 6												
Strategisches IT-Management		2	2		4		4	SVP 6												
Organisationsmanagement:		2	2		4		4	SVP 6												
Internationale Wirtschaftskommunikation (engl.)		2	2		4		4					4	SMP	6						
Strategische Unternehmensplanung		2	2		4		4					4	KMP	6						
Marketingmanagement		2	2		4		4	FVP 6				4	FVP	6						
Internationale Marketingstrategien		2	2		4		4	SMP	6			4	SMP	6						
Käuferverhalten		2	2		4		4					4	KMP	6						
Marketing-Netzwerke		2	2		4		4					4	SVP	6						
Dienstleistungsmarketing		2	2		4		4					4	KMP	6						
Industriegüter- und Integriertes Marketing		2	2		4		4					4	SVP	6						
Marketingprojekte		2	2		4		4					4	SVP	6						
Finanzmanagement/Rechnungswesen (alternativ zu Marketingmanagement)																				
Kostenrechnung		2	2		4		4					4	FVP	6						
Investitionsplanung		2	2		4		4					4	FVP	6						
Internationale Rechnungslegung		2	2		4		4					4	KMP	6						
Finanzmanagement		2	2		4		4					4	FVP	6						
Integriertes Marketing		2	2		4		4					4	FVP	6						
Finanzcontrolling		2	2		4		4					4	FVP	6						
Wahlprüfmodule																				
Management I		2	2		4		4					4	FVP	6						
Management II		2	2		4		4					4	FVP	6						
Summe der Semesterwochenstunden		30	29	1	0	0	60	12	8	8	8	12	12	12	8	8	8	8	8	8
Summe Credits Lehre					90				18	12	12	12	12	12	6	6	12	12	12	12
Credits f. Mitarbeit					24															24
Credits f. Kolloquium					6															6
Summe Credits					120				18	12	12	12	12	12	6	6	12	12	12	30
V Vorlesung		WS	Wintersemester																	
Ü Übung		SS	Sommersemester																	
L Labor		SWS	Semesterwochenstunden																	
P Projekt		PA	Prüfungspunkte																	
S Seminar		CP	Credit Points																	
FVP Fernstudienprüfung																				
SVP Studienbegl. Modulprüfung																				
KMP Kombiniertes Modulprüfung																				

Business Management (M.A.) Vollzeit/dual/Teilzeit

gültig ab WS 2018/19

FBR 8.1.2018

Module							WS			SS			WS			SS		
	V	Ü	L	P	S	ges.	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 (eng.)	2	2	0			4	4	KMP	6									
Technologiemanagement	2	2	0			4	4	KMP	6									
Quantitative Methoden	2	1	1			4	4	FMP	6									
Strategisches IT-Management	2	2	0			4				4	FMP	6						
Organisationsmanagement	2	2	0			4				4	KMP	6						
Präsentationen, Belegarbeit (100%)	2	2	0			4							4	KMP	6			
Strategische Unternehmensplanung	2	2	0			4							4	KMP	6			
Marketingmanagement																		
Internationale Marketingstrategien	2	2	0			4	4	FMP	6									
Käuferverhalten	2	2	0			4	4	KMP	6									
Marketing-Instrumente	2	2	0			4				4	KMP	6						
Dienstleistungsmarketing	2	2	0			4				4	KMP	6						
Industriegüter- und Innovationsmarketing	2	2	0			4							4	KMP	6			
Marketingprojekte	2	2	0			4							4	SMP	6			
Finanzmanagement/Rechnungswesen (alternativ zu Marketingmanagement)																		
Kostenmanagement	2	2	0			4	4	FMP	6									
Investitionsplanung	2	2	0			4	4	FMP	6									
Internationale Rechnungslegung	2	2	0			4				4	KMP	6						
Finanzmanagement	2	2	0			4				4	FMP	6						
Innovationsfinanzierung	2	2	0			4							4	FMP	6			
Finanzcontrolling	2	2	0			4							4	FMP	6			
Management I	2	2				4				4		6						
Management II	2	2				4							4		6			
Summe der Semesterwochenstunden	30	29	1	0	0	60	20			20			20					
Summe Credits Lehre						90			30			30			30			
Credits f. prakt. Studienabschnitte																		
Credits f. Masterarbeit						30												30
Credits f. Kolloquium																		
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 Kombination der Prüfungsleistungen

Business Management (M.A) Vollzeit / dual / Teilzeit

gültig ab WS 2018/19

FBR 8.1.2018

Module	V	Ü	L	P	S	WS			SS			WS			SS			WS			SS									
						ges.	1. Sem.			2. Sem.			3. Sem.			4. Sem.			5. Sem.			6. Sem.			7. Sem.			8. Sem.		
							SWS	PF	CP	SWS	PF	CP	SWS	PF	CP	SWS	PF	CP	SWS	PF	CP	SWS	PF	CP	SWS	PF	CP	SWS	PF	CP
General Management																														
Human Resource Management (eng.)	2	2	0			4	4	KMP	6																					
Technologiemanagement	2	2	0			4	4	KMP	6																					
Quantitative Methoden	2	1	1			4	4	FMP	6																					
Strategisches IT-Management	2	2	0			4				4	FMP	6																		
Organisationsmanagement	2	2	0			4				4	KMP	6																		
Internationale Wirtschaftskommunikation (eng.)	2	2	0			4										4	KMP	6												
Strategische Unternehmensplanung	2	2	0			4										4	KMP	6												
Marketingmanagement																														
Internationale Marketingstrategien	2	2	0			4						4	FMP	6																
Käuferverhalten	2	2	0			4						4	KMP	6																
Marketing-Instrumente	2	2	0			4								4	KMP	6														
Dienstleistungsmarketing	2	2	0			4											4	KMP	6											
Industriegüter- und Innovationsmarketing	2	2	0			4														4	KMP	6								
Marketingprojekte	2	2	0			4														4	SMP	6								
Finanzmanagement/Rechnungswesen (alternativ zu Marketingmanagement)																														
Kostenmanagement	2	2	0			4						4	FMP	6																
Investitionsplanung	2	2	0			4						4	FMP	6																
Internationale Rechnungslegung	2	2	0			4								4	KMP	6														
Finanzmanagement	2	2	0			4											4	FMP	6											
Innovationsfinanzierung	2	2	0			4														4	FMP	6								
Finanzcontrolling	2	2	0			4														4	FMP	6								
Management I	2	2				4							4		6															
Management II	2	2				4									4		6													
Summe der Semesterwochenstunden	30	29	1			60	12			8			16			8			4			12								
Summe Credits Lehre						90			18			12			12				18			6			12					
Credits f. prakt. Studienabschnitte																														
Credits f. Masterarbeit						30																			24					
Credits f. mündliche Prüfung																									6					
Summe Credits						120			18			12			12				18			6			30					

V Vorlesung
 U Übung
 L Labor
 P Projekt
 S Seminar

WS Wintersemester
 SS Sommersemester
 SWS Semesterwochenstunden
 PF Prüfungsform
 CP Creditpoints

FMP Feste Modulprüfung
 SMP Studienbegl. Modulprüfung
 KMP Kombination der Prüfungsleistungen