

Auf der Grundlage der §§ 55 Abs. 3 Satz 1, 67 Abs. 3 Satz 1 Nr. 8 und 77 Abs. 2 Satz 5 Nr. 1 des Hochschulgesetzes des Landes Sachsen-Anhalt (HSG LSA) in der Fassung der Bekanntmachung vom 14. Dezember 2010 (GVBl. LSA 2010, S. 600, 2011, S. 561), zuletzt geändert durch Artikel 14 Abs. 15 des Gesetzes vom 13. Juni 2018 (GVBl. LSA S. 72, 118), hat die Hochschule Harz folgende Studienordnung beschlossen:

**Studienordnung für den Studiengang
„Marketingmanagement (B.A.)“**

vom 13.05.2020

Inhaltsübersicht

- § 1 Geltungsbereich
- § 2 Ziel des Studiums und Qualifikationsniveau
- § 3 Spezifische Ausgestaltungsmerkmale
- § 4 Regelstudienzeit und Studienumfang
- § 5 Studienplan
- § 6 Bachelorabschlussprüfung
- § 7 Anwendung und Inkrafttreten

Anlage: Studienplan Marketingmanagement (B.A.)

§ 1 Geltungsbereich

Für diesen Studiengang gilt die gemeinsame Prüfungsordnung für die Bachelorstudiengänge an der Hochschule Harz vom 05.12.2012 in der jeweils geltenden Fassung (Bachelorprüfungsordnung). Auf ihrer Grundlage regelt diese Studienordnung Inhalt und Aufbau des Studiums sowie die Zuordnung von ECTS-Leistungspunkten zu Modulen.

§ 2 Ziel des Studiums und Qualifikationsniveau

- (1) Ziel des Studiengangs ist die Qualifizierung von Fach- und Führungskräften im Bereich betriebswirtschaftlicher Marketingfunktionen und der marktorientierten Unternehmensführung.
- (2) Nach bestandener Bachelorprüfung verleiht die Hochschule Harz den akademischen Grad "Bachelor of Arts (B.A.)". Der Abschluss entspricht Stufe 6 des Deutschen und des Europäischen Qualifikationsrahmens sowie Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse.

§ 3 Spezifische Ausgestaltungsmerkmale

- (1) Der Studiengang wird als Vollzeitstudium angeboten.
- (2) Dem Studiengang kann ein Orientierungsstudium nach Maßgabe der Ordnung zur Einführung der Studienvariante „Orientierungsstudium“ an der Hochschule Harz vom 04.04.2018 in der jeweils geltenden Fassung vorgeschaltet werden.
- (3) Voraussetzung für die Anmeldung zu den Prüfungen im 5. und 6. Semester ist grundsätzlich der erfolgreiche Abschluss des Moduls „Auslands-/Praxissemester“.
- (4) Ein ECTS-Leistungspunkt entspricht in diesem Studiengang einem Arbeitsaufwand von 25 Arbeitsstunden.
- (5) Die Teilnahme an Lehrveranstaltungen ist in der jeweils geltenden Prüfungsordnung geregelt.
- (6) Soweit die Lehrveranstaltungen und Prüfungs-/Studienleistungen aus anderen Studiengängen der Hochschule Harz stammen, richten sich die Art der Prüfungs-/Studienleistung und die Wichtung der Unitnoten nach der Studienordnung des modulverantwortlichen Studiengangs.

§ 4 Regelstudienzeit und Studienumfang

- (1) Die Regelstudienzeit beträgt einschließlich der Bachelorabschlussprüfung 7 Semester. Für einen erfolgreichen Bachelorabschluss sind 210 ECTS-Leistungspunkte nach Maßgabe des Studienplans zu erreichen.
- (2) Für das Auslands- und Praxissemester sowie das Bachelorpraktikum gelten die Regelungen der Praktikumsordnung für die Bachelor-Studiengänge des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften vom 12.04.2006 in der jeweils geltenden Fassung.

§ 5 Studienplan

Der Studienplan (siehe Anlage) ist Bestandteil dieser Ordnung und regelt Inhalt und Aufbau des Studiums, insbesondere die Bestandteile der Module, die Zuordnung der ECTS-Leistungspunkte zu Modulen, die Zusammensetzung der Bachelorprüfung sowie die Bildung der Bachelorabschlussnote.

§ 6 Bachelorabschlussprüfung

Für das Modul Bachelorabschlussprüfung wird keine Modulnote gebildet. Der Bearbeitungszeitraum für die Bachelorarbeit beträgt 8 Wochen.

§ 7 Anwendung und Inkrafttreten

- (1) Diese Studienordnung findet Anwendung auf Studierende, die ab dem Wintersemester 2020 / 2021 neu immatrikuliert werden.
- (2) Die Studienordnung tritt nach Genehmigung durch den Rektor der Hochschule Harz am Tage nach ihrer hochschulöffentlichen Bekanntmachung im Amtlichen Mitteilungsblatt in Kraft.
- (3) Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Fachbereichsrates des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften der Hochschule Harz vom 13.05.2020 und der Stellungnahme des Senats der Hochschule Harz vom 27.05.2020.

Wernigerode, 16.06.2020

Prof. Dr. Folker Roland

Rektor der Hochschule Harz
Hochschule für angewandte Wissenschaften

Anlage: Studienplan Marketingmanagement (B.A.)

Modul	Unit	FS	SWS	Prüfungs-/ Studienleistung	Anteil an Modulnote	ECTS-Leistungspunkte	Anteil an Gesamtnote
Grundlagen BWL	Einführung BWL	1	2	HA / RF / PA / K60	30%	9	3,5%
	Unternehmensführung	1	2	HA / RF / PA / K60	30%		
	Organisation	1	2	HA / RF / PA / K60	30%		
	Wissenschaftliche Methodenlehre	1	2	PA / HA / RF	10%		
Wirtschaftsmathematik		1	4	K120		5	2,5%
Wirtschaftsrecht		1	4	K120		5	2,5%
Buchführung		1	4	K120		5	2,5%
Marketing		1	4	HA / RF / PA / K90		5	2,5%
Projektwoche		1 bis 7	1	SL		1	0%
Statistik		2	4	K120		5	2,5%
Praxisanwendung Office-Software		2	4	HA / RF / PA / K90		5	1,5%
Kosten- und Leistungsrechnung		2	4	K120		5	2,5%
Projektmanagement Marketing	Projektplanung	2	2	HA / RF / PA	75%	4	2%
	Reflektionstechniken	2	1	HA / RF / PA	25%		
Ausgewählte Strategieaspekte	Einführung digitales Marketing	2	2	HA / RF / PA / K90 / (K60 + RF)	50%	5	2,5%
	International Marketing	2	2	HA / RF / PA / K60	50%		
Basiswissen VWL		2	4	K90		6	2,5%
Grundlagen Mediaplanung		3	2	HA / RF / PA / K90		2,5	1,25%
Human Resource Management	Personalmanagement	3	2	HA / RF / PA / K90	50%	5	2,5%
	Arbeitsrecht	3	2	HA / RF / PA / K90	50%		
Business English I		3	4	(K90 + MP) / (K90 + RF) / (K90 + PA) / K120		5	2,5%
Markt- und Konsumentenpsychologie		3	4	K120		5	2,5%
Marketingforschung		3	4	HA / RF / PA / K90		5	2,5%
Unterstützung von Managemententscheidungen	Investition	3	2	K45	50%	5	2,5%
	Controlling	3	2	K60	50%		
Moderationstechnik		3	2	HA / RF / PA / K90		2,5	1,25%

Modul	Unit	FS	SWS	Prüfungs-/ Studienleistung	Anteil an Modul- note	ECTS- Leistungs- punkte	Anteil an Gesamt- note
Auslands-/Praxissemester		4	2	BE		30	0%
Wissenschaftliche Studienarbeit		5	4	HA		5	2,5%
Datengestütztes Marketing	Datenbanken	5	2	HA / RF / PA / K90	50%	5	2,5%
	Fallstudie Marketing- Controlling	5	2	HA / RF / PA / K90	50%		
Business English II		5	4	(K90 + MP) / (K90 + RF) / (K90 + PA) / K120		5	2,5%
Event Communication	Eventmanagement	5	2	HA / RF / PA / K60 / MP	50%	5	4,5%
	Sponsoring and Public Relations	5	2	HA / RF / PA / K60 / MP	50%		
Markenmanagement und Produktinnovation		5	4	HA / RF / PA / MP / K90 / (K60 + RF) / (K60 + MP)		5	4,5%
Branchenspezifisches Marketing		5	4	HA / RF / PA / MP / K90 / (K60 + RF) / (K60 + MP)		5	4,5%
Business English III		6	2	MP / RF / PA / K90		2,5	1,25%
Spezielle VWL: Verhaltensökonomie		6	2	HA / RF / K90		2,5	1,25%
Marketinglogistik		6	2	HA / RF / PA / K90		2,5	1,25%
Business Intelligence und Data Analytics		6	2	HA / RF / PA / K90		2,5	1,25%
Wahlpflichtfach		6	4	HA / RF / PA / K90 bzw. gemäß § 3 Abs. 6		5	2,5%
Practical Project		6	4	HA / RF / PA		5	4,5%
Kommunikation und Consumer Neuroscience		6	4	HA / RF / PA / MP / K90 / (K60 + RF) / (K60 + MP)		5	4,5%
Online- und Social Media- Kommunikation		6	4	HA / RF / PA / MP / K90 / (K60 + RF) / (K60 + MP)		5	4,5%
Bachelorabschlussprüfung	Bachelorpraktikum	7	Mind. 12 Wochen	BE		17	0%
	Bachelorarbeit	7	8 Wochen	BA		12	12%
	Kolloquium	7		KO		1	4%
			122			210	100%

Bei mehreren durch Schrägstrich (/) getrennte Prüfungsleistungen wird nur eine Prüfung durchgeführt.

Die konkrete Prüfungsleistung wird zu Beginn des jeweiligen Semesters durch die Prüfenden festgelegt und bekannt gegeben.

Abkürzungen:

ECTS European Credit Transfer
and Accumulation System
FS Fachsemester
SWS Semesterwochenstunden

BA Bachelorarbeit
BE Bericht
HA Hausarbeit
K45 / 60 / 90 / 120 Klausurarbeit 45 / 60 / 90 / 120 Minuten
KO Kolloquium
MP Mündliche Prüfung
PA Projektarbeit
RF Referat
SL Studienleistung