

Auf der Grundlage der §§ 54 Abs. 1, 67a Abs. 2 Nr. 3a, 77 Abs. 2 S. 5 Nr. 1 des Hochschulgesetzes des Landes Sachsen-Anhalt (HSG LSA) in der Fassung der Bekanntmachung vom 01. Juli 2021 (GVBl. LSA 2021, 368, 369) hat die Hochschule Harz folgende Studienordnung beschlossen:

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

vom 19.06.2024

Inhaltsübersicht

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

Anlage: Studienplan Marketingmanagement (B.A.), 870

§ 1 Geltungsbereich

- (1) Diese Studienordnung gilt für den Studiengang Marketingmanagement (B.A.).
- (2) Für diesen Studiengang gilt die gemeinsame Prüfungsordnung für die Bachelorstudiengänge an der Hochschule 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 Nachwuchsführungskräften 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 Präsenzstudium in Form eines Vollzeitstudiums angeboten.
- (2) Dem Studiengang kann ein Orientierungsstudium nach Maßgabe der Studienordnung für die Studienvariante Orientierungsstudium in der jeweils geltenden Fassung vorgeschaltet werden.
- (3) Eine Anrechnung von außerhochschulisch erworbenen Kompetenzen kann gemäß der Ordnung für die Anerkennung und Anrechnung von Lernergebnissen auf die Bachelor- und Masterstudiengänge der Hochschule Harz in der jeweils geltenden Fassung auf Antrag vorgenommen werden.
- (4) Das Lehrangebot besteht teilweise aus englischsprachigen Lehr- und Lernangeboten. Aus den Lehrveranstaltungsbezeichnungen im Studienplan ergibt sich kein Anspruch auf deutsch- oder englischsprachige Lehre.
- (5) Ein ECTS-Leistungspunkt entspricht in diesem Studiengang einem Arbeitsaufwand von 25 Arbeitsstunden.
- (6) Die Teilnahme an Lehrveranstaltungen ist in der unter § 1 Abs. 2 genannten Prüfungsordnung geregelt.
- (7) Voraussetzung für die Anmeldung zu den Prüfungen im 5. und 6. Semester ist grundsätzlich der erfolgreiche Abschluss des Auslandsstudien-/Entrepreneurship-/Praxissemesters.
- (8) Das Wahlpflichtfach ist nach Maßgabe und jeweils aktuell gültigem Angebot des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften zu belegen. Das Angebot wird in geeigneter Weise hochschulöffentlich bekannt gemacht. Dabei kann der Fachbereich Wirtschaftswissenschaften Unter- und Obergrenzen an zulässigen Teilnehmerzahlen festlegen. Es sind Leistungen im Umfang von insgesamt 4 SWS bzw. 5 ECTS-Leistungspunkten zu erbringen.

- (9) Soweit die Lehrveranstaltungen und Prüfungs-/Studienleistungen aus anderen Studiengängen der Hochschule Harz stammen, richten sich die Art der Prüfungs-/Studienleistung und die Bildung der Modulnoten nach der Studienordnung des modulverantwortlichen Studiengangs.
- (10) Spätestens bei der Anmeldung zu der Bachelorarbeit muss ein Projektwochenchein im Umfang von 1 SWS erbracht worden sein.

§ 4 Regelstudienzeit und Studiumumfang

- (1) Die Regelstudienzeit beträgt einschließlich der Bachelorabschlussprüfung 7 Semester. Für einen erfolgreichen Bachelorabschluss sind 210 ECTS-Leistungspunkte nach Maßgabe des Studienplans zu erreichen.
- (2) Im 4. Fachsemester können die Studierenden zwischen einem Auslandsstudiensemester, einem Entrepreneurshipsemester oder einem Praxissemester wählen.

Für das Auslandsstudiensemester gelten die Regelungen der Ordnung zur Durchführung eines Auslandsstudiensemesters für die Studiengänge des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften in der jeweils geltenden Fassung.

Für das Entrepreneurshipsemester gelten die Regelungen der Ordnung zur Durchführung eines Entrepreneurshipsemesters am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften in der jeweils geltenden Fassung.

Für das Praxissemester gelten die Regelungen der Praktikumsordnung für die Studiengänge des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften 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

- (1) Für das Bachelorpraktikum gelten die Regelungen der Praktikumsordnung für die Studiengänge des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften in der jeweils geltenden Fassung.
- (2) An die Stelle des Bachelorpraktikums kann auf Antrag ein Auslandsstudiensemester mit mindestens 20 ECTS-Leistungspunkten oder ein Entrepreneurshipsemester treten. Voraussetzung ist in beiden Fällen, dass das erste Praktikum / Praxissemester im Sinne der Praktikumsordnung für die Studiengänge des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften in der jeweils geltenden Fassung erfolgreich absolviert wurde.
- (3) Der Bearbeitungszeitraum für die Bachelorarbeit beträgt 8 Wochen.

§ 7 Studienordnungswechsel

Der Prüfungsausschuss kann auf Antrag einen Wechsel aus der vorherigen in die aktuelle Studienordnung dieses Studiengangs gestatten. Der Wechsel ist insbesondere zu versagen, wenn eine Fortsetzung des Studiums nach der neuen Ordnung eine längere Studiendauer erwarten ließe. Ein Wechsel in eine frühere Studienordnung ist ausgeschlossen.

§ 8 Anwendung und Inkrafttreten

- (1) Diese Studienordnung findet Anwendung auf Studierende, die ab dem Wintersemester 2024/25 neu immatrikuliert werden.
- (2) Diese 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 19.06.2024 und der Stellungnahme des Senats der Hochschule Harz vom 10.07.2024.

Wernigerode, 12.07.2024

Prof. Dr. Folker Roland
Rektor der Hochschule Harz

Anlage: Studienplan Marketingmanagement (B.A.), 870

Modul	Unit	FS	SWS	Prüfungs-/ Studienleistung	Anteil an Modul- note	ECTS- Leistungs- punkte	Anteil an Gesamt- note
Marketing		1	4	HA / RF / PA / K90		5	2,5%
Digitales Marketing und eCommerce		1	4	HA / RF / PA / K90		5	2,5%
Unternehmensführung und Organisation	Unternehmensführung	1	2	HA / RF / PA / K90 / MP		5	2,5%
	Organisation	1	2				
Einführung BWL und externes Rechnungswesen	Einführung BWL	1	2	HA / RF / PA / K60	50%	5	2,5%
	Einführung externes Rechnungswesen	1	2	K60	50%		
Business English I (B2)		1	4	HA / RF / PA / K120 / MP		5	2,5%
Wirtschaftsmathematik		1	4	K120		5	2,5%
Internationales Marketing und Vertrieb	International Marketing	2	2	HA / RF / PA / K60	50%	5	2,5%
	Verhandlung und Vertrieb	2	2	HA / RF / PA / K60	50%		
Projektmanagement im Marketing	Projektplanung	2	2	HA / RF / PA	100%	4	2%
	Design Thinking	2	1				
	Projektwoche	1 bis 7	1	PA	0%		
Kosten- und Leistungsrechnung		2	4	K120		5	2,5%
Statistik		2	4	K120		5	2,5%
Basiswissen VWL		2	4	K90		6	2,5%
Praxisanwendung Office-Software		2	4	HA / RF / PA / K90		5	2,5%
Mediaplanung und Medienbearbeitung	Grundlagen Mediaplanung	3	2	HA / RF / PA / K90		5	2,5%
	Einführung Medienbearbeitung	3	2				
Marktforschung		3	4	HA / RF / PA / K90		5	2,5%
Markt- und Konsumpsychologie		3	4	K120		5	2,5%
Investition und Controlling	Investition	3	2	K120 / K120+PA*		5	2,5%
	Controlling	3	2				
Wirtschaftsrecht		3	4	K120		5	2,5%
Wissenschaftliches Arbeiten und Moderation	Wissenschaftliche Methodenlehre	3	2	HA / RF / PA	50%	5	2,5%
	Moderationstechnik	3	2	HA / RF / PA / K90	50%		
Auslandsstudien-/ Entrepreneurship-/ Praxissemester		4	2	gemäß § 4 Abs. 2		30	0%
Wissenschaftliche Studienarbeit		5	4	HA		5	2,5%
Business English II for Marketing (B2)	English for Marketing (B2)	5	2	HA / RF / PA / K90 / MP	50%	5	2,5%
	Business English: Presentation Skills	5	2	HA / RF / PA / K90 / MP	50%		

* Die Projektarbeit ist eine zusätzliche, freiwillige Prüfungsleistung.

Modul	Unit	FS	SWS	Prüfungs-/ Studienleistung	Anteil an Modul- note	ECTS- Leistungs- punkte	Anteil an Gesamt- note
Event Communication	Event Management	5	2	HA / RF / PA		5	4%
	Sponsoring and Public Relations	5	2				
Markenmanagement und Produktinnovation		5	4	HA / RF / PA / K90 / MP		5	4%
Datenmanagement und Marketing-Controlling	Datenmanagement	5	2	HA / RF / PA / K90	50%	5	2,5%
	Fallstudie Marketing- Controlling	5	2	RF / PA / K90	50%		
Human Resource Management	Personalmanagement	5	2	HA / RF / PA / K90	50%	5	2,5%
	Arbeitsrecht	5	2	HA / RF / PA / K90	50%		
Online- und Social Media-Kommunikation		6	4	HA / RF / PA / K90 / MP		5	4%
Kommunikation und Consumer Neuroscience		6	4	HA / RF / PA / K90 / MP		5	4%
Practical Project		6	4	HA / RF / PA		5	4%
Wahlpflichtfach		6	4	HA / RF / PA / K90 bzw. gemäß § 3 Abs. 9		5	2,5%
Spezielle VWL: Verhaltensökonomik		6	2	HA / RF / K90		2,5	1,5%
Distributionslogistik		6	2	HA / RF / PA / K90		2,5	1,5%
Business Intelligence und Marketing- perspektiven	Business Intelligence und Data Analytics	6	2	HA / RF / PA / K90	50%	5	4%
	Zukunftswerkstatt Marketing	6	2	HA / RF / PA / K90 / MP	50%		
Bachelorabschluss- prüfung	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 primär eingesetzte Prüfungsleistung ist im Modulhandbuch genannt. Die Prüfungsleistung wird zu Beginn des jeweiligen Semesters durch die Prüfenden festgelegt und bekannt gegeben.

Bei Prüfungs-/Studienleistungen, die mit 0% in die Modul- bzw. Gesamtnote eingehen, handelt es sich um unbenotete Studienleistungen, für die lediglich eine Bewertung „Bestanden“ / „Nicht bestanden“ vergeben wird.

Abkürzungen:

ECTS	European Credit Transfer and Accumulation System	BA	Bachelorarbeit
FS	Fachsemester	BE	Bericht
SWS	Semesterwochenstunden	HA	Hausarbeit
		K60 / 90 / 120	Klausurarbeit 60 / 90 / 120 Minuten
		KO	Kolloquium
		MP	Mündliche Prüfung
		PA	Projektarbeit
		RF	Referat