

**1. Änderung
der 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 11.04.2007 (Amtliche Mitteilungen der TH Wildau 05/2007), zuletzt geändert mit Wirkung vom 9. Juli 2015 (Amtliche Mitteilungen 16/2015), sowie den Bestimmungen der Rahmenordnung der Technischen Hochschule Wildau in der Fassung der Bekanntmachung vom 30. Oktober 2018 (Amtliche Mitteilungen Nr. 46/2018) erlässt der Fachbereichsrat Wirtschaft, Informatik, Recht der Technischen Hochschule mit Beschlussfassung vom 7. Januar 2019 folgende Änderung der Studien- und Prüfungsordnung für den Master-Studiengang Business Management:

Artikel 1

Die Studien- und Prüfungsordnung für den Master-Studiengang Business Management der TH Wildau vom 08.06.2018 (Amtliche Mitteilungen der TH Wildau 23/2018) 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, 01.04.2019



Prof. Dr. U. Tippe
Präsidentin

Anhang: Studienpläne

Anhang

Business Management (B./Ma.) Vollzeit/dual/Teilzeit		07.01.2019		WS			SS			WS			SS			
				1. Sem.			2. Sem.			3. Sem.			4. Sem.			
FBR	Module	V	Ü	L	P	S	ges.	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	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	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			4	SMP	6			
	Marketingprojekte	2	2				4	4			4	SMP	6			
	Finanzmanagement/Rechnungswesen (alternativ zu Marketingmanagement)															
	Kostenmanagement	2	2				4	4	FMP	6						
	Investitionsplanung	2	2				4	4	FMP	6						
	Internationale Rechnungslegung	2	2				4	4			4	KMP	6			
	Finanzmanagement	2	2				4	4			4	FMP	6			
	Innovationsfinanzierung	2	2				4	4			4	FMP	6			
	Finanzcontrolling	2	2				4	4			4	FMP	6			
	Wahlpflichtmodule															
	Management I	2	2				4	4			4		6			
	Management II	2	2				4	4			4		6			
	Summe der Semesterwochenstunden	30	29	1	0	0	60	20		30	20		30	20		30
	Summe Credits Lehre						90									
	Credits f. Masterarbeit						24									24
	Credits f. Kolloquium						6									6
	Summe Credits						120			30			30			30
	V Vorlesung															
	Ü Übung															
	L Labor															
	P Projekt															
	S Seminar															
		WS Wintersemester														FMP Feste Modulprüfung
		SS Sommersemester														SMP Studienbegl. Modulprüfung
		SWS Semesterwochenstunden														KMP Kombinierte Modulprüfung
		PA Prüfungsart														
		CP Credit Points														

FBR	07.01.2019	Business Management (B./Ma.) Vollzeit/dual/Teilzeit																										
		1. Sem.			2. Sem.			3. Sem.			4. Sem.			5. Sem.			6. Sem.			7. Sem.			8. Sem.					
		SWS	PA	CP	SWS	PA	CP	SWS	PA	CP	SWS	PA	CP	SWS	PA	CP	SWS	PA	CP	SWS	PA	CP	SWS	PA	CP	SWS	PA	CP
		V	Ü	L	P	S	ges.																					
								Module																				
								General Management																				
								Human Resource Management (engl.)	2	2			4	4	SMP	6												
								Technologiemanagement	2	2			4	4	KMP	6												
								Quantitative Methoden	2	1	1		4	4	FMP	6												
								Strategisches IT-Management	2	2		4	4			4	SMP	6										
								Organisationsmanagement	2	2		4	4			4	SMP	6										
								Internationale Wirtschaftskommunikation (engl.)	2	2		4	4															
								Strategische Unternehmensplanung	2	2		4	4						4	SMP	6							
								Marketingmanagement																				
								Internationale Marketingstrategien	2	2		4	4			4	FMP	6										
								Käufenverhalten	2	2		4	4			4	SMP	6										
								Marketing-Instrumente	2	2		4	4					4	SMP	6								
								Dienstleistungsmarketing	2	2		4	4					4	SMP	6								
								Industriegüter- und Innovationsmarketing	2	2		4	4															
								Marketingprojekte	2	2		4	4															
								Finanzmanagement/Rechnungswesen																				
								(alternativ zu Marketingmanagement)																				
								Kostenmanagement	2	2		4	4			4	FMP	6										
								Investitionsplanung	2	2		4	4			4	FMP	6										
								Internationale Rechnungslegung	2	2		4	4					4	KMP	6								
								Finanzmanagement	2	2		4	4						4	FMP	6							
								Innovationsfinanzierung	2	2		4	4									4	FMP	6				
								Finanzcontrolling	2	2		4	4									4	FMP	6				
								Wahlpflichtmodule																				
								Management I	2	2		4	4					4										
								Management II	2	2		4	4					4										
								Summe der Semesterwochenstunden	30	29	1	0	0	60	12			8		12	12	12	12	12	12	12	12	12
								Summe Credits Lehre							18		18		18		18	18	18	18	18	18	18	18
								Credits f. Masterarbeit																				24
								Credits f. Kolloquium																				6
								Summe Credits																				30
								V Vorlesung	WS	Wintersemester												FMP	Feste Modulprüfung					
								Ü Übung	SS	Sommersemester												SMP	Studienbegl. Modulprüfung					
								L Labor	SWS	Semesterwochenstunden												KMP	Kombinierte Modulprüfung					
								P Projekt	PA	Prüfungsart																		
								S Seminar	CP	Credit Points																		