

## **Studien- und Prüfungsordnung (SPO) für den Bachelorstudiengang Informationsmanagement und Unternehmenskommunikation der Hochschule für angewandte Wissenschaften Neu-Ulm**

vom 24.07.2019

zuletzt geändert durch die Änderungssatzung vom 25.10.2022

Aufgrund von Art. 13 Abs. 1 Satz 2 und Art. 61 Abs. 2 Satz 1 und Abs. 8 Satz 2 Bayerisches Hochschulgesetz (BayHSchG) vom 23. Mai 2006 (GVBl. S. 245, BayRS 2210-1-1-WFK) i.V.m. § 1 Abs. 2 der Rahmenprüfungsordnung für die Fachhochschulen in Bayern (RaPO) vom 17. Oktober 2001 (GVBl. S. 686, BayRS 2210-4-1-4-1-WFK), in deren jeweils geltenden Fassung, erlässt die Hochschule für angewandte Wissenschaften Neu-Ulm (im Weiteren: Hochschule) folgende Satzung:

Inhaltsübersicht

<b>§ 1 Zweck und Geltungsbereich der Studien- und Prüfungsordnung .....</b>	<b>1</b>
<b>§ 2 Qualifikationsziele des Studienganges und Qualifikationsvoraussetzungen, akademischer Grad .....</b>	<b>1</b>
<b>§ 3 Studienformat, Regelstudienzeit, Aufbau des Studiums .....</b>	<b>2</b>
<b>§ 4 Studienplan .....</b>	<b>4</b>
<b>§ 5 Grundlagen- und Orientierungsprüfungen, Grundlagenmodule, Grundstudium.....</b>	<b>6</b>
<b>§ 6 Regeltermine und Fristen .....</b>	<b>6</b>
<b>§ 7 Bachelorarbeit .....</b>	<b>7</b>
<b>§ 8 In-Kraft-Treten, Überleitungsbestimmungen .....</b>	<b>7</b>

### **§ 1 Zweck und Geltungsbereich der Studien- und Prüfungsordnung**

<sup>1</sup>Diese Studien- und Prüfungsordnung dient der Ausfüllung und Ergänzung der Rahmenprüfungsordnung für die Fachhochschulen in Bayern (RaPO) und der Allgemeinen Prüfungsordnung (APO) der Hochschule für angewandte Wissenschaften Neu-Ulm in deren jeweils gültigen Fassung. <sup>2</sup>Sie enthält Regelungen für das Studium und das Prüfungswesen im Bachelorstudiengang Informationsmanagement und Unternehmenskommunikation (IMUK) an der Hochschule Neu-Ulm.

### **§ 2 Qualifikationsziele des Studienganges und Qualifikationsvoraussetzungen, akademischer Grad**

(1) <sup>1</sup>Das Ziel des Studienganges Informationsmanagement und Unternehmenskommunikation ist es, die Grundlagen der internen und externen Kommunikation von Unternehmen unter

besonderer Berücksichtigung der Möglichkeiten der modernen Informations- und Kommunikationstechnologien zu vermitteln. <sup>2</sup>Der Studiengang positioniert sich damit als integrierende Ausbildung in den Bereichen Betriebswirtschaft, Informationstechnik und Gestaltung/Kommunikation.

- (2) <sup>1</sup>Die Studierenden sollen befähigt werden, abteilungs- und unternehmensübergreifende Möglichkeiten der Informations- und Kommunikationstechnologien zu erkennen und damit besonders qualifizierte Aufgaben im Bereich der internen und externen Kommunikation in Wirtschaft und Verwaltung zu übernehmen. <sup>2</sup>Der Studiengang bildet aus für die interdisziplinären Tätigkeiten bei Agenturen, Beratungsunternehmen und Dienstleistern sowie in Marketing- und Kommunikationsabteilungen von Unternehmen, Non-Profit-Organisationen und öffentlichen Institutionen. <sup>3</sup>Im Mittelstand liegen typische Einsatzgebiete der Absolventinnen und Absolventen im Marketing, in der Marketing-Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit. <sup>4</sup>In großen Unternehmen finden die Absolventinnen und Absolventen Einsatzbereiche in den strategischen Bereichen Produktmarketing, Marketing-Kommunikation, Vertriebsmanagement oder Public Relations. <sup>5</sup>Selbstständiges unternehmerisches und auch freiberufliches Handeln wird mit dem Studiengang gefördert. <sup>6</sup>Darüber hinaus können auch neue Berufsbilder, die die Kompetenzen der Bereiche IT / BWL / Gestaltung und Kommunikation erfordern, bedient werden. <sup>7</sup>Hierzu zählen z.B. Aufgabengebiete wie UX/Interface Design, Big Data / AI Marketing, Content Marketing, Multimedia-Konzeption, Multimedia- oder Community Management.
- (3) <sup>1</sup>Zusätzlich zur Vermittlung von theoretischem Grundlagen- und Methodenwissen werden anwendungsbezogene Problemstellungen der Berufspraxis aufgezeigt und Lösungen für diese Problemstellungen behandelt. <sup>2</sup>Dies geschieht unter anderem auf der Grundlage von Fallstudien und Projektarbeiten. <sup>3</sup>Der Praxisbezug wird durch ein praktisches Studiensemester unterstützt, in dem die Studierenden ihre gewonnenen Fertigkeiten und Kenntnisse in Unternehmen anwenden und vertiefen. <sup>4</sup>Neben der Vermittlung von Fachwissen werden im Studium die Persönlichkeitsbildung sowie der Erwerb von Führungswissen gefördert. <sup>5</sup>Die Studierenden sollen zusätzlich zur fachlichen Kompetenz soziale und methodische Kompetenz erwerben.
- (4) Die Qualifikations- und Zugangsvoraussetzungen sind in der Satzung über das Zulassungs-, Immatrikulations-, Beurlaubungs-, Rückmelde- und Exmatrikulationsverfahren an der Hochschule für angewandte Wissenschaften Neu-Ulm vom 25.01.2016 in der jeweils gültigen Fassung geregelt.
- (5) Die Hochschule verleiht nach bestandener Bachelorprüfung im Bachelorstudiengang Informationsmanagement und Unternehmenskommunikation den Abschlussgrad „Bachelor of Arts“, abgekürzt: „B.A.“

### **§ 3 Studienformat, Regelstudienzeit, Aufbau des Studiums**

- (1) <sup>1</sup>Der Studiengang wird als Vollzeitstudiengang angeboten. <sup>2</sup>Er kann auch in Form von vertiefter Praxis studiert werden.

- (2) <sup>1</sup>Die Regelstudienzeit beträgt sieben Semester. <sup>2</sup>Sie umfasst die theoretischen Studiensemester, das integrierte praktische Studiensemester und die Prüfungen einschließlich der Bachelorarbeit.
- (3) <sup>1</sup>Für jede bestandene Modulprüfung werden Leistungspunkte vergeben. <sup>2</sup>Die Zahl der insgesamt zu erwerbenden Leistungspunkte beträgt 210 ECTS.
- (4) Das praktische Studiensemester ist in das vierte Lehrplansemester integriert.
- (5) Neben den Pflichtmodulen, die im Studienplan ausgewiesen werden, sind Wahlpflichtfächer im Umfang von 16 ECTS abzulegen.
- (6) <sup>1</sup>Innerhalb des Moduls Wahlpflichtfächer können fachspezifische Wahlpflichtfächer im Umfang von 10 ECTS gewählt und zu einem der Schwerpunkte (Media and Communications oder Consulting und Projektmanagement oder Crossmedia) zusammengefasst werden. <sup>2</sup>Studien- und Prüfungsleistungen im Umfang von 10 ECTS, die im Ausland erbracht und auf die Wahlpflichtfächer anerkannt worden sind, können zu einem Internationalen Schwerpunkt zusammengefasst werden. <sup>3</sup>Die übrigen Wahlpflichtfächer sind aus dem Bereich der allgemeinen Wahlpflichtfächer zu wählen. <sup>4</sup>Die Zuordnungsmöglichkeiten der fachspezifischen Wahlpflichtfächer zu den Schwerpunkten nach Satz 1 werden im Vorlesungsverzeichnis zu Beginn eines jeden Semesters veröffentlicht und haben für mehrere Studiensemester Bestand. <sup>5</sup>Auf fristgerechten Antrag wird der erfolgreich absolvierte Schwerpunkt im Abschlusszeugnis ausgewiesen. <sup>6</sup>Die Wahlpflichtfächer der Schwerpunkte können erst ab dem 5. Fachsemester belegt werden.
- (7) Ein Auslandsaufenthalt wird erst ab dem 3. Fachsemester empfohlen (Mobilitätsfenster).
- (8) <sup>1</sup>Lehrveranstaltungen und Prüfungsleistungen ab dem 5. Lehrplansemester werden in der Regel in Englisch unterrichtet und geprüft. <sup>2</sup>Abweichungen davon sind zu Beginn des jeweiligen Semesters bekannt zu geben.

## § 4 Studienplan

(1) ab Wintersemester 2020/2021 (20202)

Lfd. Nr.	Modul	Art der LV	ECTS	SWS im Lehrplansemester							Prüfungsleistung*	
				1	2	3	4	5	6	7		
1	Betriebswirtschaftslehre I	SU,Ü	5	4								P (1PP) <sup>1)</sup> , P (1K)
2	Programmiertechnik	SU,Ü	5	4								P (1PF)
3	Grundzüge Informationsmanagement	SU,Ü	5	4								P (1PF)
4	Marketing	SU,Ü	5	4								P (1K)
5	Mediendesign I	SU,Ü	5	4								P (1PF)
6	Englisch I	SU,Ü	5	4								P (1K)
7	Betriebswirtschaftslehre II	SU,Ü	5		4							P (1PF)
8	Angewandte Statistik	SU,Ü	5		4							P (1K, 60 min)
9	Datenbanken	SU,Ü	5		4							P (1PA/PP) <sup>2)</sup> , P (1K)
10	Marketing Kommunikation I	SU,Ü	5		4							P (1PF)
11	Mediendesign II	SU,Ü	5		4							P (1PA)
12	Englisch II	SU,Ü	5		4							P (1PF)
13	Projektmanagement	SU,Ü	5			4						P (1K)
14	Web Engineering	SU,Ü	5			4						P (1PF)
15	Medienrecht und -technik	SU,Ü	5			4						P (1PF)
16	Marketing Kommunikation II	SU,Ü	5			4						P (1PF)
17	Textwerkstatt	SU,Ü	5			4						P (1PF)
18	Unternehmenskommunikation	SU,Ü	5			4						P (1PF)
19	Praxisseminar Einführung	SU,Ü	6				3					P (1K)
20	Praxisseminar Abschluss	SU,Ü						2				
21	Praktisches Studiensemester	SU,Ü	24									
22	Business Process Management and Information Systems	SU,Ü	5					4				P (1PF)
23	User Centered Design and Development	SU,Ü	5					4				P (1PA)
24	Mediendesign III/Media Design III	SU,Ü	5					4				P (1PA)
25	Communications Project	SU,Ü	5					4				P (1PA)
26	Academic Writing and Research Methods	SU,Ü	5					4				P (1St, 1PP)
27	Advanced Corporate Communications	SU,Ü	5					4				P (1PF)
28	Strategic Management	SU,Ü	5						4			P (1PF)
29	Information Management	SU,Ü	5						4			P (1PF)
30	UX Project	SU,Ü	5						4			P (1PA)
31	Seminar	SE	5						4			P (1St,1PP)
32	Intercultural Management	SU,Ü	5						4			P (1K)
33	Content Production	SU,Ü	5						4			P (1PF)
34	Wahlpflichtfächer / Mandatory Courses	SU,Ü	16							16		P (K/St/PP/PA) <sup>3)</sup>
35	Bachelorarbeit und Bachelorseminar / Bachelor Thesis and Bachelor Seminar	Bachelorarbeit / Bachelor Thesis	BA	12								P (1BA)
36		Bachelorseminar / Bachelor Seminar	SE <sup>4)</sup>	2								
	Summe		210	24	24	24	5	24	24	16		

\*Näheres in der APO, dem Modulhandbuch und dem Vorlesungsverzeichnis

- 1) Diese Prüfungsleistung (Unternehmensplanspiel) ist unbenotet und fließt mit 0% in die Prüfungsnote ein.
- 2) Prüfung praktischer Fähigkeiten und Teamfähigkeit in Kleingruppen mit Tooleinsatz. Sie wird bewertet und ist zu bestehen, damit das Modul als bestanden gewertet wird. Die Note der Prüfungsleistung geht nicht in die Berechnung der Modulnote bzw. der Gesamtnote ein. Ausnahme: Wird die praktische Prüfung im selben Semester wie die Prüfungsklausur abgelegt und mit einer sehr guten Note bestanden, so erhält der oder die Studierende einen Bonus auf die Modulnote von einer Notenstufe, vorausgesetzt die entsprechende Modulprüfung ist mit mindestens 4,0 bewertet worden.
- 3) Die Wahlpflichtfächer sind aus dem entsprechenden Angebot der Fakultäten WW und IM zu wählen. Die Note der Modulprüfungsleistung errechnet sich aus dem Durchschnitt der Noten der Wahlpflichtfächer, gewichtet nach deren Umfang an ECTS-Leistungspunkten.
- 4) Projektbesprechungen, Zwischenberichte, Abschlusspräsentation, Diskussion

### ABKÜRZUNGEN

BA = Bachelorarbeit

BE = Bericht

ECTS = Punkte nach dem European Credit Transfer System

K = Klausur, 90 min, wenn nichts anders festgelegt

LV = Lehrveranstaltung

P = Prüfungsleistung

PA = Projektarbeit mit Dokumentation  
 PF = Portfolioprüfung  
 PP = Präsentation  
 SE = Seminar  
 St = Studienarbeit  
 SU = Seminaristischer Unterricht  
 SWS = Semesterwochenstunden  
 Ü = Übung

(2) ab Wintersemester 2019/2020 (20192)

Lfd. Nr.	Modul	Unit	Art der LV	ECTS	SWS im Lehrplensemester							Prüfungs-Leistung*
					1	2	3	4	5	6	7	
1	Betriebswirtschaftslehre I	Allgemeine BWL	SU,Ü	7	4							P (1PP) <sup>1)</sup> , P (1K,120min)
2		Statistik u. Marktforschung	SU,Ü		3							
3	Informations- und Programmier- technik	Informationstechnik und Office-Anwendungen	SU,Ü	8	4							P (1PF) <sup>2)</sup>
4		Programmiertechnik	SU,Ü		4							
5	Marketing		SU,Ü	5	4							P (1K)
6	Gestaltung		SU,Ü	5	5							P (1PF)
7	Englisch Hör- und Leseverständnis		SU,Ü	5	4							P (1K)
8	Betriebswirtschaftslehre II	Spezielle BWL	SU,Ü	8		4						P (1K,120min)
9		Betriebliches Rechnungs- wesen	SU,Ü			4						
10	Kommunikationstechnik und Datenbanken	Kommunikationstechnik	SU,Ü	7		4						1PP/1PA <sup>3)</sup> , P (1K,120min)
11		Datenbanken	SU,Ü			3						
12	Marketing Kommunikation I		SU,Ü	5		4						P (1K)
13	Projektmanagement		SU,Ü	5		4						P (1K)
14	Englisch Sprechen und Schreiben		SU,Ü	5		4						P (1PF)
15	Medientechnik und Medien- recht	Medienrecht	SU,Ü	7			2					P (1PF) <sup>2)</sup>
16		Medientechnik	SU,Ü				4					
17	Web Engineering und Mediendesign I	Web Engineering	SU,Ü	8			4					P (1PA)
18		Mediendesign I	SU,Ü				4					
19	Marketing Kommunikation II		SU,Ü	5			4					P (1PF)
20	Textwerkstatt		SU,Ü	5			4					P (1St)
21	Unternehmenskommunikation I		SU,Ü	5			4					P (1PF)
22	Praxisseminar Einführung		SU,Ü	6				3				P (1K)
23	Praxisseminar Abschluss		SU,Ü					2				
24	Praktisches Studiensemester			24								
25	IT-Anwendungen und Geschäftsprozesse/ IT Applications and Business Processes		SU,Ü	7					6			P (1K)
26	User Centered Design und Development/ User Centered Design and Development		SU,Ü	5					4			P (1PA)
27	Mediendesign II / Media Design II		SU,Ü	5					4			P (1PA)
28	Kommunikationsprojekt / Communication Project		SU,Ü	5					4			P (1PA)
29	Methoden- und Schlüsselkompetenz / Scientific Methods and Key Competencies		SU,Ü	2					2			P (1St, 1PP)
30	Unternehmenskommunikation II / Advanced Corporate Communications		SU,Ü	6					6			P (1PF)
31	Unternehmensführung u. Performance Management / Corporate Management and Performance Management		SU,Ü	5						4		P (1PF)
32	Information Management		SU,Ü	5						4		P (1PF)
33	UX Projekt / UX Project		SU,Ü	5						4		P (1PA)
34	Seminar		SE	5						4		P (1St,1PP)
35	Intercultural Management		SU,Ü	5						4		P (1K)
36	Content Produktion/ Content Production		SU,Ü	5						4		P (1St)
37	Wahlpflichtfächer / Mandatory Courses		SU,Ü	16							16	P (K/St/PP/PA) <sup>4)</sup>
38	Bachelorarbeit und Bachelor- seminar / Bachelor Thesis and Bachelor Seminar	Bachelorarbeit / Bachelor Thesis	BA	12								P (1BA)
39		Bachelorseminar / Bachelor Seminar	SE <sup>5)</sup>	2								P (1BE)
40	Summe			210	28	27	26	5	26	24	16	

\*Näheres in der APO, dem Modulhandbuch und dem Vorlesungsverzeichnis

- 1) Diese Prüfungsleistung (Unternehmensplanspiel) ist unbenotet und fließt mit 0% in die Prüfungsnote ein.
- 2) Teil der Portfolioprüfung ist eine Klausur mit 120 Min.

- 3) Prüfung praktischer Fähigkeiten und Teamfähigkeit in Kleingruppen mit Tooleinsatz. Sie wird bewertet und ist zu bestehen, damit das Modul als bestanden gewertet wird. Die Note der Prüfungsleistung geht nicht in die Berechnung der Modulnote bzw. der Gesamtnote ein. Ausnahme: Wird die praktische Prüfung im selben Semester wie die Prüfungsklausur abgelegt und mit einer sehr guten Note bestanden, so erhält der oder die Studierende einen Bonus auf die Modulnote von einer Notenstufe, vorausgesetzt die entsprechende Modulprüfung ist mit mindestens 4,0 bewertet worden.
- 4) Die Wahlpflichtfächer sind aus dem entsprechenden Angebot der Fakultäten WW und IM zu wählen. Die Note der Modulprüfungsleistung errechnet sich aus dem Durchschnitt der Noten der Wahlpflichtfächer, gewichtet nach deren Umfang an ECTS-Leistungspunkten.
- 5) Projektbesprechungen, Zwischenberichte, Abschlusspräsentation, Diskussion

## Abkürzungen

BA = Bachelorarbeit  
BE = Bericht  
ECTS = Punkte nach dem European Credit Transfer System  
K = Klausur  
Kol = Kolloquium  
LA = Laborarbeit  
LV = Lehrveranstaltung  
M = mündliche Prüfung  
P = Prüfungsleistung  
PA = Projektarbeit mit Dokumentation  
PF = Portfolioprüfung  
PP = Präsentation  
S = Studienleistung  
SE = Seminar  
St = Studienarbeit  
SU = Seminaristischer Unterricht  
SWS = Semesterwochenstunden  
Ü = Übung

## § 5 Grundlagen- und Orientierungsprüfungen, Grundlagenmodule, Grundstudium

- (1) <sup>1</sup>Als Grundlagen- und Orientierungsprüfung im Sinne von § 8 Abs. 2 RaPO gelten für Studierende mit Studienbeginn vor dem Wintersemester 2020/2021 die Prüfungsleistungen in den Modulen Betriebswirtschaftslehre I, Informations- und Programmierertechnik, Marketing und Gestaltung. <sup>2</sup>Für Studierende mit Studienbeginn ab dem Wintersemester 2020/2021 sind es die Prüfungsleistungen in den Modulen Betriebswirtschaftslehre I, Grundzüge Informationsmanagement, Programmierertechnik, Marketing und Mediendesign I.
- (2) Als Grundlagenmodule im Sinne von § 4 Abs. 2 RaPO gelten die Prüfungsleistungen der ersten beiden Lehrplansemester.
- (3) Das Grundstudium umfasst die ersten beiden Lehrplansemester.

## § 6 Regeltermine und Fristen

- (1) <sup>1</sup>Die Prüfungsleistungen nach § 5 Absatz 1 sind bis Ende des ersten Fachsemesters anzutreten. <sup>2</sup>Überschreiten Studierende die Frist nach Satz 1 gelten die noch nicht erbrachten Prüfungsleistungen der Grundlagen- und Orientierungsprüfung als erstmals nicht bestanden.
- (2) <sup>1</sup>Bis zum Ende des zweiten Fachsemesters sind Prüfungsleistungen aus den ersten beiden Lehrplansemestern im Umfang von mindestens 30 ECTS-Punkten zu erbringen; bis zum Ende des vierten Fachsemesters im Umfang von mindestens 70 ECTS-Punkten aus den ersten drei Lehrplansemestern. <sup>2</sup>Überschreiten Studierende die Frist nach Satz 1 gelten die noch nicht bestandenen Prüfungsleistungen als endgültig nicht bestanden.

- (3) <sup>1</sup>Bis zum Ende des vierten Fachsemesters sind die Prüfungsleistungen der ersten beiden Lehrplansemester zu bestehen. <sup>2</sup>Überschreiten Studierende die Frist nach Satz 1 gelten die noch nicht bestandenen Prüfungsleistungen der ersten beiden Lehrplansemester als endgültig nicht bestanden.
- (4) <sup>1</sup>Bis zum Ende der Regelstudienzeit sollen alle im Studienplan vorgesehenen Studien- und Prüfungsleistungen erbracht und die entsprechenden ECTS-Punkte erworben werden. <sup>2</sup>Überschreiten Studierende die Regelstudienzeit um mehr als zwei Semester, ohne die Anforderungen nach Satz 1 zu erfüllen, gilt die Bachelorprüfung als erstmals nicht bestanden. <sup>3</sup>Überschreiten Studierende die Regelstudienzeit um mehr als drei Semester, gelten alle bis dahin noch nicht bestandenen Prüfungsleistungen als endgültig nicht bestanden.

## **§ 7 Bachelorarbeit**

<sup>1</sup>Die Bearbeitungsfrist der Bachelorarbeit beträgt vier Monate. <sup>2</sup>Die Bearbeitungsfrist einer zu wiederholenden Bachelorarbeit beginnt spätestens sechs Monate nach der Bekanntgabe der ersten Bewertung und beträgt höchstens drei Monate.

## **§ 8 In-Kraft-Treten, Überleitungsbestimmungen**

Diese Studien- und Prüfungsordnung tritt mit Wirkung vom 01.09.2019 in Kraft. Sie gilt für Studierende, die das Studium im Bachelorstudiengang Informationsmanagement und Unternehmenskommunikation ab dem Wintersemester 2019/20 aufnehmen. Für Studierende mit Studienbeginn vor dem Wintersemester 2019/20 gilt bis zur Exmatrikulation die Allgemeine Prüfungsordnung der Hochschule für angewandte Wissenschaften Neu-Ulm für die Studiengänge Betriebswirtschaft, Information Management Automotive sowie Informationsmanagement und Unternehmenskommunikation vom 01.08.2008 in der zuletzt gültigen Fassung.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Senats der Hochschule für angewandte Wissenschaften Neu-Ulm vom 23.07.2019 und der rechtsaufsichtlichen Genehmigung durch die Präsidentin vom 24.07.2019.

Neu-Ulm, 24.07.2019

gez.

Prof. Dr. Uta M. Feser

Präsidentin

Hochschule für angewandte Wissenschaften Neu-Ulm

Niederlegung: 24.07.2019

Bekanntgabe: 26.07.2019