



Hochschule  
Zittau/Görlitz  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

# Studienordnung

für den

Bachelor-Studiengang

Betriebswirtschaft

an der

Hochschule Zittau/Görlitz

vom

09.07.2014

**Studienordnung  
für den Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft  
an der Hochschule Zittau/Görlitz**

Gemäß § 36 des Gesetzes über die Freiheit der Hochschulen im Freistaat Sachsen (Sächsisches Hochschulfreiheitsgesetz - SächsHSFG), rechtsbereinigt mit Stand vom 01. Januar 2013, erlässt die Hochschule Zittau/Görlitz diese Studienordnung für den Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft mit dem Schwerpunkt Finanzen bzw. dem Schwerpunkt Marketing als Satzung.

.

<b>Inhaltsübersicht</b>	<b>Seite</b>
<b>I. Abschnitt: Allgemeine Bestimmungen</b> .....	4
§ 1 Geltungsbereich .....	4
§ 2 Studienvoraussetzungen .....	4
§ 3 Module und Leistungspunkte (ECTS-Punkte) .....	4
§ 4 Beginn und Dauer des Studiums .....	5
<b>II. Abschnitt: Ziel, Ablauf und Inhalt des Studiums</b> .....	5
§ 5 Ziel des Studiums .....	5
§ 6 Ablauf und Inhalt des Studiums .....	6
§ 7 Modulhandbuch .....	7
<b>III. Abschnitt: Durchführung des Studiums</b> .....	8
§ 8 Zuständigkeiten .....	8
§ 9 Veranstaltungsarten .....	9
§ 10 Studienberatung .....	10
<b>IV. Abschnitt: Schlussbestimmungen</b> .....	10
§ 11 Inkrafttreten .....	10

---

## **Anlagen**

- Anlage 1: Studienablaufplan  
Anlage 2: Modulhandbuch

## I. Abschnitt: Allgemeine Bestimmungen

### § 1 Geltungsbereich

Diese Studienordnung regelt auf der Grundlage der Prüfungsordnung für den Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft mit dem Schwerpunkt Finanzen bzw. dem Schwerpunkt Marketing Ziele, Inhalte, Aufbau und Gestaltung des Bachelor-Studiengangs an der Hochschule Zittau/ Görlitz. Sie gilt für den Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft mit dem Schwerpunkt Finanzen bzw. dem Schwerpunkt Marketing insoweit, wie dieser in Zusammenarbeit mit einem Kooperationspartner in der Regel im Rahmen eines Doppelabschlussabkommens durchgeführt wird und die Anrechnung der Module der ersten vier Studiensemester geregelt ist. Näheres regelt die jeweilige Kooperationsvereinbarung.

### § 2 Studienvoraussetzungen

(1) Für die Zulassung zum Studium an der Hochschule Zittau/Görlitz müssen die Studienvoraussetzungen gemäß § 17 SächsHSG und gemäß der Immatrikulationsordnung der Hochschule Zittau/Görlitz vorliegen. Der Zugang setzt in der Regel die allgemeine Hochschulreife, eine einschlägige fachgebundene Hochschulreife, die Fachhochschulreife oder eine einschlägige Meisterprüfung. Zum Studium an der Hochschule Zittau/Görlitz berechtigt außerdem die bestandene Zugangsprüfung nach § 17 Abs. 5 SächsHSG.

(2) Von den Studienbewerbern werden weiterhin die Bereitschaft und Fähigkeit vorausgesetzt, Praktika in Unternehmen zu absolvieren.

(3) Die Studienbewerber dürfen den Prüfungsanspruch für einen betriebswirtschaftlichen Studiengang an einer Hochschule nicht endgültig verloren haben.

(4) Voraussetzung für die Immatrikulation ist ferner, dass die Studierenden ein Studium an einer ausländischen Hochschule absolviert haben welches die Anerkennung der Module der ersten vier Semester laut Studienplan (Anlage 1) ermöglicht. In der Regel wird die Anerkennung über Kooperationsvereinbarungen oder über Doppelabschlussabkommen zwischen den Hochschulen vereinbart.

### § 3 Module und Leistungspunkte (ECTS-Punkte)

(1) Ein Modul stellt eine zeitlich begrenzte, in sich abgeschlossene und abprüfbare, methodisch und inhaltlich zusammenhängende und mit Leistungspunkten (nachfolgend ECTS-Punkte genannt) versehene Einheit dar. Dabei wird die Einheit durch Lernziele, beschrieben als Kompetenzen, Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten, definiert. Die Module erstrecken sich in der Regel über ein Semester und werden durch eine Modulprüfung abgeschlossen. Modulprüfungen führen zum Hochschulabschluss. Näheres regelt die Prüfungsordnung.

(2) Jedem Modul sind ECTS-Punkte zugeordnet. Die Anzahl der ECTS-Punkte richtet sich nach dem durchschnittlichen Arbeitsaufwand, der durch die Studierenden für das jeweilige Modul zu erbringen ist. Zu dem Arbeitsaufwand zählen sowohl die Teilnahme an Lehrveranstaltungen, als

auch die Vor- und Nachbereitung von Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitungen, Prüfungszeiten einschließlich Praktika und aller Arten des Selbststudiums. Ein Leistungspunkt entspricht einem studentischen Arbeitsaufwand von 30 Zeitstunden.

(3) Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls werden die entsprechenden ECTS-Punkte erfasst und dem Studierenden gutgeschrieben. Voraussetzung für die Gutschrift ist, dass der Studierende die Modulprüfung mit mindestens „ausreichend“ (Note 4) bestanden hat. Die Gutschrift der ECTS-Punkte als quantitatives Maß erfolgt unabhängig von der relativen und der absoluten Note in vollem Umfang.

#### **§ 4 Beginn und Dauer des Studiums**

(1) Das Studium Betriebswirtschaft mit dem Schwerpunkt Finanzen bzw. dem Schwerpunkt Marketing beginnt jährlich mit dem Wintersemester und ist als Vollzeitstudiengang konzipiert.

(2) Die Regelstudienzeit einschließlich Praktika und Bachelor-Arbeit beträgt sieben Semester.

(3) Das Studium hat einen Umfang von 210 ECTS-Punkten. 119 ECTS-Punkte (die vier Vollzeitsemestern entsprechen) müssen durch Studienleistungen an ausländischen Hochschulen in der Regel im Rahmen eines Doppelabschlussprogramms erworben werden. Das Studium an der Hochschule Zittau / Görlitz beginnt dann mit dem 5. Fachsemester.

## **II. Abschnitt: Ziel, Ablauf und Inhalt des Studiums**

#### **§ 5 Ziel des Studiums**

(1) Der Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft mit dem Schwerpunkt Finanzen bzw. dem Schwerpunkt Marketing an der Hochschule Zittau/Görlitz wird mit dem Ziel angeboten, Fachleute für den internationalen Einsatz auf den Gebieten der Betriebswirtschaft, speziell im Bereich Finanzen und im Bereich Marketing auszubilden und ist durch eine interdisziplinäre Form des Kompetenzerwerbs und der Stoffvermittlung gekennzeichnet.

(2) Mit der vorwiegend anwendungsorientierten Ausbildung sollen die Studierenden in die Lage versetzt werden, sich den unterschiedlichen Aufgaben in kleinen und mittelständischen Unternehmen aber auch in großen Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft sowie in anderen Bereichen der Wirtschaft und des öffentlichen Dienstes zu stellen und sowohl ausführende als auch leitende Tätigkeiten auszuüben. Die im Studium erworbenen fachlichen und sozialen Kompetenzen sollen den Absolventen berufliche Ein- und Aufstiegschancen ermöglichen.

(3) Neben den genannten fachspezifischen Zielen soll das Studium zu verantwortungsbewusstem Handeln und zu wissenschaftlichem Denken befähigen. Die Studierenden sollen Fähigkeiten kultivieren, die für jedes wissenschaftliche Arbeiten wesentlich sind, wie

1. Abstraktionsvermögen und Flexibilität,
2. solide fachliche Fähigkeiten,

3. Einfallsreichtum und Wissensdrang,
4. selbständiges Arbeiten und Erschließen von Fachliteratur,
5. Kommunikations- und Kooperationsvermögen (Teamfähigkeit),
6. aktives und passives Kritikvermögen.

(4) Durch die wissenschaftliche Ausbildung sollen die Studenten zudem in die Lage versetzt werden, sich den ändernden Anforderungen der Arbeitswelt durch das selbständige Erarbeiten von Kenntnissen mit wissenschaftlichen Methoden anzupassen.

(5) Mit dem Studium sollen kreative, innovationsbereite, risikofreudige und an Weiterbildung interessierte Absolventen ausgebildet werden, die über ein breites und solides wirtschaftswissenschaftliches Grundwissen verfügen.

Bevorzugte Einsatzgebiete der Absolventen sind:

- Rechnungswesen / Controlling / Steuern
- Investitions- und Anlagenwirtschaft / Finanzen
- Marketing / Vertrieb / Logistik
- Unternehmensführung / Unternehmensplanung

## § 6 Ablauf und Inhalt des Studiums

(1) Der Studienablauf wird durch das Angebot von Modulen organisiert. Die Modulbeschreibungen geben den wissenschaftlichen Stand zum Zeitpunkt ihrer Erstellung wieder und unterliegen regelmäßigen Aktualisierungen entsprechend den Neuerungen im betreffenden Wissenschaftsgebiet. Der Studienablaufplan mit der Benennung der Module, ihres Lehrumfanges in Semesterwochenstunden, der zeitlichen Gesamtbelastung für die Studierenden in Form der ECTS-Punkte sowie der zeitlichen Anordnung der Module ist dieser Ordnung als Anlage 1 angefügt. Die dabei zu absolvierenden Modulprüfungen, Prüfungsleistungen und Prüfungsvorleistungen sind in der Prüfungsordnung des Bachelor-Studiengangs Betriebswirtschaft mit dem Schwerpunkt Finanzen bzw. dem Schwerpunkt Marketing an der Hochschule Zittau/Görlitz aufgeführt. Die Befolgung dieses Studienablaufplanes ermöglicht einen Studienabschluss innerhalb der Regelstudienzeit.

(2) Die Module gliedern sich in

- Pflichtmodule sowie Pflichtmodule der Studienschwerpunkte (Abs.3),
- Wahlpflichtmodule (Abs.4),
- das Abschlussmodul (Abs.5) und
- Wahlmodule (Abs.6).

(3) Pflichtmodule sind vom Studierenden obligatorisch zu absolvieren. Sie sind im Studienablaufplan (s. Anlage 1) aufgelistet. Die Studierenden sind durch die Immatrikulation bzw. Rückmeldung automatisch für die Pflichtmodule angemeldet.

Außerdem belegen die Studierenden verpflichtend zwei Studienschwerpunkte. Für den ersten Studienschwerpunkt werden die Studierenden zu Beginn des 5. Semesters laut Studienplan entsprechend ihrer fachlichen Ausrichtung entweder in den Studienschwerpunkt „Finanzwirtschaft“ oder in den Studienschwerpunkt „Marketing“ eingeschrieben. Bei der Wahl des zweiten Studienschwerpunktes können die Studierenden entsprechend ihrer fachlichen Interessen frei

aus dem Angebot der Studienschwerpunkte auswählen. Ein Studienschwerpunkt wird nur durchgeführt, wenn sich hierfür im Verbund mit dem Studiengang Betriebswirtschaft mindestens fünf Studierende angemeldet haben. Die Anzahl der ECTS-Punkte pro Semester kann je nach Wahl der Studienschwerpunkte variieren. Mit der Einschreibung in die bzw. Wahl der Studienschwerpunkte werden die jeweiligen Module zu Pflichtmodulen.

Die Anzahl der Teilnehmer eines Studienschwerpunktes soll minimal 8 und maximal 20 Studierende betragen. Der Zugang zu den Studienschwerpunkten kann durch ein von der Studienkommission zu bestimmendes Auswahlverfahren geregelt werden. Über die Nichtrealisierung eines Studienschwerpunktes ist durch den Fakultätsrat auf Antrag der Studienkommission zu entscheiden. In die einzelnen Module eines Studienschwerpunktes werden weitere Studierende aufgenommen, welche dieses Modul gemäß § 23 Absatz 4 der Prüfungsordnung als Wahlpflichtmodul gewählt haben. Die Gesamtzahl der Teilnehmer eines Moduls soll 30 Studierende nicht überschreiten. Die Studienkommission kann ein geeignetes Auswahlverfahren festlegen.

Für den Studienschwerpunkt Internationales Management sowie die einzelnen Module dieses Studienschwerpunktes können abweichende, auch geringere Teilnehmerzahlen festgelegt werden. Der Zugang der Studenten des Diplom-Studiengangs Betriebswirtschaft zu den Studienschwerpunkten darf durch das Setzen und die Wahl der Studienschwerpunkte der Studenten des Bachelor-Studiengangs Betriebswirtschaft mit dem Schwerpunkt Finanzen bzw. dem Schwerpunkt Marketing nicht beeinträchtigt sein.

(4) Wahlpflichtmodule bestehen aus verschiedenen Lehrangeboten. Die Studierenden haben entsprechend ihrer fachlichen Interessen nach Maßgabe einer Angebotsliste gemäß Anlage 1 in einem geforderten Mindestumfang an ECTS-Punkten eine bestimmte Anzahl von Lehrangeboten auszuwählen. Sie schreiben sich dazu für die von ihnen ausgewählten Lehrangebote/Module in der jeweiligen Fakultät ein. Mit der Einschreibung werden diese zum Pflichtbestandteil des Studiums. Das jeweilige Lehrangebot/Modul wird nur durchgeführt, wenn sich hierfür mindestens fünf Studierende eingeschrieben haben. Die Mindest- bzw. Maximalteilnehmerzahlen verstehen sich jeweils in Summe mit den Teilnehmern des Studiengangs Betriebswirtschaft.

(5) Das Abschlussmodul im 7. Studiensemester beinhaltet die Bachelor-Arbeit und deren Verteidigung. Das Abschlussmodul umfasst einen Arbeitsaufwand im Umfang von 12 ECTS-Punkten.

(6) Studierende haben auch die Möglichkeit, fakultativ an weiteren als im Studienablaufplan genannten Lehrveranstaltungen (Wahlmodulen i.S.d. § 26 PO) teilzunehmen. Diese gehören nicht zu den fixierten Bestandteilen der Studienordnung und gehen nicht in die Berechnung des studentischen Arbeitsaufwandes ein. Für die fakultative Teilnahme an solchen Lehrveranstaltungen sind keine prüfungsrelevanten Leistungen vorgesehen, können jedoch freiwillig durch die Studierenden erbracht und auf Antrag zusätzlich ins Zeugnis aufgenommen werden. Sie fließen nicht in die Berechnung der Gesamtnote ein.

## § 7 Modulhandbuch

(1) Die Module des Studiengangs Betriebswirtschaft mit dem Schwerpunkt Finanzen bzw. dem Schwerpunkt Marketing sind als Anlage 2 Bestandteil dieser Ordnung und im Modulkatalog der Hochschule Zittau/Görlitz unter <http://www.hs zg.de/Modulkatalog/> abrufbar. Der Modulkata-

log enthält alle angebotenen Module inklusive ihrer jeweiligen Beschreibung. Die Beschreibung beinhaltet insbesondere Informationen über:

1. die Inhalte und Qualifikationsziele,
2. die Lehrformen,
3. die Voraussetzungen für die Teilnahme,
4. die Verwendbarkeit des Moduls,
5. die Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten,
6. die ECTS-Punkte und Noten,
7. die Häufigkeit des Angebotes des Moduls,
8. den Arbeitsaufwand und
9. die Dauer des Moduls.

(2) Für die Module des Bachelor-Studiengangs Betriebswirtschaft mit dem Schwerpunkt Finanzen bzw. dem Schwerpunkt Marketing und deren Beschreibungen ist die Studiendekanin/der Studiendekan der betreffenden Fakultäten zuständig.

### **III. Abschnitt: Durchführung des Studiums**

#### **§ 8 Zuständigkeiten**

(1) Die Fakultät Wirtschaftswissenschaften und Wirtschaftsingenieurwesen ist für den Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft mit dem Schwerpunkt Finanzen bzw. dem Schwerpunkt Marketing gesamtverantwortlich und stellt das Lehrangebot sicher. Module, die nicht in die Kompetenz dieser Fakultät fallen, werden von der dafür fachlich zuständigen Fakultät angeboten. Die Fakultäten Elektrotechnik und Informatik, Mathematik/Naturwissenschaften, Management- und Kulturwissenschaften sowie das Sprachenzentrum erbringen Dienstleistungen in Form der Übernahme von Modulen nach dem Dienstleistungsprinzip der Hochschule Zittau/Görlitz.

(2) Der Fakultätsrat der Fakultät Wirtschaftswissenschaften und Wirtschaftsingenieurwesen bestellt eine Studienkommission für den Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft mit dem Schwerpunkt Finanzen bzw. dem Schwerpunkt Marketing. Diese setzt sich paritätisch aus Lehrenden und Studierenden der Fakultät zusammen. Lehrende anderer Fakultäten können auch berufen werden. Die Aufgabe der Studienkommission besteht in der Koordination, der inhaltlichen Gestaltung des Studiums und in der Erarbeitung verbindlicher Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Bachelor-Studiengangs Betriebswirtschaft mit dem Schwerpunkt Finanzen bzw. dem Schwerpunkt Marketing für den Fakultätsrat der Fakultät Wirtschaftswissenschaften und Wirtschaftsingenieurwesen.

(3) Für die Einhaltung der Prüfungsordnung des Bachelor-Studiengangs Betriebswirtschaft mit dem Schwerpunkt Finanzen bzw. dem Schwerpunkt Marketing ist der Prüfungsausschuss der Fakultät Wirtschaftswissenschaften und Wirtschaftsingenieurwesen zuständig.

## § 9 Veranstaltungsarten

(1) Im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft mit dem Schwerpunkt Finanzen bzw. dem Schwerpunkt Marketing wird durch folgende Formen gelehrt und gelernt:

1. durch Vorlesungen (Absatz 2),
2. durch Seminare (Absatz 3),
3. durch Übungen (Absatz 4),
4. durch Praktika (Absatz 5),
5. durch das Praxisprojekt (Absatz 6),
6. durch Fachexkursionen (Absatz 7) und
7. durch Gastvorträge (Absatz 8).

(2) Vorlesungen sind Lehrvorträge, die der zusammenhängenden Darstellung von Studieninhalten dienen. Hierbei werden Fakten und Methoden vermittelt.

(3) In einem Seminar werden unter der Anleitung der Lehrenden Vertiefungs- und Spezialkenntnisse in einzelnen Modulen durch studentische Referate, Thesenpapiere, Kurzpräsentationen und deren Analyse und Diskussion vermittelt. Forschungs- und praxisbezogene Fallstudien dienen der Erweiterung des fachspezifischen Wissens sowie der Festigung der fachunabhängigen Kompetenzen (wie z.B. die Entwicklung der Rhetorik und das persönliche Auftreten).

(4) Die Übung dient der intensiveren Durcharbeitung von Studieninhalten, der Vermittlung von Kenntnissen, der Einübung von fachpraktischen Kompetenzen, der Schulung der Fachmethodik sowie der Lösung exemplarischer Aufgaben in Zusammenarbeit von Lehrenden und Lernenden.

(5) Das Praktikum (Pr) ist eine Lehrveranstaltungsform, die das Lösen von praktisch experimentellen Aufgaben in Gruppen von bis zu 15 Studierenden zum Ziel hat.

(6) Das Praxisprojekt dient der Erprobung von bisher im Studium erworbenen methodischen und fachlichen Kenntnissen in einer Einrichtung der Berufspraxis durch Planen, Ausführen und Auswerten konkreter eigenständiger Tätigkeiten. Sie fördert die Einübung von interventions- oder organisationsbezogenen fachspezifischen und fachunabhängigen Kompetenzen wissenschaftlich-analytischer, konzeptioneller, berufspraktischer und kommunikativer Art. Es ist ein in das Studium integrierter von der Hochschule Zittau/Görlitz durch die Praxissemesterordnung geregelter, inhaltlich bestimmter, betreuter Ausbildungsabschnitt und hat einen Umfang von 12 Wochen.

(7) Durch Fachexkursionen zu Betrieben sollen vertieft Einblicke in die Wirtschaftspraxis vermittelt und die theoretischen Lehrveranstaltungen zeitnah ergänzt werden.

(8) In den Gastvorträgen sollen Praktiker aus dem In- und Ausland aktuelle Probleme und ihre jeweiligen Problemlösungen darstellen. Die Kenntnis verschiedener Denkweisen und -systeme und die Auseinandersetzung mit diesen helfen, Kompetenzen zu entwickeln und das Denken in Zusammenhängen zu fördern.

(9) Neben den Veranstaltungsarten (Absätze 1 – 8) ist das wissenschaftliche Selbststudium integraler Bestandteil und zentrale Voraussetzung des Studiums. Ihm kommt in allen Phasen der Ausbildung eine besondere Bedeutung im Sinne der Entwicklung und Erweiterung eines dis-

kursiven, kritischen, methodischen und kreativen Denkens zu. Die Lehrenden sind gehalten, die Studierenden bei Fragen und Problemen, die aus dem Selbststudium erwachsen, aktiv beratend zu unterstützen. Das schließt die Nutzung und Erprobung von Möglichkeiten neuer Medien, insbesondere der Infrastrukturen des Internets, ein.

## **§ 10 Studienberatung**

(1) Die Studienberatung wird von einer durch die Fakultät bestimmten Lehrkraft angeboten. Darüber hinaus bieten alle hauptamtlich Lehrenden für ihr Lehrgebiet eine Studienfachberatung an.

(2) Die Studienberatung wendet sich an alle Studieninteressierten und Studierenden. Sie bietet vor Beginn des Studiums Hilfen bei Fragen zur Studienentscheidung an. Zu Beginn des Studiums informiert sie über Inhalte, Aufbau und Ablauf des Bachelor-Studiengangs Bachelor Finanzen / Bachelor Marketing. Während des Studiums orientiert sie bei allen offenen organisatorischen und inhaltlichen Fragen.

(3) Studierende, die bis zum Beginn des dritten Studienseesters noch keine Prüfungsleistung erbracht haben, müssen im dritten Studienseester an einer Studienberatung teilnehmen.

## **IV. Abschnitt: Schlussbestimmungen**

### **§ 11 Inkrafttreten**

Diese Studienordnung tritt am Tag nach der Veröffentlichung an der Hochschule in Kraft und gilt für alle Studierenden im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft mit dem Schwerpunkt Finanzen bzw. dem Schwerpunkt Marketing, die ab Matrikel 2014 ihr Studium an der Hochschule Zittau/Görlitz aufnehmen.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Fakultätsrates Wirtschaftswissenschaften und Wirtschaftsingenieurwesen vom 26.06.2014 und der Genehmigung durch das Rektorat der Hochschule Zittau/Görlitz vom 09.07.2014.

Zittau/Görlitz am 09.07.2014

Der Rektor



Prof. Dr. phil. Friedrich Albrecht

**Anlage 1:** Studienablaufplan

Stg.s- interner Code	Module	V S/Ü P W	SWS** pro Semester							SWS	ECTS- Punkte*
			1	2	3	4	5	6	7		
1.1	130850 Mathematik I	V	2							4	5
		S/Ü	2								
		P									
2.1	123100 Grundlagen der Volkswirtschafts- lehre I	V	3							5	6
		S/Ü	2								
		P									
3.1	191150 Einführung in die Betriebswirt- schaftslehre und konstitutive Ent- scheidungen	V	3							6	6
		S/Ü	2								
		P	1								
5.1	130450 Informatik I (Tabellenkalkulation und Datenbanken)	V	2							4	5
		S/Ü									
		P	2								
7.1	124100 Recht I (Grundlagen des Wirt- schaftsprivatrechts)	V	3							5	5
		S/Ü	2								
		P									
8	101740 Allgemeinwissenschaftliche Grund- lagen (AWG)	V	2							4	3
		S/Ü	2								
		P									
1.2	130900 Mathematik II	V		2						4	5
		S/Ü		2							
		P									
2.2	123150 Grundlagen der Volkswirtschafts- lehre II	V		2						4	5
		S/Ü		2							
		P									
3.2	191200 Leistungswirtschaft	V		2						4	5
		S/Ü		2							
		P									
3.9	149800 Entscheidungslehre	V		2						4	5
		S/Ü		2							
		P									
4.1	105500 Rechnungswesen I (Jahresab- schluss)	V		2						4	5
		S/Ü		2							
		P									
7.2	108450 Recht II (Arbeits- und Wirtschafts- verwaltungsrecht)	V		2						4	5
		S/Ü		2							
		P									
1.3	130950 Mathematik III	V			2					4	5
		S/Ü			2						
		P									
3.3	101750 Investition und Finanzierung	V			2					4	5
		S/Ü			2						
		P									



Wahlpflichtmodule 6. Semester 10 ECTS-Punkte											
A1	124300 Wirtschaftspolitik	V						3		4	5
		S/Ü						1			
		P									
A2	113000 Recht III (Vertiefung Wirtschaftsrecht)	V						2		4	5
		S/Ü						2			
		P									
14	193600 Praxismodul	V							x	0	18
		S/Ü							x		
		P							x		
15	193550 Abschlussmodul (Bachelor-Arbeit und Verteidigung)	V							x	0	12
		S/Ü							x		
		P							x		
<b>SWS ohne Studienschwerpunkte</b>			28	24	24	25	4 <sup>1</sup>	4 <sup>1</sup>	0	109	-
<b>ECTS-Punkte Module ohne Studien-schwerpunkte</b>			30	30	30	29	16	15	30	-	180

<sup>1</sup> zzgl. SWS des/der ausgewählten Wahlpflichtmoduls/e

Studienschwerpunkt <b>Finanzwirtschaft</b> (Pflicht im Schwerpunkt Finanzen)											
SP F13.2	174500 Unternehmensbewertung und Wertpapieranalyse	V						2		4	5
		S/Ü						2			
		P									
SP F13.3	174550 Finanzmärkte und Risikomanagement	V						2		4	5
		S/Ü						2			
		P									
SP F13.1	131000 Finanzierung	V						2		4	5
		S/Ü						2			
		P									
<b>SWS Studienschwerpunkt</b>							8	4		12	-
<b>ECTS-Punkte Studienschwerpunkt</b>							10	5		-	15

Studienschwerpunkt <b>Marketing</b> (Pflicht im Schwerpunkt Marketing)											
SP M13.3	113500 Vertriebs- und Kundenmanagement	V						2		4	5
		S/Ü						2			
		P									
SP M13.1	175600 Produkt- und Preismanagement	V						2		4	5
		S/Ü						1			
		P						1			
SP M13.2	175650 Marktorientierte Unternehmenskonzepte	V						2		4	5
		S/Ü						2			
		P									
<b>SWS Studienschwerpunkt</b>							4	8		12	-
<b>ECTS-Punkte Studienschwerpunkt</b>							5	10		-	15

Studienschwerpunkt <b>Regionalmanagement</b>											
SP R13.3	113900 Regionalmarketing / Wirtschaftsförderung	V					4			4	5
		S/Ü									
		P									
SP R13.1	13700 Praxis der Regionalförderung	V						4		4	5
		S/Ü									
		P									
SP R13.2	113800 Raum- und Regionalentwicklung	V						4		4	5
		S/Ü									
		P									
<b>SWS Studienschwerpunkt</b>							4	8		12	-
<b>ECTS-Punkte Studienschwerpunkt</b>							5	10		-	15

Studienschwerpunkt <b>Rechnungswesen und Steuern</b>											
SP S13.2	174300 Unternehmensbesteuerung	V					2			4	5
		S/Ü					2				
		P									
SP S13.3	173900 Jahresabschlussanalyse und Wirtschaftsprüfung	V					2			4	5
		S/Ü					2				
		P									
SP S13.1	174250 Konzernrechnungslegung und internationale Jahresabschlüsse	V						2		4	5
		S/Ü						2			
		P									
<b>SWS Studienschwerpunkt</b>							8	4		12	-
<b>ECTS-Punkte Studienschwerpunkt</b>							10	5		-	15

Studienschwerpunkt <b>Controlling</b>											
SP C13.2	113250 Strategisches Controlling	V					2			4	5
		S/Ü					2				
		P									
SP C13.3	124800 Betriebliche Software (SAP)	V					2			4	5
		S/Ü					2				
		P									
SP C13.1	124900 Operatives Controlling	V						2		4	5
		S/Ü						2			
		P									
<b>SWS Studienschwerpunkt</b>							8	4		12	-
<b>ECTS-Punkte Studienschwerpunkt</b>							10	5		-	15

Studienschwerpunkt <b>Führung und Personal</b>											
SP P13.1	113550 Führung und Kommunikation	V					2			4	5
		S/Ü					2				
		P									
SP P13.3	113650 Management der Unternehmens- entwicklung	V					2			4	5
		S/Ü					2				
		P									
SP P13.2	113600 Personalmanagement II	V						2		4	5
		S/Ü						2			
		P									
<b>SWS Studienschwerpunkt</b>							8	4		12	-
<b>ECTS-Punkte Studienschwerpunkt</b>							10	5		-	15

Studienschwerpunkt <b>Internationales Management</b>											
SP I13.2	119450 Auslandsmarkteintritt	V					2			4	5
		S/Ü					2				
		P									
SP 13.3	119600 Management der Internationalität	V					2			4	5
		S/Ü					2				
		P									
SP I13.1	119550 Internationalität und Interkulturali- tät von Unternehmen	V						2		4	5
		S/Ü						2			
		P									
<b>SWS Studienschwerpunkt</b>							8	4		12	-
<b>ECTS-Punkte Studienschwerpunkt</b>							10	5		-	15

Studienschwerpunkt <b>Energiewirtschaft</b>											
SP E13.3	133050 Energemarkt / Energiesystempla- nung	V					2,5			4	5
		S/Ü					1,5				
		P									
SP E13.1	191050 Einführung in die Energiewirtschaft	V						2		4	5
		S/Ü						2			
		P									
SP E13.2	112800 Investitionsplanung und -kontrolle	V						2		4	5
		S/Ü						2			
		P									
<b>SWS Studienschwerpunkt</b>							4	8		12	-
<b>ECTS-Punkte Studienschwerpunkt</b>							5	10		-	15

Legende:      SWS      = Semesterwochenstunden  
                   V        = Vorlesung  
                   S/Ü     = Seminar/Übung  
                   P        = Praktikum

**Anlage 2:** Modulhandbuch

<https://web.hszg.de/Modulkatalog/>