

Satzung zur Änderung der
Studien- und Prüfungsordnung
für den Bachelorstudiengang
Business Management
an der Hochschule Mittweida
Vom 27. November 2017

Auf Grund von § 34 Abs. 1 Satz 1, 36 Abs. 1 des Gesetzes über die Freiheit der Hochschulen im Freistaat Sachsen (Sächsisches Hochschulfreiheitsgesetz - SächsHSFG) in der Fassung der Bekanntmachung vom 15. Januar 2013 (SächsGVBl. S. 3), zuletzt geändert durch Gesetz vom 29. April 2015 (SächsGVBl. S. 349, 354) erlässt die Hochschule Mittweida diese Satzung.

Artikel 1

Die Studien- und Prüfungsordnung für den Bachelorstudiengang Business Management an der Hochschule Mittweida vom 13. Juli 2015 wird wie folgt geändert:

1.

Paragraf 34 wird wie folgt geändert:

a)

Der Wortlaut wird Absatz 1.

b)

Folgender neuer Absatz 2 wird angefügt:

„(2) Für Studenten, die ihr Studium im Bachelorstudiengang Business Management am oder nach dem 1. September 2015 und vor dem 31. August 2017 im 1. Fachsemester aufgenommen haben gilt die Anlage (Studienablaufplan) in ihrer Fassung vom 31. August 2017 fort.

2.

Die Anlage erhält die aus dem Anhang zu dieser Satzung ersichtliche Fassung.

Artikel 2

Diese Satzung tritt mit Wirkung vom 1. September 2017 in Kraft. Sie wird im Internetportal www.hs-mittweida.de/ordnungen veröffentlicht.

Ausgefertigt auf Grund des Fakultätsratsbeschlusses vom 08. November 2017 und der Genehmigung des Rektorates vom 27. November 2017.

Mittweida, den 27. November 2017

Der Rektor
der Hochschule Mittweida

Prof. Dr. phil. Ludwig Hilmer

**Studienablaufplan für den Bachelorstudiengang Business Management
Vollzeit**

Modul / Lerneinheiten	Credits	SSZ in Ah	LVS ges.	SWS					PI/ Dauer	Gewichtung ¹⁾	Gewichtung ²⁾	Semester
				V	S/Ü	P	Tut	PVL				
0601 Wissenschaftliches Arbeiten (HSMW)	5	90	60	2	2				Msn/PA		1/36	I
06011 Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten			30	1	1							
06012 Methoden und Techniken			30	1	1							
0602 Volkswirtschaftslehre	5	90	60	2	2				Ms/90		1/36	I
06021 Makroökonomie			15	1								
06022 Mikroökonomie			30	1	1							
06023 Internationale Wirtschaftssysteme			15		1							
0603 Betriebswirtschaft I	5	90	60	1	3				Ms/90		1/36	I
06031 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre			30	1	1							
06032 Buchführung / Bilanzierung			30		2							
0604 Marketing I	5	90	60	2	2				Ms/90		1/36	I
06041 Strategisches Marketing			30	2								
06042 Märkte & Zielgruppen			15		1							
06043 Internationales Marketing			15		1							

**Studienablaufplan für den Bachelorstudiengang Business Management
Vollzeit**

Modul / Lerneinheiten	Credits	SSZ in Ah	LVS ges.	SWS					PI/ Dauer	Gewichtung ¹⁾	Gewichtung ²⁾	Semester
				V	S/Ü	P	Tut	PVL				
0605 Unternehmensführung I	5	90	60	2	2				Ms/90		1/36	I
06051 Grundlagen der Unternehmensorganisation			30	2								
06052 Strategisches Management			15		1							
06053 Operatives Management			15		1							
0606 Kommunikationsmanagement	5	60	90	4	2				Ms/90		1/36	I
06061 Strategisches und operatives Kommunikationsmanagement			45	2	1							
06062 Kommunikationsinstrumente und -konzeption			45	2	1							
0607 Recht	5	90	60	2	2				Ms/90		1/36	I
06071 Rechtsordnung			15	1								
06072 Grundlagen Bürgerliches Recht			15	1								
06073 Grundlagen Handels-, Gesellschafts- und Steuerrecht			15		1							
06074 Markenrecht			15		1							
SUMME I. Semester:	35	600	450	15	15			Σ 30			7/36	

**Studienablaufplan für den Bachelorstudiengang Business Management
Vollzeit**

Modul / Lerneinheiten	Credits	SSZ in Ah	LVS ges.	SWS					PI/ Dauer	Gewichtung ¹⁾	Gewichtung ²⁾	Semester
				V	S/Ü	P	Tut	PVL				
0608 Marktforschung	5	75	75	2	3				Ms/90		1/36	2
06081 Grundlagen der Marktforschung			30	1	1							
06082 Qualitative und quantitative Forschung			30	1	1							
06083 Statistik und Datenanalyse			15		1							
0609 IT- und Datenmanagement	5	90	60	2	2				Ms/90		1/36	2
06091 Grundlagen der Informatik und IT-Infrastruktur			15	1								
06092 Anwendungen			30	1	1							
06093 Datensicherheit und Datenschutz			15		1							
0610 Betriebswirtschaft II	5	75	75	2	3				Ms/90		1/36	2
06101 Kosten- und Leistungsrechnung			30	1	1							
06102 Geschäftsmodelle			15	1								
06103 Investition und Finanzierung			15		1							
06104 Controlling			15		1							
0611 Marketing II	5	90	60	1	3				Msn/PA		1/36	2
06111 Operatives Marketing			30	1	1							
06112 Marketinginstrumente			30		2							

**Studienablaufplan für den Bachelorstudiengang Business Management
Vollzeit**

Modul / Lerneinheiten	Credits	SSZ in Ah	LVS ges.	SWS					PI/ Dauer	Gewichtung ¹⁾	Gewichtung ²⁾	Semester
				V	S/Ü	P	Tut	PVL				
0612 Unternehmensführung II	5	90	60	1	3				Msn/PA		1/36	2
06121 Unternehmensethik / CSR			30	1	1							
06122 Corporate Governance & Compliance			15		1							
06123 Corporate Brand Management			15		1							
0613 Projektmanagement	5	90	60	2	2				Msn/PA		1/36	2
06131 Projektplanung			15	1								
06132 Projektorganisation			15		1							
06133 Prozesse und Ressourcenmanagement			30	1	1							
SUMME 2. Semester:	30	510	390	10	16			Σ 26			6/36	

**Studienablaufplan für den Bachelorstudiengang Business Management
Vollzeit**

Modul / Lerneinheiten	Credits	SSZ in Ah	LVS ges.	SWS					PI/ Dauer	Gewichtung ¹⁾	Gewichtung ²⁾	Semester
				V	S/Ü	P	Tut	PVL				
0614 Kampagnen-Management	5	75	75	2	3				Msn/PA		1/36	3
06141 Grundlagen Campaigning			30	1	1							
06142 Integrierte Kommunikation			30	1	1							
06143 Cross Media			15		1							
0615 Betriebswirtschaft III	5	90	60	3	1				Ms/90		1/36	3
06151 Human Resource Management			30	1	1							
06152 Arbeitsrecht			30	2								
Wahlpflichtmodulkomplexe Studienrichtungen (1 aus 8)												
I. Tourismus-, Hotel- und Eventmanagement	20	330	270			18					4/36	3
II. Internationales Hotel-, Resort- und Cruisemanagement	20	360	240			16					4/36	3
III. Fußball- und Sportbusiness	20	360	240			16					4/36	3
IV. Mode-, Trend- und Markenmanagement	20	390	210			14					4/36	3
V. Versicherungsvertriebsmanagement	20	375	225			15					4/36	3
VI. Internationales Automobilbusiness	20	360	240			16					4/36	3
VII. Internationales Marketing und Management	20	360	240			16					4/36	3
IX. Wirtschafts- und Werbepsychologie	20	375	225			15					4/36	3
SUMME 3. Semester:	30	525	375	5	4	16			Σ 25		6/36	

**Studienablaufplan für den Bachelorstudiengang Business Management
Vollzeit**

Modul / Lerneinheiten	Credits	SSZ in Ah	LVS ges.	SWS					PI/ Dauer	Gewichtung ¹⁾	Gewichtung ²⁾	Semester
				V	S/Ü	P	Tut	PVL				
0616 Agenturarbeit	5	90	60	2	2				Ms/90		1/36	4
06161 Agenturorganisation und Management			30	1	1							
06162 Unternehmensberatung und Consulting			15		1							
06163 Budgetplanung			15	1								
0617 Reflexionsmodul (HSMW)			15		1							4
06171 Reflektiertes interdisziplinäres Lernen			15		1							
0618 Führung und Leadership	5	90	60	2	2				Ms/90		1/36	4
06181 Führungspsychologie und -theorien			15	1								
06182 Strategische und operative Mitarbeiterführung			30	1	1							
06183 Leadership als Führungskonzept			15		1							
Wahlpflichtmodulkomplexe Studienrichtungen (1 aus 8)												
I. Tourismus-, Hotel- und Eventmanagement	20	375	225			15					4/36	4
II. Internationales Hotel-, Resort- und Cruisemanagement	20	360	240			16					4/36	4
III. Fußball- und Sportbusiness	20	360	240			16					4/36	4
IV. Mode-, Trend- und Markenmanagement	20	360	240			16					4/36	4
V. Versicherungsvertriebsmanagement	20	360	240			16					4/36	4
VI. Internationales Automobilbusiness	20	360	240			16					4/36	4
VII. Internationales Marketing und Management	20	90	240			16					4/36	4
IIX. Wirtschafts- und Werbepsychologie	20	360	240			16					4/36	4
SUMME 4. Semester:	30	540	375	4	5	16			Σ 25		6/36	

**Studienablaufplan für den Bachelorstudiengang Business Management
Vollzeit**

Modul / Lerneinheiten	Credits	SSZ in Ah	LVS ges.	SWS					PI/ Dauer	Gewichtung ¹⁾	Gewichtung ²⁾	Semester		
				V	S/Ü	P	Tut	PVL						
0617 Reflexionsmodul (HSMW)	5	90	45	3					M/EP		1/36	5		
06171 Reflektiertes interdisziplinäres Lernen			45	3										
Einstufungsprüfung			0											
0619 Wissenschaftliche Theorien und Modelle (HSMW)	10	195	105	5	2						Ms/90		2/36	5
06191 Innovations- und Changemanagement			30	2										
06192 Klassische und aktuelle Theorien			30	2										
06193 Anwendungsfälle und Diskurs			15	1										
06194 Globale Strategien und internationale Kulturen			30	1 1										
0620 Gründungsmanagement (HSMW)	5	90	60	2	2						Msn/PA		1/36	5
06201 Entrepreneurship			30	1 1										
06202 Businessplan			30	1 1										
0621 Wissenschaftliches Publizieren (HSMW)	5	90	60	4					Msn/PA		1/36	5		
06211 Wissenschaftliches Schreiben			30	2										
06212 Wissenschaftliche Recherche			30	2										
SUMME 5. Semester:	25	465	270	7	11	Σ 18						5/36		

**Studienablaufplan für den Bachelorstudiengang Business Management
Vollzeit**

Modul / Lerneinheiten	Credits	SSZ in Ah	LVS ges.	SWS					PI/ Dauer	Gewichtung ¹⁾	Gewichtung ²⁾	Semester
				V	S/Ü	P	Tut	PVL				
0622 Lehrprojekt Unternehmen (HSMW)	15	435	15				I		Msn/PA		3/36	6
0622 Praxismodul (12 Wochen)			0									
0622 Modulcoaching			15				I					
0623 Bachelorprojekt (HSMW)	15	435	15				I		Ms/BA		3/36	6
0623 Bachelorarbeit	(12)		0									
0623 Tutorium für Examenkandidaten	(3)		15				I					
SUMME 6. Semester:	30	870	30				2	Σ 2			6/36	
Gesamt	180	3510	1890								36/36	

Ah = Arbeitsstunden, BA = Bachelorarbeit, Kolloquium, HSMW = Modul der Hochschule Mittweida, LVS = Lehrveranstaltungsstunden, M = Modulprüfung, PA = Projektarbeit, , EP = Einstufungsprüfung, m = mündlich, P =Praktikum,
PI =Prüfungsleistung, PVL = Prüfungsvorleistungen, s =schriftlich, sn = sonstige, S =Seminar, SSZ = Selbststudienzeit,
SWS =Semesterwochenstunden, Te =Testat als Prüfungsvorleistung, Tut = Tutorium, Ü =Übung, V =Vorlesung,

¹⁾ = Gewichtung Modulnote, ²⁾ = Gewichtung Abschlussnote, ³⁾ =Die Module der Studienrichtungen sind in den Semestern frei wählbar.

**Studienablaufplan für den Bachelorstudiengang Business Management
Studienrichtungen**

Modul / Lerneinheiten	Credits	SSZ in Ah	LVS ges.	SWS			PI/ Dauer	Ge- wicht- ung ¹⁾	Ge- wicht- ung ²⁾	Se- mes- ter
				V	S/Ü	P Tut PVL				
Wahlpflichtmodulkomplexe Studienrichtungen (I aus 8)										
I. Tourismus-, Hotel- und Eventmanagement	40								8/36	
0624 Event-, Messe- und Kongressmanagement	10	210	90	2	4		Msn/PA		2/36	3
06241 Veranstaltungsmanagement, -marketing und -logistik			90	2	4					
0625 Freizeitpsychologie und Tourismuswirtschaft	5	60	90	4	2		Msn/PA		1/36	3
06251 Tourismusökonomie			30	2						
06252 Freizeitpsychologie / -soziologie			30	1	1					
06253 Tourismusmarkt- und Trendforschung			30	1	1					
0626 Spezielles Recht und Steuern im Tourismus	5	90	60	2	2		Ms/90		1/36	3
06261 Spezielles Recht im Tourismus			45	2	1					
06262 Steuern im Tourismus			15	1						

**Studienablaufplan für den Bachelorstudiengang Business Management
Studienrichtungen**

Modul / Lerneinheiten	Credits	SSZ in Ah	LVS ges.	SWS					PI/ Dauer	Ge- wich- tung ¹⁾	Ge- wich- tung ²⁾	Se- mes- ter
				V	S/Ü	P	Tut	PVL				
0627 Tourismusmanagement und marketing	10	195	105	4	2	1			Msn/PA		2/36	4
06271 Reiseveranstaltermanagement			30	1	1							
06272 Tourismusmarketing			30	1		1						
06273 Mobilitätsmanagement			45	2	1							
0628 Internationales Hotelmanagement	5	75	75	3	2				Ms/90		1/36	4
06281 Hotelmanagement			45	2	1							
06282 Food und Beverage Management / Catering			30	1	1							
0629 Destinationsmanagement und -marketing	5	90	60	1	2	1			Msn/PA		1/36	4
06291 Destinationsmanagement			30	1	1							
06292 Destinationsmarketing			30		1	1						

**Studienablaufplan für den Bachelorstudiengang Business Management
Studienrichtungen**

Modul / Lerneinheiten	Credits	SSZ in Ah	LVS ges.	SWS			PI/ Dauer	Ge- wicht- ung ¹⁾	Ge- wicht- ung ²⁾	Se- mes- ter
				V	S/Ü	P Tut PVL				
II. Hotel-, Resort- und Cruisemanagement	40							8/36		
0625 Freizeitpsychologie und Tourismuswirtschaft	5	60	90	4	2		Msn/PA		1/36	3
06251 Tourismusökonomie			30	2						
06252 Freizeitpsychologie / -soziologie			30	1	1					
06253 Tourismusmarkt- und Trendforschung			30	1	1					
0630 Hotel und Resort Operations	10	210	90	3	3		Msn/PA		2/36	3
06301 Managementstruktur und Operations			15	1						
06302 Rooms Division Management			15		1					
06303 Wellness- und Spa Management			15		1					
06304 Kongress und Bankett / F&B Management			45	2	1					
0631 Kreuzfahrtmanagement I	5	90	60	2	2		Ms/90		1/36	3
06311 Einführung in die Kreuzfahrtindustrie			45	2	1					
06312 Schiffsdesign und technische Ausstattung			15		1					

**Studienablaufplan für den Bachelorstudiengang Business Management
Studienrichtungen**

Modul / Lerneinheiten	Credits	SSZ in Ah	LVS ges.	SWS					PI/ Dauer	Ge- wicht- ung ¹⁾	Ge- wicht- ung ²⁾	Se- mes- ter
				V	S/Ü	P	Tut	PVL				
0632 Sales und Distribution	5	90	60	1	3				Ms/90		1/36	4
06321 Distribution			15	1								
06322 Loyalty Management			15	1								
06323 Yield Management / Revenue Management			30	1	1							
0633 Dienstleistungsmarketing im Hospitalitymanagement	5	90	60	2	2				Msn/PA		1/36	4
06331 Qualitäts- und Prozessmanagement			30	1	1							
06332 Physical Facilities / Personalpolitik			30	1	1							
0634 Kreuzfahrtmanagement II	5	90	60	1	3				Msn/PA		1/36	4
06341 Routenplanung / Kreuzfahrtdestinationen			30	1	1							
06342 Produktentwicklung			30		2							
0626 Spezielles Recht und Steuern im Tourismus	5	90	60	2	2				Ms/90		1/36	4
06261 Spezielles Recht im Tourismus			45	2	1							
06262 Steuern im Tourismus			15		1							

**Studienablaufplan für den Bachelorstudiengang Business Management
Studienrichtungen**

Modul / Lerneinheiten	Credits	SSZ in Ah	LVS ges.	SWS			PI/ Dauer	Ge- wich- tung ¹⁾	Ge- wich- tung ²⁾	Se- mes- ter
				V	S/Ü	P Tut PVL				
III. Fußball- und Sportbusiness	40							8/36		
0635 Vereins- und Verbandsmanagement	10	180	120	4	4		Ms/90		2/36	3
06351 Organisation und Personalmanagement			45	2	1					
06352 Finanzierung			45	1	2					
06353 Nachwuchsförderung			30	1	1					
0636 Marketing-Management im Fußball	5	90	60	2	2		Msn/PA		1/36	3
06361 Wirtschaftliche Bedeutung des Fußballs			15	1						
06362 Marketing im Fußball			30	1	1					
06363 Marketing durch Fußball			15		1					
0637 Sportpsychologie und Trainingsmanagement	5	90	60	1	3		Ms/90		1/36	3
06371 Leistungsmotivation und Teambildung			30	1	1					
06372 Trainingslehre			15		1					
06373 Leistungsdiagnostik			15		1					

**Studienablaufplan für den Bachelorstudiengang Business Management
Studienrichtungen**

Modul / Lerneinheiten	Credits	SSZ in Ah	LVS ges.	SWS					PI/ Dauer	Ge- wicht- ung ¹⁾	Ge- wicht- ung ²⁾	Se- mes- ter
				V	S/Ü	P	Tut	PVL				
0638 Internationales Markenmanagement im Fußball	10	180	120	4	4				Msn/PA		2/36	4
06381 Grundlagen und Problemfelder des Markenmanagements			45	2	1							
06382 Strategien und Instrumente der Markenkommunikation			45	1	2							
06383 Medien und Formate			30	1	1							
0639 Sportstätten- und Event- Management	5	90	60	3	1				Ms/90		1/36	4
06391 Managementfunktionen			30	1	1							
06392 Strategisches Event- Management			15	1								
06393 Rechtliche Grundlagen			15	1								
0640 Fanmanagement	5	90	60	2	2				Msn/PA		1/36	4
06401 Fankultur			15	1								
06402 Fanmarketing			30	1	1							
06403 Deeskalationspolitik			15		1							

**Studienablaufplan für den Bachelorstudiengang Business Management
Studienrichtungen**

Modul / Lerneinheiten	Credits	SSZ in Ah	LVS ges.	SWS			PI/ Dauer	Ge- wich- tung ¹⁾	Ge- wich- tung ²⁾	Se- mes- ter
				V	S/Ü	P Tut PVL				
IV. Mode-, Trend- und Markenmanagement	40							8/36		
0641 Modemanagement I: Mode und Gesellschaft	5	90	60	2	2		Ms/90		1/36	3
06411 Mode und Gesellschaft I			30	1	1					
06412 Mode und Gesellschaft II			30	1	1					
0642 Modemanagement II: Internationales Modebusiness	10	210	90	3	3		Ms/90		2/36	3
06421 Modemanagement			30	1	1					
06422 Modemarketing und -kommunikation			30	1	1					
06423 Produktion und Design			30	1	1					
0643 Markenmanagement I: Markenführung und -qualität	5	90	60	2	2		Ms/90		1/36	3
06431 Grundlagen des Markenmanagements			30	1	1					
06432 Problemfelder des Markenmanagements			30	1	1					

**Studienablaufplan für den Bachelorstudiengang Business Management
Studienrichtungen**

Modul / Lerneinheiten	Credits	SSZ in Ah	LVS ges.	SWS					PI/ Dauer	Ge- wicht- ung ¹⁾	Ge- wicht- ung ²⁾	Se- mes- ter
				V	S/Ü	P	Tut	PVL				
0644 Trendmanagement	10	180	120	4	4				Msn/PA		2/36	4
06441 Trendmanagement und Innovation			60	2	2							
06442 Innovatives Marketing			60	2	2							
0645 Markenmanagement II: Markenkommunikation	5	90	60	2	2				Msn/PA		1/36	4
06451 Strategien der Markenkommunikation			30	1	1							
06452 Instrumente der Markenkommunikation			30	1	1							
0646 Markenmanagement III: Kampagnenmanagement	5	90	60	2	2				Msn/PA		1/36	4
06461 Markenkampagnen und Crossmedia			30	1	1							
06462 Techniken des Kampagnenmanagements			30	1	1							

**Studienablaufplan für den Bachelorstudiengang Business Management
Studienrichtungen**

Modul / Lerneinheiten	Credits	SSZ in Ah	LVS ges.	SWS					PI/ Dauer	Ge- wicht- ung ¹⁾	Ge- wicht- ung ²⁾	Se- mes- ter
				V	S/Ü	P	Tut	PVL				
V. Versicherungs- vertriebsmanagement	40									8/36		
0647 Wirtschafts- und Versicherungsethik	5	90	60	2	2			Ms/90		1/36	3	
06471 Wirtschaftsethik			30	1	1							
06472 Gerechtigkeit			30	1	1							
0648 Vertriebsplanung	5	75	75	2	2	1		Ms/90		1/36	3	
06481 Strategische Vertriebsplanung			30	1	1							
06482 Operative Vertriebsplanung und Budgetierung			30	1	1							
06483 Praktikum			15			1						
0649 Vertriebscontrolling	10	210	90	3	2	1		Ms/90		2/36	3	
06491 Operatives und strategisches Vertriebscontrolling Controlling als			45	2	1							
06492 Entscheidungshilfe für Führungskräfte			30	1	1							
06493 Fallstudien			15			1						
0650 Vertriebssteuerung	5	90	60	2	2			Ms/90		1/36	4	
06501 Grundlagen der Vertriebssteuerung			30	1	1							
06502 Kundenwertorientierte Vertriebssteuerung			30	1	1							
0651 Personalentwicklungs- und Führungstechniken	10	195	105	4	3					2/36	4	
06511 Personalführung			45	2	1			PIs/120	1/2			
06512 Personalentwicklung			60	2	2			PIs/90	1/2			
0652 Führen im Versicherungsvertrieb	5	75	75	2	3			Ms/90		1/36	4	
06521 Führung			45	2	1							
06522 Führung durch Coaching und Motivation			30		2							

**Studienablaufplan für den Bachelorstudiengang Business Management
Studienrichtungen**

Modul / Lerneinheiten	Credits	SSZ in Ah	LVS ges.	SWS					PI/ Dauer	Ge- wich- tung ¹⁾	Ge- wich- tung ²⁾	Se- mes- ter
				V	S/Ü	P	Tut	PVL				
VI. Internationales Automobilbusiness	40									8/36		
0653 Automobilwirtschaft	10	180	120	4	4			Ms/90		2/36	3	
06531 Wirtschaftsstruktur			60	2	2							
06532 Strategische Unternehmenspolitik			30	1	1							
06533 Neue Geschäftskonzepte und - felder			30	1	1							
0654 Automobilindustrie und -politik	5	90	60	3	1			Ms/90		1/36	3	
06541 Verkehrssystem und Akteure			30	2								
06542 Verkehrs- und Infrastrukturpolitik			15	1								
06543 Mobilitäts- und Nachhaltigkeitskonzepte			15		1							
0655 Automobilkommunikation	5	90	60	2	2			Msn/PA		1/36	3	
06551 Strategische Automobilkommunikation			30	1	1							
06552 Operative Automobilkommunikation			15		1							
06553 Motorjournalismus			15	1								
0656 Automobilmarketing	10	180	120	4	4			Msn/PA		2/36	4	
06561 Marktpolitik und Marktforschung			30	2								
06562 Strategisches Marketing			60	2	2							
06563 Operationales Marketing			30		2							
0657 Motorsport, Club- und Eventmanagement	5	90	60	1	3			Msn/PA		1/36	4	
06571 Lebenswelt Auto und Motorrad			15		1							
06572 Verbands- und Clubmanagement			15		1							
06573 Eventmanagement und Motorsport			30	1	1							

**Studienablaufplan für den Bachelorstudiengang Business Management
Studienrichtungen**

Modul / Lerneinheiten	Credits	SSZ in Ah	LVS ges.	SWS					PI/ Dauer	Ge- wich- tung ¹⁾	Ge- wich- tung ²⁾	Se- mes- ter
				V	S/Ü	P	Tut	PVL				
0658 Automobilvertrieb	5	90	60	3	I				Ms/90		I/36	4
06581 Vertriebsysteme			30	I	I							
06582 E-Business			15	I								
06583 Finanzierung / Leasing / Versicherung			15	I								

**Studienablaufplan für den Bachelorstudiengang Business Management
Studienrichtungen**

Modul / Lerneinheiten	Credits	SSZ in Ah	LVS ges.	SWS			PI/ Dauer	Ge- wich- tung ¹⁾	Ge- wich- tung ²⁾	Se- mes- ter
				V	S/Ü	P Tut PVL				
VII. Internationales Marketing und Management	40							8/36		
0659 Internationales Management	10	180	120	4	4		Msn/PA		2/36	3
06591 Strukturen und Prozesse			60	2	2					
06592 Interkulturelle Aufgabenstellungen			30	1	1					
06593 Betriebswirtschaftliche Anwendungen			30	1	1					
0660 Markenmanagement	10	180	120	4	4		Ms/90		2/36	3
06601 Markenidentität und Markenimage			60	2	2					
06602 Internationales Markenmanagement			60	2	2					
0661 Internationales Marketing	10	180	120	4	4		Msn/PA		2/36	4
06611 Grundlagen Internationales Marketing			45	2	1					
06612 Markteintrittsentscheidungen und -strategien			45	2	1					
06613 Marketinginstrumente im internationalen Kontext			30		2					
0662 Konsum- und Investitionsgütermarketing	5	90	60	2	2		Ms/90		1/36	4
06621 Grundlagen Konsum- und Investitionsgütermarketing Besonderheiten			30	1	1					
06622 Informationsbeschaffung und Vermarktung			30	1	1					
0663 E-Business	5	90	60	2	2		Ms/90		1/36	4
06631 Grundlagen E-Business			15	1						
00632 Strategisches und operatives E- Business			45	1	2					

**Studienablaufplan für den Bachelorstudiengang Business Management
Studienrichtungen**

Modul / Lerneinheiten	Credits	SSZ in Ah	LVS ges.	SWS			PI/ Dauer	Ge- wicht- ung ¹⁾	Ge- wicht- ung ²⁾	Se- mes- ter
				V	S/Ü	P Tut PVL				
IIX. Wirtschafts- und Werbepsychologie	40							8/36		
0664 Grundlagen Wirtschaftspsychologie	10	195	105	3	4		Ms/90	2/36	3	
06641 Allgemeine Psychologie			60	2	2					
06642 Sozialpsychologie			30	1	1					
06643 Differentielle Psychologie und Persönlichkeitsforschung			15		1					
0665 Organisationspsychologie und Organisationsentwicklung	5	90	60	2	2		Msn/PA	1/36	3	
06651 Organisations- und Arbeitspsychologie			30	1	1					
06652 Organisationsentwicklung und Change Management			30	1	1					
0666 Medien- und Kommunikationspsychologie	5	90	60	2	2		Ms/90	1/36	3	
06661 Medienpsychologie und Medienwirkung			30	1	1					
06662 Kommunikationspsychologie			30	1	1					
0667 Forschungsmethoden und Evaluation	10	180	120	4	4		Msn/PA	2/36	4	
06671 Forschungsmethoden			60	2	2					
06672 Evaluation und Auswertung			60	2	2					

**Studienablaufplan für den Bachelorstudiengang Business Management
Studienrichtungen**

Modul / Lerneinheiten	Credits	SSZ in Ah	LVS ges.	SWS					PI/ Dauer	Gewichtung ¹⁾	Gewichtung ²⁾	Semester
				V	S/Ü	P	Tut	PVL				
0668 Werbemanagement	5	90	60	2	2				Ms/90		1/36	4
06681 Werbeplanung und Werbegestaltung			30	1	1							
06682 Mediaplanung und Werbekontrolle			30	1	1							
0669 Werbe- und Konsumentenpsychologie	5	90	60	2	2				Msn/PA		1/36	4
06691 Werbepsychologie und Kommunikationspolitik			30	1	1							
06692 Konsumentenpsychologie			15	1								
06693 Neuropsychologie und -marketing			15		1							

Ah = Arbeitsstunden, BA = Bachelorarbeit, Kolloquium, HSMW = Modul der Hochschule Mittweida,
LVS = Lehrveranstaltungsstunden, M = Modulprüfung, PA = Projektarbeit, EP = Einstufungsprüfung, m = mündlich, P = Praktikum, PI = Prüfungsleistung, PVL = Prüfungsvorleistungen, s = schriftlich, sn = sonstige, S = Seminar, SSZ = Selbststudienzeit, SWS = Semesterwochenstunden, Te = Testat als Prüfungsvorleistung, Tut = Tutorium, Ü = Übung, V = Vorlesung, 1) = Gewichtung Modulnote, 2) = Gewichtung Abschlussnote, 3) Die Module der Studienrichtungen sind in den Semestern frei wählbar.

**Studienablaufplan für den Bachelorstudiengang Business Management
Teilzeit**

Modul / Lerneinheiten	Credits	SSZ in Ah	LVS ges.	SWS					PI/ Dauer	Ge- wich- tung ¹⁾	Ge- wich- tung ²⁾	Se- mes- ter
				V	S/Ü	P	Tut	PVL				
0601 Wissenschaftliches Arbeiten (HSMW)	5	90	60	2	2				Msn/PA		1/36	I
06011 Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten			30	1	1							
06012 Methoden und Techniken			30	1	1							
0602 Volkswirtschaftslehre	5	90	60	2	2				Ms/90		1/36	I
06021 Makroökonomie			15	1								
06022 Mikroökonomie			30	1	1							
06023 Internationale Wirtschaftssysteme			15		1							
0603 Betriebswirtschaft I	5	90	60	1	3				Ms/90		1/36	I
06031 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre			30	1	1							
06032 Buchführung / Bilanzierung			30		2							
0604 Marketing I	5	90	60	2	2				Ms/90		1/36	I
06041 Strategisches Marketing			30	2								
06042 Märkte & Zielgruppen			15		1							
06043 Internationales Marketing			15		1							
SUMME I. Semester:	20	360	240	7	9				Σ 16		4/36	

Studienablaufplan für den Bachelorstudiengang Business Management
Teilzeit

Modul / Lerneinheiten	Credits	SSZ in Ah	LVS ges.	SWS					PI/ Dauer	Ge- wich- tung ¹⁾	Ge- wich- tung ²⁾	Se- mes- ter
				V	S/Ü	P	Tut	PVL				
0605 Unternehmensführung I	5	90	60	2	2				Ms/90		1/36	2
06051 Grundlagen der Unternehmensorganisation			30	2								
06052 Strategisches Management			15		1							
06053 Operatives Management			15		1							
0606 Kommunikationsmanagement	5	60	90	4	2				Ms/90		1/36	2
06061 Strategisches und operatives Kommunikationsmanagement			45	2	1							
06062 Kommunikationsinstrumente und -konzeption			45	2	1							
0607 Recht	5	90	60	2	2				Ms/90		1/36	2
06071 Rechtsordnung			15	1								
06072 Grundlagen Bürgerliches Recht			15	1								
06073 Grundlagen Handels-, Gesellschafts- und Steuerrecht			15		1							
06074 Markenrecht			15		1							
0608 Marktforschung	5	75	75	2	3				Ms/90		1/36	2
06081 Grundlagen der Marktforschung			30	1	1							
06082 Qualitative und quantitative Forschung			30	1	1							
06083 Statistik und Datenanalyse			15		1							
SUMME 2. Semester:	20	315	285	10	9				Σ 19		4/36	

Studienablaufplan für den Bachelorstudiengang Business Management
Teilzeit

Modul / Lerneinheiten	Credits	SSZ in Ah	LVS ges.	SWS					PI/ Dauer	Ge- wich- tung ¹⁾	Ge- wich- tung ²⁾	Se- mes- ter
				V	S/Ü	P	Tut	PVL				
0609 IT- und Datenmanagement	5	90	60	2	2				Ms/90		1/36	3
06091 Grundlagen der Informatik und IT-Infrastruktur			15	1								
06092 Anwendungen			30	1	1							
06093 Datensicherheit und Datenschutz			15		1							
0610 Betriebswirtschaft II	5	75	75	2	3				Ms/90		1/36	3
06101 Kosten- und Leistungsrechnung			30	1	1							
06102 Geschäftsmodelle			15	1								
06103 Investition und Finanzierung			15		1							
06104 Controlling			15		1							
0611 Marketing II	5	90	60	1	3				Msn/PA		1/36	3
06111 Operatives Marketing			30	1	1							
06112 Marketinginstrumente			30		2							
0612 Unternehmensführung II	5	90	60	1	3				Msn/PA		1/36	3
06121 Unternehmensethik / CSR			30	1	1							
06122 Corporate Governance & Compliance			15		1							
06123 Corporate Brand Management			15		1							
SUMME 3. Semester:	20	345	255	6	11				Σ 17		4/36	

Studienablaufplan für den Bachelorstudiengang Business Management
Teilzeit

Modul / Lerneinheiten	Credits	SSZ in Ah	LVS ges.	SWS					PI/ Dauer	Ge- wicht- ung ¹⁾	Ge- wicht- ung ²⁾	Se- mes- ter
				V	S/Ü	P	Tut	PVL				
0613 Projektmanagement	5	90	60	2	2				Msn/PA		1/36	4
06131 Projektplanung			15	1								
06132 Projektorganisation			15		1							
06133 Prozesse und Ressourcenmanagement			30	1	1							
0614 Kampagnen-Management	5	75	75	2	3				Msn/PA		1/36	4
06141 Grundlagen Campaigning			30	1	1							
06142 Integrierte Kommunikation			30	1	1							
06143 Cross Media			15		1							
0615 Betriebswirtschaft III	5	90	60	3	1				Ms/90		1/36	4
06151 Human Resource Management			30	1	1							
06152 Arbeitsrecht			30	2								
0616 Agenturarbeit	5	90	60	2	2				Ms/90		1/36	4
06161 Agenturorganisation und Management			30	1	1							
06162 Unternehmensberatung und Consulting			15		1							
06163 Budgetplanung			15	1								
SUMME 4. Semester:	20	345	255	9	8				Σ 17		4/36	

Studienablaufplan für den Bachelorstudiengang Business Management
Teilzeit

Modul / Lerneinheiten	Credits	SSZ in Ah	LVS ges.	SWS					PI/ Dauer	Ge- wich- tung ¹⁾	Ge- wich- tung ²⁾	Se- mes- ter
				V	S/Ü	P	Tut	PVL				
Wahlpflichtmodulkomplexe Studienrichtungen (I aus 8)												
I. Tourismus-, Hotel- und Eventmanagement	20	330	270	18							4/36	5
II. Internationales Hotel-, Resort- und Cruisemanagement	20	360	240	16							4/36	5
III. Fußball- und Sportbusiness	20	360	240	16							4/36	5
IV. Mode-, Trend- und Markenmanagement	20	390	210	14							4/36	5
V. Versicherungsvertriebsmanagement	20	375	225	15							4/36	5
VI. Internationales Automobilbusiness	20	360	240	16							4/36	5
VII. Internationales Marketing und Management	20	360	240	16							4/36	5
IIX. Wirtschafts- und Werbepsychologie	20	375	225	15							4/36	5
SUMME 5. Semester:	20	360	240	16					Σ 16		4/36	

Studienablaufplan für den Bachelorstudiengang Business Management
Teilzeit

Modul / Lerneinheiten	Credits	SSZ in Ah	LVS ges.	SWS					PI/ Dauer	Ge- wich- tung ¹⁾	Ge- wich- tung ²⁾	Se- mes- ter
				V	S/Ü	P	Tut	PVL				
0617 Reflexionsmodul (HSMW)			15		I						6	
06171 Reflektiertes interdisziplinäres Lernen			15		I							
0618 Führung und Leadership	5	90	60	2	2			Ms/90		1/36	6	
06181 Führungspsychologie und -theorien			15		I							
06182 Strategische und operative Mitarbeiterführung			30		I	I						
06183 Leadership als Führungskonzept			15			I						
Wahlpflichtmodulkomplexe Studienrichtungen (1 aus 8)												
I. Tourismus-, Hotel- und Eventmanagement	20	375	225			15				4/36	6	
II. Internationales Hotel-, Resort- und Cruisemanagement	20	360	240			16				4/36	6	
III. Fußball- und Sportbusiness	20	360	240			16				4/36	6	
IV. Mode-, Trend- und Markenmanagement	20	360	240			16				4/36	6	
V. Versicherungsvertriebsmanagement	20	360	240			16				4/36	6	
VI. Internationales Automobilbusiness	20	360	240			16				4/36	6	
VII. Internationales Marketing und Management	20	360	240			16				4/36	6	
IIX. Wirtschafts- und Werbepsychologie	20	360	240			16				4/36	6	
SUMME 6. Semester:	25	450	315	2	3	16		Σ 21		5/36		

Studienablaufplan für den Bachelorstudiengang Business Management
Teilzeit

Modul / Lerneinheiten	Credits	SSZ in Ah	LVS ges.	SWS					PI/ Dauer	Ge- wich- tung ¹⁾	Ge- wich- tung ²⁾	Se- mes- ter		
				V	S/Ü	P	Tut	PVL						
6171 Reflexionsmodul (HSMW)	5	90	45	3					M/EP		1/36	7		
06171 Reflektiertes interdisziplinäres Lernen			45	3										
Einstufungsprüfung			0											
0619 Wissenschaftliche Theorien und Modelle (HSMW)	10	195	105	5	2						Ms/90		2/36	7
06191 Innovations- und Changemanagement			30	2										
06192 Klassische und aktuelle Theorien			30	2										
06193 Anwendungsfälle und Diskurs			15		1									
06194 Globale Strategien und internationale Kulturen			30	1	1									
SUMME 7. Semester:	15	195	105	5	2	Σ 7						3/36		

Studienablaufplan für den Bachelorstudiengang Business Management
Teilzeit

Modul / Lerneinheiten	Credits	SSZ in Ah	LVS ges.	SWS					PI/ Dauer	Ge- wich- tung ¹⁾	Ge- wich- tung ²⁾	Se- mes- ter
				V	S/Ü	P	Tut	PVL				
0620 Gründungsmanagement (HSMW)	5	90	60	2	2				Msn/PA		1/36	8
06201 Entrepreneurship			30	1	1							
06202 Businessplan			30	1	1							
0622 Lehrprojekt Unternehmen (HSMW)	15	435	15				1		Msn/PA		3/36	8
06221 Praxismodul (12 Wochen)			0									
06221 Modulcoaching			15				1					
SUMME 8. Semester:	20	525	75	2	2		1	Σ 5			4/36	

**Studienablaufplan für den Bachelorstudiengang Business Management
Teilzeit**

Modul / Lerneinheiten	Credits	SSZ in Ah	LVS ges.	SWS					PI/ Dauer	Ge- wich- tung ¹⁾	Ge- wich- tung ²⁾	Se- mes- ter
				V	S/Ü	P	Tut	PVL				
0621 Wissenschaftliches Publizieren (HSMW)	5	90	60	4					Msn/PA		1/36	9
0621 I Wissenschaftliches Schreiben			30	2								
06212 Wissenschaftliche Recherche			30	2								
0623 Bachelorprojekt (HSMW)	15	435	15	I					Ms/BA		3/36	9
0623 I Bachelorarbeit	(12)		0									
0623 I Tutorium für Examenskandidaten	(3)		15	I								
SUMME 9. Semester:	20	525	75	4	I	Σ 5				4/36		
Gesamt	180	3510	1890								36/36	

Ah = Arbeitsstunden, BA = Bachelorarbeit, Kolloquium, HSMW = Modul der Hochschule Mittweida, LVS = Lehrveranstaltungsstunden, M = Modulprüfung, PA = Projektarbeit, EP = Einstufungsprüfung, m = mündlich, P =Praktikum,
PI =Prüfungsleistung, PVL = Prüfungsvorleistungen, s =schriftlich, sn = sonstige, S =Seminar, SSZ = Selbststudienzeit,
SWS =Semesterwochenstunden, Te =Testat als Prüfungsvorleistung, Tut = Tutorium, Ü =Übung, V =Vorlesung,
1) = Gewichtung Modulnote, 2) = Gewichtung Abschlussnote,
3) Die Module der Studienrichtungen sind in den Semestern frei wählbar.