

Hochschule Mittweida (FH)
University of Applied Sciences

Studienordnung

für den Bachelorstudiengang

Business Management

an der Hochschule Mittweida (FH)

Fachbereich Medien

Vom 2. Juli 2008

Auf Grund von § 21 des Gesetzes über die Hochschulen im Freistaat Sachsen (Sächsisches Hochschulgesetz - SächsHG) vom 11. Juni 1999 (SächsGVBl. S. 294), zuletzt geändert durch Gesetz vom 15. Dezember 2006 (SächsGVBl. S. 515, 521), erlässt die Hochschule Mittweida (FH), nachfolgend HSMW genannt, diese Studienordnung als Satzung.

Inhaltsübersicht

§ 1	Geltungsbereich
§ 2	Studienziel
§ 3	Zugangsvoraussetzungen
§ 4	Auswahl und Zulassung
§ 5	Studienbeginn, Regelstudienzeit
§ 6	Aufbau des Studiums
§ 7	Studieninhalte
§ 8	Studienablaufplan
§ 9	Modulhandbuch
§ 10	Tutorien
§ 11	Studienberatung
§ 12	Übergangsbestimmungen
§ 13	In-Kraft-Treten

Anlage: Studienablaufplan

§ 1 Geltungsbereich

Diese Studienordnung legt auf der Grundlage der Prüfungsordnung für den Bachelorstudien- gang Business Management an der HSMW Ziele, Inhalte und Aufbau des Studiums ein- schließlich des eingeordneten Praxismoduls fest und empfiehlt eine mögliche zeitliche Abfolge des Studienablaufs für die Erlangung des Bachelorgrades „Bachelor of Arts“ (B.A.) als berufs- qualifizierendem Hochschulabschluss innerhalb der Regelstudienzeit.

§ 2 Studienziel

Ziel des Studienprogramms ist es, neben den wissenschaftlichen Ansprüchen des Fachs eine anwendungsorientierte Ausbildung für die berufliche Praxis von Absolventen zu vermitteln, die in unterschiedlichen Bereichen verantwortliche Aufgaben wahrnehmen. Auf der Basis eines breiten Fachwissens und verschiedenen Schlüsselkompetenzen sind die Absolventen befähigt, die komplexen Aufgaben des jeweiligen Berufsfeldes in ihren ökonomischen, kommunikativ- psychologischen, rechtlichen, politischen und internationalen Dimensionen zu bewältigen und sich an integrierten institutionellen Prozessen team- und erfolgsorientiert selbstständig zu beteiligen.

§ 3 Zugangsvoraussetzungen

- (1) Das Studium Business Management an der HSMW kann aufnehmen, wer
 - die allgemeine Hochschulreife,
 - die Fachhochschulreife,
 - die fachgebundene Hochschulreife oder
 - eine durch Rechtsvorschrift oder von der zuständigen staatlichen Stelle als gleichwertig anerkannte Zugangsberechtigung besitzt.
- (2) Staatsangehörige eines anderen Mitgliedstaates der Europäischen Union sind Deut- schen gleichgestellt, wenn die für das Studium erforderlichen deutschen Sprachkennt- nisse nachgewiesen werden. Bei Angehörigen von Staaten, die nicht Mitglied der Euro- päischen Union sind und einen ausländischen Bildungsnachweis besitzen, entscheidet das Sächsische Staatsministerium für Wissenschaft und Kunst über die Gleichwertigkeit.
- (3) Bewerber, die eine Berufsausbildung abgeschlossen haben und danach mindestens drei Jahre berufstätig waren, können gemäß § 13 Abs. 11 SächsHG die Berechtigung zum Studium an der HSMW auch ohne einen Schulabschluss nach Absatz 1 durch Bestehen einer Zugangsprüfung erwerben. Die Einzelheiten sind in der „Ordnung für die Zugangs- prüfung zum Erwerb der Hochschulzugangsberechtigung“ der HSMW geregelt.

§ 4 Auswahl und Zulassung

Die Zulassung erfolgt durch das Immatrikulationsamt der HSMW. Für die Immatrikulation in den Bachelorstudiengang Business Management gilt eine Zulassungsbeschränkung. Die Auswahl gemäß § 13 Absatz 13 SächsHG erfolgt auf der Grundlage der Ordnung zur Feststellung der studiengangbezogenen Eignung.

§ 5 Studienbeginn, Regelstudienzeit

- (1) Das Studium kann jeweils zum Wintersemester und/oder Sommersemester aufgenommen werden, sofern genügend geeignete Bewerbungen vorliegen und nicht andere abweichende Festlegungen vom Fachbereichsrat vorgeschlagen und durch den Senat bestätigt werden.
- (2) Die Regelstudienzeit beträgt einschließlich des Praxismoduls sowie der Zeit für die Anfertigung der Bachelorarbeit und deren Verteidigung im Vollzeitstudium sechs Semester und im Teilzeitstudium acht Semester.

§ 6 Aufbau des Studiums

Das Studium ist modular aufgebaut. Es setzt sich im Vollzeitstudium aus sechs und im Teilzeitstudium aus acht theoretischen Studiensemestern einschließlich des Lehrprojekts Unternehmen (Praxismodul) und des Bachelorprojekts (Bachelorarbeit) zusammen und endet nach Anfertigung der Bachelorarbeit mit deren Verteidigung in einem Kolloquium. Das Leistungspunktsystem entspricht dem Europäischen System zur Anrechnung von Studienleistungen (European Credit Transfer System – ECTS).

§ 7 Studieninhalte

- (1) Die Inhalte und Lehrziele der einzelnen Module des Studiums sowie die jeweiligen Voraussetzungen sind dem Studienablaufplan (Anlage) und den Modulbeschreibungen des Modulhandbuchs zu entnehmen.
- (2) Das Studium gliedert sich in die fünf Studienrichtungen „Tourismus, Hotel und Event“, „Corporate Communication und Publishing“, „Internationales und europäisches Management“, „Marketing, Marken und Medien“ sowie „Online Marketing-Management“. Schreiben sich weniger als zehn Studenten für eine Studienrichtung ein, so wird diese in der Regel nicht durchgeführt. Steht nur eine begrenzte Anzahl von Studienplätzen in einer Studienrichtung zur Verfügung, erfolgt die Auswahl der Studenten nach sachgerechten Kriterien.

§ 8 Studienablaufplan

- (1) Für das Studium gilt der Studienablaufplan (Anlage). Er enthält:
1. die zeitliche Aufteilung der Wochenstunden je Modul und Semester einschließlich Prüfungsart, Prüfungsdauer, Gewichtung und Credits;
 2. die Bezeichnung der Pflicht- und Wahlpflichtmodule sowie die Stundenzahl, die Lehrveranstaltungsart und die Art der Prüfungen;
 3. die empfohlene zeitliche Abfolge der Module.
- Der Studienablauf kann vom Studenten individuell gestaltet werden. Der Student kann weitere Module oder andere als die empfohlenen Module belegen, soweit die Modulvoraussetzungen erfüllt sind (Anlage).
- (2) Die im Studienablaufplan angebotenen Module sind entweder Pflicht-, Wahlpflicht- oder Zusatzmodule:
1. Pflichtmodule sind die Module des Studienganges, die für alle Studenten verbindlich sind.
 2. Wahlpflichtmodule aus dem Katalog der Wahlpflichtmodule sind die Module des Studienganges, die alternativ angeboten werden. Die vom Studenten gewählten Module werden als Pflichtmodule behandelt.
 3. Zusatzmodule sind fakultative Lehrangebote, die dem Studenten zur Ergänzung, Vervollkommnung, Vertiefung oder Spezialisierung dienen und freiwillig belegt werden können.
- (3) Die Studienordnung kann innerhalb einzelner Module Wahlmöglichkeiten vorsehen.
- (4) Ein Anspruch darauf, dass alle vorgesehenen studiengangsbezogenen Wahlpflicht- und/oder Zusatzmodule tatsächlich angeboten werden, besteht nicht. Das gilt auch für Lehrveranstaltungen mit nicht ausreichender Teilnehmerzahl.

§ 9 Modulhandbuch

- (1) Mit Beschluss des Fachbereichsrates des Fachbereichs Medien wird für diesen Studiengang ein verbindliches Modulhandbuch erstellt. Dieses muss in Inhalt und Aufbau den Rahmenvorgaben für die Einführung von Leistungspunktsystemen und die Modularisierung von Studiengängen (Beschluss der KMK vom 15.09.2000 i.d.F. vom 22.10.2004) entsprechen.
- (2) Im Modulhandbuch ist für jedes Modul eine Modulbeschreibung vorzunehmen, die mindestens enthalten soll:
1. Inhalte und Qualifikationsziele des Moduls,
 2. Lehrformen,
 3. Voraussetzungen für die Teilnahme,
 4. Verwendbarkeit des Moduls,
 5. Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten,
 6. Leistungspunkte und Noten,
 7. Häufigkeit des Angebotes von Modulen,
 8. Arbeitsaufwand,
 9. Dauer der Module.

Das Modulhandbuch wird im Internet veröffentlicht.

§ 10 Tutorien

Zur Unterstützung der Studenten, insbesondere der Studienanfänger, aber auch begleitend im Studienablauf und in der Abschlussphase des Studiums, werden Tutorien im Rahmen der vorhandenen Kapazitäten angeboten und durch Aushang im Fachbereich bekannt gemacht. In Tutorien wird in kleinen Arbeitsgruppen der Stoff von Lehrveranstaltungen unter Anleitung des zuständigen Hochschullehrers anhand von Aufgaben und Fällen vertieft.

§ 11 Studienberatung

Studenten im Vollzeitstudium, die bis zum Beginn des dritten Semesters noch keine Prüfungsleistung erbracht haben, müssen im dritten Semester an einer Studienberatung teilnehmen. Studenten im Teilzeitstudium, die bis zum Beginn des vierten Semesters noch keine Prüfungsleistung erbracht haben, müssen im vierten Semester an einer Studienberatung teilnehmen.

§ 12 Übergangsbestimmungen

Für bis einschließlich Sommersemester 2008 immatrikulierte Studenten gilt die Studienordnung für den Bachelorstudiengang Business Management vom 8. Dezember 2005 in der jeweils geltenden Fassung.

§ 13 In-Kraft-Treten

Die Studienordnung tritt mit Wirkung vom 1. September 2008 in Kraft und gilt erstmals für Studenten, die ihr Studium nach In-Kraft-Treten dieser Ordnung aufgenommen haben. Sie wird im Informationsblatt der HSMW veröffentlicht.

Ausgefertigt auf Grund des Senatsbeschlusses vom 20. Juni 2008 und der Genehmigung des Rektoratskollegiums vom 2. Juli 2008.

Mittweida, den 2. Juli 2008

Der Rektor
der Hochschule Mittweida (FH)

Prof. Dr.-Ing. Lothar Otto