

Ausgabe 26 – 22.Nov.2022

Ludwigshafener Hochschulanzeiger
Publikationsorgan der Hochschule für Wirtschaft und Gesellschaft Ludwigshafen

Inhaltsübersicht:

- Seite 2: Spezielle Prüfungsordnung für den Bachelorstudiengang Marketing der Hochschule für Wirtschaft und Gesellschaft Ludwigshafen
- Seite 6: Impressum

Spezielle Prüfungsordnung für den Bachelorstudiengang Marketing der Hochschule für Wirtschaft und Gesellschaft Ludwigshafen

vom 22.11.2022

Präambel

Aufgrund § 7 Absatz 2 Satz 1 Nr. 2 und § 86 Absatz 2 Nr. 2 HochSchG in der Fassung vom 23.09.2020, zuletzt geändert durch Gesetz vom 22.07.2021 (GVBl. 2021, S. 453), hat der Fachbereichsrat des Fachbereichs II - Marketing und Personalmanagement - der Hochschule für Wirtschaft und Gesellschaft Ludwigshafen am 26.10.2022 die Spezielle Prüfungsordnung für den grundständigen Bachelorstudiengang Marketing erlassen. Diese Ordnung hat das Präsidium der Hochschule am 21.11.2022 gem. § 7 Absatz 3 Satz 2 HochSchG genehmigt, nachdem der Senat am 16.11.2022 gem. § 76 Absatz 2 Nr. 6 HochSchG dazu Stellung genommen hat. Die Ordnung wird nachfolgend bekannt gemacht.

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|---|
| § 1 Geltungsbereich | 3 |
| § 2 Akademischer Grad | 3 |
| § 3 Aufbau und Dauer des Studiums | 3 |
| § 4 Prüfungen | 3 |
| § 5 Schriftliche Abschlussarbeit | 3 |
| § 6 In-Kraft-Treten | 4 |
| § 7 Übergangsregelung | 4 |
| Anlage | 5 |

§ 1 Geltungsbereich

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

§ 2 Akademischer Grad

Nach erfolgreichem Abschluss des Bachelorstudiums verleiht die Hochschule für Wirtschaft und Gesellschaft Ludwigshafen (nachfolgend: Hochschule) den akademischen Grad „Bachelor of Arts“ (abgekürzt „B.A.“).

§ 3 Aufbau und Dauer des Studiums

- (1) Die Regelstudienzeit beträgt 6 Semester. Die für den erfolgreichen Abschluss erforderlichen Module ergeben sich aus der Anlage.
- (2) Die Gesamtzahl der für einen erfolgreichen Abschluss zu erbringenden ECTS (Leistungspunkte) beträgt 180 und schließt die Bachelorarbeit im Umfang von 12 ECTS ein. Ein ECTS entspricht einem Workload von 30 Zeitstunden.
- (3) Im Studium ist im 5. Fachsemester wahlweise ein verpflichtendes Praxis- oder Auslandssemester im Umfang von 30 ECTS vorgesehen. Sowohl das Praxis- als auch das Auslandssemester setzen den erfolgreichen Abschluss des 1. Studienjahres voraus und sind i.d.R. im laufenden 4. Fachsemester auf Antrag und unter Vorlage eines aktuellen Notenauszugs durch die Studiengangleitung zu genehmigen. Näheres regelt die Ordnung zum Praxis- / Auslandssemester des Studiengangs Marketing.

§ 4 Prüfungen

- (1) Werden Lehrveranstaltungen in englischer Sprache abgehalten, können die entsprechenden Prüfungsleistungen ebenfalls in englischer Sprache gefordert werden. Darüber sind die Studierenden spätestens zu Veranstaltungsbeginn zu informieren.
- (2) Das Studium beinhaltet nach § 15 Absatz 5 f) APO als fachspezifische Prüfungsart:
 - Videopräsentation: Durch die Videopräsentation sollen die Studierenden Inhalte und Erfahrungen des Praxis- bzw. Auslandssemesters mündlich reflektieren. Die Dauer des Videos soll 3 bis 5 Minuten betragen. Der Abgabezeitpunkt wird durch die Prüfende oder den Prüfenden festgelegt.

§ 5 Schriftliche Abschlussarbeit

- (1) Für die Anmeldung der Abschlussarbeit gilt § 17 Absatz 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 zwölf Wochen.
- (4) Die Abschlussarbeit muss eine Fragestellung aus dem Themenfeld der Betriebswirtschaftslehre behandeln.
- (5) Das Verfassen der Bachelorarbeit in englischer Sprache ist in Abstimmung mit der Betreuerin oder dem Betreuer möglich.

§ 6 In-Kraft-Treten

- (1) Diese Ordnung tritt am Tag nach der Veröffentlichung im Hochschulanzeiger der Hochschule für Wirtschaft und Gesellschaft in Kraft. Sie gilt für alle Studierenden des Bachelorstudiengangs Marketing ab dem Sommersemester 2023.
- (2) Zugleich tritt die Spezielle Prüfungsordnung für den Bachelorstudiengang Marketing vom 07.06.2017 außer Kraft.

§ 7 Übergangsregelung

- (1) Studierende des Bachelorstudiengangs Marketing, die ihr Studium vor dem Sommersemester 2023 aufgenommen haben, werden bis einschließlich Wintersemester 2026/2027 nach den Regelungen der Speziellen Prüfungsordnung für den grundständigen Bachelorstudiengang Marketing vom 07.06.2017 geprüft.
- (2) Studierende nach Absatz 1 werden auf Antrag nach den Regelungen dieser Ordnung geprüft.

Ludwigshafen, den 22.11.2022

gez. Prof. Dr. Gunther Piller
Präsident der Hochschule für
Wirtschaft und Gesellschaft
Ludwigshafen

gez. Prof. Dr. Klaus Blettner
Dekan des Fachbereichs Marketing
und Personalmanagement der
Hochschule für Wirtschaft und
Gesellschaft Ludwigshafen

Anlage

Anlage: Curriculum Bachelor Marketing (B.A.)

| 1. Semester | Module/Fächer | Prüfungsart* | SWS | ECTS | WL | Anteil |
|-------------|---------------------------------------|---|-----------|------------|-------------|--------|
| | Grundlagen Wirtschaftswissenschaften | P (Klausur) | 8 | 12 | 360 | 12/150 |
| | Grundlagen Mathematik und Statistik | P (Klausur) | 4 | 6 | 180 | 6/150 |
| | Grundlagen Wirtschaft und Psychologie | P (Klausur/Projektarbeit/Präsentation/Hausarbeit) | 8 | 12 | 360 | 12/150 |
| | | 3 Prüfungen | 20 | 30 | 900 | |
| 2. Semester | Module/Fächer | | SWS | ECTS | WL | |
| | Wertorientierte Unternehmensführung | P (Klausur) | 6 | 9 | 270 | 9/150 |
| | Empirische Sozialforschung | P (Seminararbeit) | 4 | 6 | 180 | 6/150 |
| | Grundlagen der Digitalisierung | P (Hausarbeit/Präsentation) | 6 | 9 | 270 | 9/150 |
| | Wirtschaftsrecht | P (Klausur) | 4 | 6 | 180 | 6/150 |
| | | 4 Prüfungen | 20 | 30 | 900 | |
| 3. Semester | Module/Fächer | | SWS | ECTS | WL | |
| | Methoden | P (Klausur/Hausarbeit/Assignment/Präsentation) | 6 | 9 | 270 | 9/150 |
| | Marketing-Mix | P (Klausur/Hausarbeit/Präsentation) | 8 | 12 | 360 | 12/150 |
| | Nachhaltigkeit | P (Klausur/Hausarbeit/Präsentation/Assignment) | 6 | 9 | 270 | 9/150 |
| | | 3 Prüfungen | 20 | 30 | 900 | |
| 4. Semester | Module/Fächer | | SWS | ECTS | WL | |
| | Marketingpsychologie | P (Klausur/Seminararbeit/Projektarbeit/Assignment) | 6 | 9 | 270 | 9/150 |
| | Strategisches Marketingmanagement | P (Klausur/Hausarbeit/Präsentation) | 8 | 12 | 360 | 12/150 |
| | Digital Marketing | P (Klausur/Hausarbeit/Präsentation) | 6 | 9 | 270 | 9/150 |
| | | 3 Prüfungen | 20 | 30 | 900 | |
| 5. Semester | Module/Fächer | | SWS | ECTS | WL | |
| | | SL | | | | |
| | Praxis-/Auslandssemester | Praxissemester: Teilnahme am Praktikum und Videopräsentation | | 30 | 900 | |
| | | Auslandsstudium: abhängig von ausländischen Hochschulen und Videopräsentation | | | | |
| | | 1 Prüfung | | 30 | 900 | |
| 6. Semester | Module/Fächer | | SWS | ECTS | WL | |
| | Marketing-Praxisprojekt | P (Projektarbeit/Präsentation/Assignment) | 6 | 9 | 270 | 9/150 |
| | Wahlpflichtmodul ** | P (Klausur/Hausarbeit/Präsentation/Assignment) | 6 | 9 | 270 | 9/150 |
| | Thesis | P (schriftliche Abschlussarbeit) | | 12 | 360 | 12/150 |
| | | 3 Prüfungen | 12 | 30 | 900 | |
| | | | 92 | 180 | 5400 | |

SWS = Semesterwochenstunden

ECTS = Credits nach dem Europäischen Credit Transfer System; WL = Workload;

WL = Workload = Arbeitsaufwand der Studierenden in Zeitstunden

Anteil = Gewichtung für die Gesamtnote

P = Prüfung (mit Note)

SL= Studienleistung (bestanden/nicht bestanden), geht nicht in die Gewichtung der Gesamtnote mit ein

* Die Prüfungsart wird zu Vorlesungsbeginn 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 in OpenOLAT veröffentlicht.

Impressum:

**Hochschule für Wirtschaft und Gesellschaft Ludwigshafen
Ernst-Boehe-Straße 4
D-67059 Ludwigshafen am Rhein**

Telefon: 0621/52 03 – 0
Telefax: 0621/52 03 – 196

E-Mail: infozentrale@hwg-lu.de
Internet: www.hwg-lu.de

Die Hochschule für Wirtschaft und Gesellschaft Ludwigshafen ist eine Körperschaft des Öffentlichen Rechts. Sie wird durch den Präsidenten Prof. Dr. Gunther Piller gesetzlich vertreten.

Umsatzsteueridentifikationsnummer: 27/660/0303/8

Zuständige Aufsichtsbehörde: Ministerium für Wissenschaft und Gesundheit des Landes Rheinland-Pfalz, Mittlere Bleiche 61, 55116 Mainz

Inhaltlich Verantwortlicher gemäß § 7 Telemediengesetz: Präsident der Hochschule für Wirtschaft und Gesellschaft Ludwigshafen, Prof. Dr. Gunther Piller