

Ausgabe 20 – 07.06.2017

Ludwigshafener Hochschulanzeiger
Publikationsorgan der Hochschule Ludwigshafen am Rhein

Inhaltsübersicht:

Seite 2: Spezielle Prüfungsordnung für den grundständigen Bachelorstudiengang Marketing an der Hochschule Ludwigshafen am Rhein

Seite 9: Impressum

**Spezielle Prüfungsordnung für den
grundständigen Bachelorstudiengang Marketing
der Hochschule Ludwigshafen am Rhein**

vom 07. Juni 2017

Präambel

Aufgrund des § 86 Absatz 2 Nr. 3 HochSchG in der Fassung vom 19.11.2010 (GVBl. S. 464), zuletzt geändert durch Art. 1 des Gesetzes vom 02.03.2017 (GVBl. S. 17), hat der Fachbereichsrat des Fachbereichs II – Marketing und Personalmanagement – der Hochschule Ludwigshafen am Rhein am 17.05.2017 die Spezielle Prüfungsordnung für den grundständigen Bachelorstudiengang Marketing erlassen. Diese hat der Präsident der Hochschule am 07.06.2017 gem. § 7 Absatz 3 Satz 2 HochSchG genehmigt, nachdem der Senat gem. § 76 Absatz 2 Nr. 6 HochSchG dazu Stellung genommen hat. Die Spezielle Prüfungsordnung wird dem Ministerium für Wissenschaft, Weiterbildung und Kultur angezeigt und nachfolgend bekannt gegeben.

Inhaltsverzeichnis

§ 1 Geltungsbereich	3
§ 2 Zugangsvoraussetzungen	3
§ 3 Akademischer Grad	3
§ 4 Aufbau und Dauer des Studiums	3
§ 5 Prüfungsausschuss	3
§ 6 Prüfungs- und Studienleistungen; Prüfungsorganisation	3
§ 7 Schriftliche Abschlussarbeit	4
§ 8 In-Kraft-Treten	4
§ 9 Übergangsregelung	4
Anlage 1: Studienverlaufsplan Bachelorstudiengang Marketing	5
Anlage 2: Praxis- / Auslandssemesterordnung des Bachelorstudiengangs Marketing	6

§ 1 Geltungsbereich

- (1) Für den grundständigen Bachelorstudiengang Marketing gelten die Bestimmungen der Allgemeinen Prüfungsordnung für Bachelor- und Master-Studiengänge der Hochschule Ludwigshafen am Rhein (APO) in der jeweils geltenden Fassung.
- (2) Diese Ordnung enthält ergänzende spezielle Regelungen für den grundständigen Bachelor-Studiengang Marketing.

§ 2 Zugangsvoraussetzungen

Gewählte Studiengänge im Sinne des § 2 (5), Buchstabe b) der Allgemeinen Prüfungsordnung für Bachelor- und Master-Studiengänge der Hochschule Ludwigshafen am Rhein sind Bachelorstudiengänge mit mindestens 80% BWL-Anteil und fachlich verwandte Studiengänge nach § 33 (6) HochSchG sind Bachelorstudiengänge mit mindestens 60% BWL-Anteil.

§ 3 Akademischer Grad

Nach erfolgreichem Abschluss des Bachelorstudiums verleiht die Hochschule Ludwigshafen am Rhein den akademischen Grad „Bachelor of Arts“ (abgekürzt „B.A.“).

§ 4 Aufbau und Dauer des Studiums

- (1) Die Regelstudienzeit beträgt 6 Semester. Die für den erfolgreichen Abschluss erforderlichen Pflicht- und Wahlpflichtmodule ergeben sich aus der Anlage 1.
- (2) Die Gesamtzahl der für einen erfolgreichen Abschluss zu erbringenden Leistungspunkte beträgt 180 und schließt die Bachelorarbeit im Umfang von 12 Leistungspunkten ein. Ein Leistungspunkt entspricht einem Workload von 30 Zeitstunden.
- (3) Im Studium ist in der Regel im 5. Semester ein Praxis- / Auslandssemester vorgesehen. Es setzt den erfolgreichen Abschluss des 1. Studienjahres voraus und ist im laufenden 4. Studiensemester auf Antrag und unter Vorlage eines aktuellen Notenauszugs durch die Studiengangleitung zu genehmigen. Näheres regelt die Praxis- / Auslandssemesterordnung des Studiengangs Marketing (Anlage 2).

§ 5 Prüfungsausschuss

Dem Prüfungsausschuss gehören an:

- a) Dekanin oder Dekan als vorsitzendes Mitglied,
- b) drei Mitglieder der Hochschullehrendengruppe,
- c) ein Mitglied der Studierendengruppe,
- d) ein Mitglied der gemeinsamen Gruppe der akademischen sowie der nicht wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter,
- e) eine im Prüfungsamt beschäftigte Person (mit beratender Stimme).

§ 6 Prüfungs- und Studienleistungen; Prüfungsorganisation

- (1) Werden Lehrveranstaltungen in englischer Sprache abgehalten, können die entsprechenden Prüfungsleistungen ebenfalls in englischer Sprache gefordert werden. Darüber sind die Studierenden spätestens zu Vorlesungsbeginn zu informieren.
- (2) Das Verfassen der Bachelorarbeit in englischer Sprache ist in Abstimmung mit der Betreuerin oder dem Betreuer möglich.

- (3) Der Zugang für die Modulprüfung Mathematik/Statistik kann nach § 13 (5) APO von der erfolgreichen Teilnahme an einer voran gegangenen Prüfungsvorleistung abhängig gemacht werden. Die Studierenden werden hierüber zu Veranstaltungsbeginn informiert. Eine Teilnahme im Sinne dieses Absatzes ist erfolgreich, wenn sie trotz Mängel mindestens den Anforderungen genügt.

§ 7 Schriftliche Abschlussarbeit

- (1) Für die Anmeldung zur Abschlussarbeit gilt § 17 Abs. 4 APO. Der Antrag auf Zulassung zur Bachelorarbeit sollte spätestens innerhalb von 8 Wochen nach Bekanntgabe des Bestehens der letzten erforderlichen Modulprüfung gestellt werden.
- (2) Um zur Abschlussarbeit zugelassen zu werden, müssen die Studierenden mindestens 120 ECTS erworben und das erste Studienjahr erfolgreich abgeschlossen haben.
- (3) Die Bearbeitungszeit der Bachelorarbeit beträgt 12 Wochen.

§ 8 In-Kraft-Treten

- (1) Diese Ordnung tritt am Tag nach ihrer Bekanntmachung im Hochschulanzeiger der Hochschule Ludwigshafen am Rhein in Kraft. Sie gilt für alle ab dem WS 2017/2018 immatrikulierten Studierenden im Bachelorstudiengang Marketing.
- (2) Zugleich tritt die Spezielle Prüfungsordnung für den grundständigen Bachelorstudiengang Marketing an der Hochschule Ludwigshafen am Rhein vom 08.04.2015 außer Kraft.

§ 9 Übergangsregelung

- (1) Studierende des Bachelorstudiengangs Marketing, die ihr Studium vor dem Wintersemester 2017/2018 aufgenommen haben, werden bis einschließlich Sommersemester 2021 nach den Regelungen der Speziellen Prüfungsordnung für den grundständigen Bachelorstudiengang Marketing vom 08.04.2015 geprüft.
- (2) Studierende nach Absatz 1 werden auf Antrag nach den Regelungen dieser Ordnung geprüft.

Ludwigshafen, den 07. Juni 2017

gez. Prof. Dr. Peter Mudra
Präsident der Hochschule Ludwigshafen am
Rhein

gez. Prof. Dr. Klaus Blettner
Dekan des FB II der Hochschule Ludwigshafen
am Rhein

Anlage 1: Studienverlaufsplan Bachelorstudiengang Marketing

Module	SWS	Prüfungsart*	LP	Workload
1. Semester				
Mathematik/Statistik	4	P (Klausur)	6	180
Einführung Wirtschaftswissenschaften	8	P** (Klausur/Hausarbeit/Präsentation)	8	240
Rechnungswesen	8	P (Klausur)	8	240
Integrierte Marketingeinführung	6	P** (Klausur/Projektbericht/Präsentation)	8	240
Gesamt	26	4	30	900
2. Semester				
Marketingforschung	8	P** (Klausur/Hausarbeit/Präsentation)	12	360
Kommunikation	6	P** (Hausarbeit/Präsentation)	10	300
Recht, Finanzen und IT	6	P (Klausur)	8	240
Gesamt	20	3	30	900
3. Semester				
Konsumenten und Marken	6	P** (Hausarbeit/Präsentation)	10	300
Vertriebs- u. Supply Chain Management	6	P** (Klausur/Hausarbeit/Präsentation)	10	300
Produkt- und Preis	6	P** (Klausur/Hausarbeit/Präsentation)	10	300
Gesamt	18	3	30	900
4. Semester				
Marketingstrategie	6	P** (Klausur/Hausarbeit/Präsentation)	10	300
Leadership	6	P** (Klausur/Hausarbeit/Präsentation)	10	300
Digital Marketing	6	P** (Klausur/Hausarbeit/Präsentation)	10	300
Gesamt	18	3	30	900
5. Semester				
Praxis-/Auslandssemester		SL (Praxissemester: Teilnahme u. Videopräsentation/ <u>Auslandsstudium</u> : abhängig von ausländischen Hochschulenu. Videopräsentation)	30	900
Gesamt		1	30	900
6. Semester				
Marketing-Praxisprojekt	6	P** (Projektbericht/Präsentation)	8	240
Wahlpflichtmodul***	6	P** (Klausur/Hausarbeit/Präsentation)	10	300
Thesis		P (schriftliche Abschlussarbeit)	12	360
Gesamt	12	3	30	900
Gesamtstudium	92	16 P / 1 SL	180	5400

SWS: Semesterwochenstunden

LP: Leistungspunkte (nach dem European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS))

Workload: Arbeitsaufwand der Studierenden in Zeitstunden

P: Prüfungsleistung (mit Note)

SL: Studienleistung (bestanden / nicht bestanden)

* Die Prüfungsart wird zu Beginn des Semesters bekannt gegeben.

** Der Schrägstrich zwischen den Prüfungsarten bedeutet „oder“. Kombinationen verschiedener Prüfungsarten sind in Ausnahmefällen möglich.

*** Wahlpflichtmodul: Die Studierenden wählen ein Schwerpunktgebiet aus dem Angebot anderer Studiengänge. Das Angebot wird auf der Homepage des Studiengangs veröffentlicht.

Anlage 2: Praxis- / Auslandssemesterordnung des Bachelorstudiengangs Marketing

Inhalt:

- (1) Allgemeine Regelung
- (2) Ausbildungsziele
- (3) Ausbildungsdauer
- (4) Ausbildungsstätte
- (5) Ausbildungsablauf im Praktikum
- (6) Betreuung, Genehmigung und Beantragung des Praxis- / Auslandssemesters
- (7) Nachweis erfolgreicher Teilnahme
- (8) Anerkennung

(1) Allgemeine Regelung

Im Bachelorstudiengang Marketing ist nach § 4 (3) SPO in der Regel im 5. Semester ein verpflichtendes Praxis- / Auslandssemester zu absolvieren. Es setzt den erfolgreichen Abschluss des 1. Studienjahres voraus und stellt eine Studienleistung dar, die insgesamt mit 30 ECTS bewertet wird.

Das Praxis- / Auslandssemester kann entweder als Auslandsstudiensemester oder als Praktikum im In- oder Ausland absolviert werden.

(2) Ausbildungsziele

Das Auslandsstudiensemester in einem anderen gesellschaftlichen, kulturellen und sprachlichen Umfeld an einer ausländischen Hochschule soll das wissenschaftliche Studium im Inland ergänzen und den Einstieg einer Bachelorabsolventin /eines Bachelorabsolventen ins Berufsleben in einer zunehmend globalisierten Welt erleichtern.

Im Praxissemester sollen die Studierenden berufspraktische Kenntnisse und Fähigkeiten in marketingrelevanten Bereichen eines Wirtschaftsunternehmens oder einer wirtschaftsnahen Institution im In- oder Ausland erwerben. Es geht um die Vermittlung von Kenntnissen über die wirtschaftlichen und organisatorischen Zusammenhänge des Unternehmens.

(3) Ausbildungsdauer

Beim Auslandsstudiensemester müssen die Studierenden sich für ein Semester an einer ausländischen Hochschule immatrikulieren. Näheres regeln die lokalen Bestimmungen der besuchten Hochschule.

Die Dauer des Praxissemesters erstreckt sich über einen zusammenhängenden Zeitraum von in der Regel 24 Wochen. Für ausbildungsrelevante Zwecke ist für maximal 3 Arbeitstage Arbeitsbefreiung zu gewähren. Im Übrigen finden die Regelungen des Arbeitszeit- und des Bundesurlaubsgesetzes Anwendung. Abweichende Vereinbarungen (z.B. aufgrund von Tarifverträgen oder Auslandseinsätzen) sind zulässig.

(4) Ausbildungsstätte

Auslandsstudiensemester:

Der Bereich Internationales der Hochschule unterstützt die Suche und Auswahl geeigneter ausländischer Hochschulen für ein Auslandsstudiensemester der Studierenden. Eine ausländische Hochschule kann aber auch durch die Studierenden selbst vorgeschlagen werden. Die Genehmigung und Anerkennung erfolgt dann durch den Bereich Internationales und die Studiengangleitung.

Praxissemester:

Das Praxissemester muss in einem geeigneten Unternehmen im Marketingbereich, im In- oder Ausland abgeleistet werden. Als Praktikumsunternehmen kommen alle Arten von international ausgerichteten Betrieben, insbesondere mit Marketingabteilung in ihren unterschiedlichen Erscheinungsformen in der Industrie, im Handel und Dienstleistungssektor in Betracht, sowie alle Einrichtungen einer vielschichtigen Gesellschaft mit ihren öffentlichen oder privaten Institutionen bzw. Organisationen. Besonders geeignet sind z.B. auch Marktforschungsinstitutionen, Werbe- und Multi-Media- und sonstige Agenturen, Verbraucherorganisationen und Beratungsunternehmen.

Die Praktikumsstelle kann die Verpflichtung mit sich bringen, bestimmte betriebliche Daten geheim zu halten.

(5) Ausbildungsablauf im Praktikum

Das Unternehmen und die Praktikantin/der Praktikant schließen einen Vertrag. Dieser soll die Inhalte und Ziele des Praktikums umreißen und eine betriebliche Betreuerin/einen betrieblichen Betreuer benennen.

Gelernt werden soll durch Beobachtung, aktive Mitarbeit und auch Literaturstudium. Das Aufgabenfeld muss eine ausreichende Nähe zum Marketing-Studium aufweisen. Der Praxisbezug soll das wissenschaftliche Studium unterstützen und den Einstieg in die berufliche Praxis erleichtern.

Die Ausbildung soll drei Stufen umfassen:

1. Einführung in die betrieblichen Strukturen und Abläufe des Unternehmens,
2. Mitarbeit im Marketingbereich des Unternehmens,
3. Übernahme von Verantwortung für Projektarbeiten (soweit wie möglich).

Die Ausbildung in der Praktikumsstelle sollte in folgender Weise erfolgen:

1. Vorstellung des Unternehmens und Bekanntmachen mit allen seinen Bereichen,
2. Vermittlung von Kenntnissen und deren Vertiefung durch praktische Mitarbeit im Marketingbereich,
3. Durchführung von Projekten unter Anleitung mit Verantwortungsübernahme,
4. Studium der einschlägigen Fachliteratur.

Die Ausbildung in der Praxisstelle sollte z.B. in einem der nachfolgend aufgeführten Arbeitsbereiche liegen:

- Marketingplanung /Marketingcontrolling
- Marketingforschung
- Kommunikation
- Produkt- und Kundenmanagement
- Vertrieb
- Mobile Marketing
- E-Commerce

Über Ausnahmen entscheidet die Studiengangleitung.

Die Ausbildung soll es den Studierenden ermöglichen, die im Unternehmen ablaufenden Prozesse von der Planung über die Durchführung bis zur Nachbereitung und Ergebniskontrolle zu verstehen.

(6) Betreuung, Genehmigung und Beantragung des Praxis- / Auslandssemesters

Die Studierenden werden durch die Studiengangleitung beraten und betreut.

Sie stellen selbst sicher, dass sie eine ausländische Hochschule oder ein genehmigungsfähiges Praktikum im Marketingbereich finden und schlagen dies der Studiengangleitung zur Genehmigung vor.

Die Genehmigung ist in der Regel im laufenden 4. Studiensemester, spätestens 4 Wochen vor Antritt des Praxis- / Auslandssemesters mit folgenden Unterlagen zu beantragen:

1. Ausgefülltes Formular „Antrag auf Genehmigung des Praxis- / Auslandssemesters“

2. Aktueller Notenausdruck als Nachweis der erfolgreichen Erbringung des 1. Studienjahres

3. Auslandsstudiensemester:

- Abgabe einer Aufnahmebescheinigung der anerkannten ausländischen Hochschule (nur, falls es keine Partnerhochschule ist)
- Einreichung des Antrags bei der Studiengangleitung bzgl. Fächerwahl an der ausländischen Hochschule, die besucht wird

Praxissemester:

- Praktikantenvertrag

(7) Nachweis erfolgreicher Teilnahme

Das Praxis- / Auslandssemester wird im darauffolgenden Semester (i.d.R. 6. Sem.) gegenüber der Studiengangleitung folgendermaßen nachgewiesen:

- Hochladen einer drei- bis **maximal** fünfminütigen Videopräsentation in OLAT. Die Videopräsentation soll einen formlosen mündlichen Kurzbericht über die im Auslandsstudium oder Unternehmen gemachten Erfahrungen und gewonnenen Erkenntnisse enthalten.

Auslandsstudiensemester

- Abgabe einer Immatrikulationsbescheinigung der anerkannten ausländischen Hochschule für die Zeit des Auslandssemesters (nur bei Nicht-Partnerhochschulen)
- Nachweis bestandener Prüfungen im Umfang von 28 ECTS in den in Abstimmung mit der Studiengangleitung gewählten Fächern
- Anfertigung und Zurverfügungstellung des Präsentationsvideos (2 ECTS)

Praxissemester

- Abgabe eines Tätigkeitsnachweises (= Bescheinigung der Praxisstelle über Art und Dauer der Tätigkeit) oder eines Praktikumszeugnisses (28 ECTS)
- Anfertigung und Zurverfügungstellung des Präsentationsvideos (2 ECTS)

(8) Anerkennung

Von Studierenden bereits absolvierte Praktika vor Studienbeginn, in den Semesterferien etc., sowie Ausbildungszeiten im Rahmen der Berufsausbildung werden nicht angerechnet.

Über die Anerkennung des Praxis- / Auslandssemesters entscheidet die Studiengangleitung.

Impressum:

**Hochschule Ludwigshafen am Rhein
Ernst-Boehe-Straße 4
D-67059 Ludwigshafen am Rhein**

Telefon: 0621/52 03 – 0

Telefax: 0621/52 03 – 196

E-Mail: infozentrale@hs-lu.de

Internet: www.hs-lu.de

Die Hochschule Ludwigshafen ist eine Körperschaft des Öffentlichen Rechts. Sie wird durch den Präsidenten Prof. Dr. Peter Mudra gesetzlich vertreten.

Umsatzsteueridentifikationsnummer: 27/660/0303/8

Zuständige Aufsichtsbehörde: Ministerium für Bildung, Wissenschaft, Weiterbildung und Kultur des Landes Rheinland-Pfalz, Mittlere Bleiche 61, D-55116 Mainz

Inhaltlich Verantwortlicher gemäß § 7 Telemediengesetz: Präsident der Hochschule Ludwigshafen, Prof. Dr. Peter Mudra.