

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

vom 24.07.2019

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

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

§ 1 Zweck und Geltungsbereich der Studien- und Prüfungsordnung

¹Diese 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. ²Sie 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) ¹Das Ziel des Studiengangs 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. ²Der Studiengang positioniert sich damit als integrierende Ausbildung in den Bereichen Betriebswirtschaft, Informationstechnik und Gestaltung/Kommunikation.

- (2) ¹Die 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. ²Der 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. ³Im Mittelstand liegen typische Einsatzgebiete der Absolventinnen und Absolventen im Marketing, in der Marketing-Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit. ⁴In großen Unternehmen finden die Absolventinnen und Absolventen Einsatzbereiche in den strategischen Bereichen Produktmarketing, Marketing-Kommunikation, Vertriebsmanagement oder Public Relations. ⁵Selbstständiges unternehmerisches und auch freiberufliches Handeln wird mit dem Studiengang gefördert. ⁶Darüber hinaus können auch neue Berufsbilder, die die Kompetenzen der Bereiche IT / BWL / Gestaltung und Kommunikation erfordern, bedient werden. ⁷Hierzu zählen z.B. Aufgabengebiete wie UX/Interface Design, Big Data / AI Marketing, Content Marketing, Multimedia-Konzeption, Multimedia- oder Community Management.
- (3) ¹Zusätzlich zur Vermittlung von theoretischem Grundlagen- und Methodenwissen werden anwendungsbezogene Problemstellungen der Berufspraxis aufgezeigt und Lösungen für diese Problemstellungen behandelt. ²Dies geschieht unter anderem auf der Grundlage von Fallstudien und Projektarbeiten. ³Der Praxisbezug wird durch ein praktisches Studiensemester unterstützt, in dem die Studierenden ihre gewonnenen Fertigkeiten und Kenntnisse in Unternehmen anwenden und vertiefen. ⁴Neben der Vermittlung von Fachwissen werden im Studium die Persönlichkeitsbildung sowie der Erwerb von Führungswissen gefördert. ⁵Die 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) ¹Der Studiengang wird als Vollzeitstudiengang angeboten. ²Er kann auch dual in Form von Vertiefter Praxis studiert werden.

- (2) ¹Die Regelstudienzeit beträgt sieben Semester. ²Sie umfasst die theoretischen Studiensemester, das integrierte praktische Studiensemester und die Prüfungen einschließlich der Bachelorarbeit.
- (3) ¹Für jede bestandene Modulprüfung werden Leistungspunkte vergeben. ²Die 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) ¹Innerhalb 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. ²Studien- 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. ³Die übrigen Wahlpflichtfächer sind aus dem Bereich der allgemeinen Wahlpflichtfächer zu wählen. ⁴Die 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. ⁵Auf fristgerechten Antrag wird der erfolgreich absolvierte Schwerpunkt im Abschlusszeugnis ausgewiesen. ⁶Die Wahlpflichtfächer der Schwerpunkte können erst ab dem 5. Fachsemester belegt werden.
- (7) Ein Auslandsaufenthalt wird erst ab dem 3. Fachsemester empfohlen (Mobilitätsfenster).
- (8) ¹Lehrveranstaltungen und Prüfungsleistungen ab dem 5. Lehrplansemester werden in der Regel in Englisch unterrichtet und geprüft. ²Abweichungen davon sind zu Beginn des jeweiligen Semesters bekannt zu geben.

§ 4 Studienplan

Informationsmanagement und Unternehmenskommunikation ab Wintersemester 2019/2020 (20192)

Lfd. Nr.	Modul	Unit	Art der LV	ECTS	SWS im Lehrplansemester							Prüfungsleistung
					1	2	3	4	5	6	7	
1	Betriebswirtschaftslehre I	Allgemeine BWL	SU,Ü	7	4							P (1PP) ¹⁾ , 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) ²⁾
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 Rechnungswesen	SU,Ü			4						
10	Kommunikationstechnik und Datenbanken	Kommunikationstechnik	SU,Ü	7		4						1PP/1PA, 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 Medienrecht	Medienrecht	SU,Ü	7			2					P (1PF) ²⁾
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 (1K)
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 (1K)
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) ³⁾
38	Bachelorarbeit und Bachelorseminar / Bachelor Thesis and Bachelor Seminar	Bachelorarbeit / Bachelor Thesis	BA	12								P (1BA)
39		Bachelorseminar / Bachelor Seminar	SE ⁴⁾	2								
40	Summe			210	28	27	26	5	26	24	16	

1) Diese Prüfungsleistung (Unternehmensplanspiel) ist unbenotet und fließt mit 0% in die Prüfungsnote ein.

2) Teil der Portfolioprfung ist eine Klausur mit 120 Min.

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
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) Als Grundlagen- und Orientierungsprüfung im Sinne von § 8 Abs. 2 RaPO gelten die Prüfungsleistungen in den Modulen Betriebswirtschaftslehre I, Informations- und Programmiertechnik, Marketing und Gestaltung.
- (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) ¹Die Prüfungsleistungen nach § 5 Satz 1 sind bis Ende des ersten Fachsemesters anzutreten. ²Überschreiten Studierende die Frist nach Satz 1 gelten die noch nicht erbrachten Prüfungsleistungen der Grundlagen- und Orientierungsprüfung als erstmals nicht bestanden.
- (2) ¹Bis 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. ²Überschreiten Studierende die Frist nach Satz 1 gelten die noch nicht bestandenen Prüfungsleistungen als endgültig nicht bestanden.
- (3) ¹Bis zum Ende des vierten Fachsemesters sind die Prüfungsleistungen der ersten beiden Lehrplansemester zu bestehen. ²Überschreiten Studierende die Frist nach Satz 1 gelten die noch nicht bestandenen Prüfungsleistungen der ersten beiden Lehrplansemester als endgültig nicht bestanden.
- (4) ¹Bis zum Ende der Regelstudienzeit sollen alle im Studienplan vorgesehenen Studien- und Prüfungsleistungen erbracht und die entsprechenden ECTS-Punkte erworben werden. ²Überschreiten Studierende die Regelstudienzeit um mehr als zwei Semester, ohne die Anforderungen nach Satz 1 zu erfüllen, gilt die Bachelorprüfung als erstmals nicht bestanden. ³Überschreiten Studierende die Regelstudienzeit um mehr als drei Semester,

gelten alle bis dahin noch nicht bestandenen Prüfungsleistungen als endgültig nicht bestanden.

§ 7 Bachelorarbeit

¹Die Bearbeitungsfrist der Bachelorarbeit beträgt vier Monate. ²Die 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