



Hochschule
Zittau/Görlitz
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Studienordnung

für den
Bachelor-Studiengang
Internationale Wirtschaftskommunikation

an der
Hochschule Zittau/Görlitz
vom
14.04.2021

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

Gemäß § 13 Abs. 4 i. V. m. § 36 des Sächsischen Hochschulfreiheitsgesetzes in der Fassung der Bekanntmachung vom 15. Januar 2013 (SächsGVBl. S. 3), das zuletzt durch Artikel 5 des Gesetzes vom 17. Dezember 2020 (SächsGVBl. S. 731) geändert worden ist, erlässt die Hochschule Zittau/Görlitz diese Studienordnung für den Bachelor-Studiengang „Internationale Wirtschaftskommunikation“ als Satzung.

Inhaltsübersicht

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

Anlagen

- Anlage 1: Studienablaufplan
Anlage 2: Modulhandbuch

I. Abschnitt: Allgemeine Bestimmungen

§ 1 Geltungsbereich

Diese Studienordnung regelt auf der Grundlage der Prüfungsordnung für den Studiengang „Internationale Wirtschaftskommunikation“ Ziele, Inhalte, Aufbau und Gestaltung des Studienganges an der Hochschule Zittau/ Görlitz.

§ 2 Studienvoraussetzungen

(1) Für die Zulassung zum Studium an der Hochschule Zittau/Görlitz müssen die Studienvoraussetzungen gemäß § 17 SächsHSFG 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 voraus. Zum Studium an der Hochschule Zittau/Görlitz berechtigt außerdem die bestandene Zugangsprüfung nach § 17 Abs. 5 SächsHSFG.

(2) Zulassungsbedingung für ausländische Bewerber ist zudem der Nachweis ausreichender deutscher Sprachkenntnisse

1. durch die Deutsche Sprachprüfung für den Hochschulzugang (mind. DSH-2) oder
2. durch den Test Deutsch als Fremdsprache (mind. TestDaF-Niveau 4) oder
3. durch das Goethe-Zertifikat C1 oder C2 oder
4. durch das Große oder Kleine Deutsche Sprachdiplom des Goethe Institutes (GDS/KDS) oder
5. durch das Deutsche Sprachdiplom der Kultusministerkonferenz (Zweite Stufe) oder
6. durch das Bestehen der Prüfung telc Deutsch C1 Hochschule.

(3) Mit der Bewerbung zum Studiengang sind zwingend Vorkenntnisse in englischer Sprache auf dem Niveau B2 nach dem Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen (GER) nachzuweisen.

(4) Von den Studienbewerbern werden weiterhin die Bereitschaft und Fähigkeit vorausgesetzt, Praktika in Unternehmen oder anderen Organisationen zu absolvieren.

§ 3 Module und Leistungspunkte (ECTS-Punkte)

(1) Ein Modul stellt eine zeitlich begrenzte, in sich abgeschlossene und prüfbare, 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 „Internationale Wirtschaftskommunikation“ beginnt jährlich mit dem Wintersemester und ist als Vollzeitstudiengang konzipiert.
- (2) Die Regelstudienzeit einschließlich Praktika und der Bachelor-Arbeit sowie deren Verteidigung umfasst sieben Semester.
- (3) Zusätzlich zu den im Studienablaufplan aufgeführten Modulen werden im ersten Semester, in der Regel im September, Vorkurse und Informationsveranstaltungen durchgeführt. Die genauen Termine werden rechtzeitig vor Beginn des Studiums bekannt gegeben.

II. Abschnitt: Ziel, Ablauf und Inhalt des Studiums

§ 5 Ziel des Studiums

(1) Der Studiengang „Internationale Wirtschaftskommunikation“ an der Hochschule Zittau/Görlitz wird mit dem Ziel angeboten, Fachleute für den internationalen Einsatz auf dem Gebiet der Wirtschaftskommunikation auszubilden. Das Ziel besteht darin, ausgeprägte Handlungskompetenz im Erkennen von betriebswirtschaftlichen, rechtlichen, sozialen, interkulturellen und ökologischen Zusammenhängen sowie zum fundierten selbstständigen Lösen damit verbundener kommunikativer Probleme in und zwischen international ausgerichteten Unternehmen und anderen Organisationen zu entwickeln.

(2) Das interaktive Erlernen und Entwickeln von kreativen Lösungswegen und -methoden, die interdisziplinäre Ausbildungsgestaltung durch wirtschaftswissenschaftliche, sozialwissenschaftliche und kulturwissenschaftliche Disziplinen sowie die Integration der Kommunikationswissenschaften und deren praktische Nutzung, das Verbinden von generalisiertem und fachspezifischem Wissen unter gestalterischer Mitwirkung der Studierenden, entwickeln ein neues und zukunftssträchtiges Handlungswissen und die Fähigkeit, dieses umzusetzen.

(3) Ausbildungsgegenstand und Einsatzgebiet für die Absolventinnen und Absolventen ist in den verschiedensten Bereichen der Wirtschaft das betriebliche Management vorwiegend kommunikativer Aufgaben, unter anderem in Bereichen wie Unternehmens- und Marketingkommunikation und Öffentlichkeitsarbeit, interne Kommunikation, Personal- und Organisationsmanagement, Projektmanagement, Vertriebs- und Kundenmanagement sowie Netzwerkarbeit/Networking.

(4) Die Verbindung mit den beiden Nachbarländern Polen und Tschechien wird insbesondere im Lernbereich Interkulturalität sowie in den beiden Studienrichtungen Polnisch und Tschechisch hergestellt und aufgrund der Lage im Dreiländereck real erlebt.

(5) Die Absolventinnen und Absolventen verwenden die deutsche Sprache professionell textsortenadäquat in der Wirtschaftskommunikation und haben Grundkompetenzen in der polnischen bzw. tschechischen Unternehmenskommunikation. Darüber hinaus beherrschen sie eine sprachlich sichere Wirtschaftskommunikation in Englisch auf hohem Niveau.

(6) Die Spezialisierung im Bereich Kommunikation richtet sich entweder auf interne Kommunikation (innerbetriebliche Kommunikation und Zusammenarbeit, Personal), auf externe Kommunikation (Marketingkommunikation und Medien) oder auf Netzwerkmanagement und Netzwerkkommunikation (regionale und internationale Netzwerke und Beziehungen). Die Absolventinnen und Absolventen sind je nach Studienschwerpunkt in der Lage, Kommunikationsstrategien und Kommunikationstechniken zum Management interner, externer, partnerschaftlicher und digitaler Kommunikation rechtskonform und interkulturell angepasst zu entwickeln und anzuwenden und dabei auch im Team zu wirken.

(7) Im Rahmen des Pflichtpraktikums können die Studierenden in einem Unternehmen oder einer anderen Organisation eigener Wahl das im Studium an der Hochschule erworbene Wissen anwenden und erweitern sowie kommunikationsbezogene betriebswirtschaftliche Problemstellungen für die Bearbeitung in der Bachelorarbeit identifizieren. In der Bachelorarbeit wird diese oder eine andere Problemstellung mit wissenschaftlichen Methoden einer Lösung zugeführt und in der wissenschaftlichen Arbeit entsprechend dokumentiert.

(8) Die Internationalisierung der Studieninhalte, der angestrebte Anteil von Studierenden aus den Ländern Ost- und Mitteleuropas und das Entwickeln neuer Formen der öffentlichen Diskussion, werden sowohl dem Zusammenwachsen der Völker Europas als auch der Entwicklung sozialer Kompetenz zwischen verschiedenen Kulturen dienen.

§ 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 Studienganges „Internationale Wirtschaftskommunikation“ an der Hochschule Zittau/Görlitz aufgeführt. Die Befolgung dieses Studienablaufplanes ermöglicht einen Studienabschluss innerhalb der Regelstudienzeit.

(2) Ab dem ersten Studiensemester erfolgt für die Studierenden die Spezialisierung in der Studienrichtung „Polnisch“ oder „Tschechisch“. Im weiteren Verlauf des Studiums werden drei Studienschwerpunkte angeboten, von denen die Studierenden einen im Umfang von 15 ECTS-Punkten auswählen. Näheres regelt die Prüfungsordnung.

(3) Die Module gliedern sich in

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

(4) 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.

(5) 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 bzw. beim Zentrum für fakultätsübergreifende Lehre 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.

(6) Das Abschlussmodul im siebten Studiensemester beinhaltet die Abschluss-Arbeit und deren Verteidigung. Das Abschlussmodul umfasst einen Arbeitsaufwand im Umfang von 15 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 Studienganges „Internationale Wirtschaftskommunikation“ sind als Anlage 2 Bestandteil dieser Ordnung und im digitalen Modulkatalog der Hochschule Zittau/Görlitz unter <https://web1.hszg.de/modulkatalog/> abrufbar. Der Modulkatalog enthält alle angebotenen Module inklusive ihrer jeweiligen Beschreibung. Die Beschreibung beinhaltet insbesondere Informationen über:

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

(2) Für die Module des Studienganges „Internationale Wirtschaftskommunikation“ und deren Beschreibungen ist die Studiendekanin/der Studiendekan der betreffenden Fakultäten zuständig.

III. Abschnitt: Durchführung des Studiums

§ 8 Zuständigkeiten

(1) Die Fakultät Management- und Kulturwissenschaften ist für den Studiengang „Internationale Wirtschaftskommunikation“ gesamtverantwortlich und stellt das Lehrangebot sicher. Module, die nicht in die Kompetenz dieser Fakultät fallen, werden von der dafür fachlich zuständigen Fakultät bzw. vom Zentrum für fakultätsübergreifende Lehre angeboten.

(2) Der Fakultätsrat der Fakultät Management- und Kulturwissenschaften bestellt eine Studienkommission Internationale Wirtschaftskommunikation. Diese setzt sich paritätisch aus eigenständig 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 Studienganges für den Fakultätsrat der Fakultät Management- und Kulturwissenschaften.

(3) Für die Einhaltung der Prüfungsordnung des Studienganges „Internationale Wirtschaftskommunikation“ ist der Prüfungsausschuss der Fakultät Management- und Kulturwissenschaften zuständig.

§ 9 Veranstaltungsarten

(1) Im Studiengang „Internationale Wirtschaftskommunikation“ wird durch folgende Formen gelehrt und gelernt:

1. durch Vorlesungen (Absatz 2),
2. durch Seminare (Absatz 3),
3. durch Übungen (Absatz 4)
4. durch das Praktikum (Absatz 5),
5. durch das Betriebspraktikum (Absatz 6),
6. durch Projekte (Absatz 7),
7. durch Workshops (Absatz 8),
8. durch Projektstudien (Absatz 9),
9. durch Fachexkursionen (Absatz 10) und
10. durch Gastvorträge (Absatz 11).

(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 ist eine Lehrveranstaltungsform, die das Lösen von praktisch experimentellen oder konzeptionellen Aufgaben in Gruppen von bis zu 15 Studierenden zum Ziel hat.

(6) Das Betriebspraktikum 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 mindestens 20 Wochen.

(7) Im Rahmen von Projekten werden Fachkenntnisse einzelner Fächer im Wechsel von studentischem Referat und Diskussion mit Hilfe komplexer Problemstellungen behandelt, analysiert und entwickelt. Projekte werden von Hochschullehrern oder lehrberechtigten Mitarbeitern geleitet.

(8) In Workshops setzen sich die Studierenden strukturiert und unter Anleitung intensiv mit managementbezogenen, kreativen, kommunikativen, sozialen und/oder interkulturellen Themen auseinander und sind selbst kreativ und interaktiv tätig. Workshops dienen dem Erfahrungsaustausch der Teilnehmer und schaffen Anregungen für eine Weiterentwicklung der Themen. Workshops werden von Hochschullehrern oder vertraglich bestellten Lehrbeauftragten oder lehrberechtigten Mitarbeitern, die über die entsprechende Erfahrung verfügen, geleitet und können Praxispartner einbeziehen.

(9) Die Projektstudie dient der Erprobung von bisher im Studium erworbenen methodischen und fachlichen Kenntnissen in einem Betrieb oder einer Institution 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. Die Projektstudie kann ersatzweise auch durch die Übernahme einer klar umrissenen Teilaufgabe in einem Forschungsprojekt erbracht werden.

(10) Durch Fachexkursionen zu Unternehmen oder Institutionen sollen vertieft Einblicke in die Wirtschaft und ihre internationalen Beziehungen und Aufgaben vermittelt werden, um ein Gespür für Problemsituationen der Wirtschaft und insbesondere ihrer Kommunikation auf internationalem Gebiet zu entwickeln. Fachexkursionen werden von Hochschullehrern oder vertraglich bestellten Lehrbeauftragten oder lehrberechtigten Mitarbeitern geleitet.

(11) Im Rahmen von Gastvorträgen lernen die Studierenden Praktiker aus dem In- und Ausland kennen, die aktuelle Probleme in Management und Wirtschaft und ihre jeweiligen Problemlösungen darstellen werden. Die Kenntnis verschiedener Denkweisen und -systeme und die Auseinandersetzung mit diesen helfen, Kompetenzen zu entwickeln und das Denken in Zusammenhängen zu befördern.

(12) Neben den Veranstaltungsarten (Absätze 1-11) 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 diskursiven, 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 Studiengangs. Während des Studiums orientiert sie bei allen offenen organisatorischen und inhaltlichen Fragen.

(3) Studierende, die bis zum Beginn des dritten Studiensemesters noch keine Prüfungsleistung erbracht haben, müssen im dritten Studiensemester 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 ab Matrikel 2021.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Fakultätsrates Management- und Kulturwissenschaften vom 31.03.2021 und der Genehmigung durch das Rektorat der Hochschule Zittau/Görlitz vom 14.04.2021.

Zittau/Görlitz am 14.04.2021

Der Rektor



Prof. Dr.-Ing. Alexander Kratzsch

Anlage 1: Studienablaufplan

Stg.s- inter- ner Code	Module	V S/Ü P W	SWS** pro Semester							SWS	ECTS- Punkte*
			1	2	3	4	5	6	7		
112000 Allgemeine Betriebswirt- schaftslehre		V	2							4	5
		S/Ü	2								
		P									
272350 Communication in the Busi- ness World (Intermediate)		V								4	5
		S/Ü	4								
		P									
253200 Deutsch als Fremdsprache (DaF) B2/C1 ***		V								4	5
		S/Ü	4								
		P									
272900 Interkulturalität/Kulturräume (inkl. wissenschaftliches Ar- beiten)		V	2							4	5
		S/Ü	1								
		P									
		W	1								
273650 Sprache und Kommunikation		V	2							4	5
		S/Ü	2								
		P									
186100 Volkswirtschaftslehre/Wirt- schaftspolitik		V	2							4	5
		S/Ü	2								
		P									
272400 Communication in the Busi- ness World (Upper-Interme- diate)		V								4	5
		S/Ü		4							
		P									
273500 Marketing		V		2						4	5
		S/Ü		2							
		P									
173300 Mathematik fuer Wirt- schaft+Informatik ***		V		2						4	5
		S/Ü									
		P		2							
272100 Normen, Regeln und Kreati- vität in der Sprache		V		2						4	5
		S/Ü		2							
		P									
257400 Systeme und Technologien der Digitalisierung		V		2						4	5
		S/Ü									
		P		2							
Wahlpflichtbereich 2. Semester 5 ECTS-Punkte											
261800 Fachübergreifende Kompe- tenzen (Wahlpflichtmodule)		V		x						0	5
		S/Ü		x							
		P		x							
177150 Buchführung ***		V			1					2	2
		S/Ü			1						
		P									

273250 Polnisch in der Wirtschaft - Aufbaukurs II	V S/Ü P				6				6	5
2 SWS Studienrichtung		6	6 ¹	6	6 ¹	1			24	-
2 ECTS-Punkte Studienrichtung		5	5	5	5				-	20

Studienrichtung Tschechisch

273050 Tschechisch in der Wirtschaft - Grundkurs 1	V S/Ü P	6							6	5
273350 Tschechisch in der Wirtschaft - Grundkurs 2	V S/Ü P		6						6	5
273400 Tschechisch in der Wirtschaft - Aufbaukurs 1	V S/Ü P			6					6	5
273450 Tschechisch in der Wirtschaft - Aufbaukurs 2	V S/Ü P				6				6	5
3 SWS Studienrichtung		6	6 ¹	6	6 ¹	1			24	-
3 ECTS-Punkte Studienrichtung		5	5	5	5				-	20

Studienschwerpunkt Interne Kommunikation

274000 Interne Kommunikation und Zusammenarbeit	V S/Ü P			2					4	5
274300 Kommunikation im Kontext des Arbeitsrechts	V S/Ü P				2				4	5
274650 Kommunikationstraining	V S/Ü P W						4		4	5
4 SWS Studienschwerpunkt			1	4	4 ¹	4 ¹			12	-
4 ECTS-Punkte Studienschwerpunkt				5	5	5			-	15

Studienschwerpunkt Externe Kommunikation

212600 E-Marketing	V S/Ü P			2					4	5
262750 Digitaler Handel und Kundenkommunikation	V S/Ü P				2				4	5
272850 Content Marketing & Public Relations	V S/Ü P					1			4	5
5 SWS Studienschwerpunkt			1	4	4 ¹	4 ¹			12	-

5 ECTS-Punkte Studienschwerpunkt			5	5	5			-	15
---	--	--	---	---	---	--	--	---	----

Studienschwerpunkt Netzwerkmanagement und Netzwerkkommunikation

241250 Praxis der Regionalförderung	V		4					4	5
	S/Ü								
	P								
241350 Regionalmarketing/Wirtschaftsförderung	V			4				4	5
	S/Ü								
	P								
273750 Netzwerk- und Relationship Management	V				2			4	5
	S/Ü				2				
	P								
6 SWS Studienschwerpunkt		1	4	4 ¹	4 ¹			12	-
6 ECTS-Punkte Studienschwerpunkt			5	5	5			-	15
SWS des Studiengangs	20	16	21	16	20	0	13	106	-
ECTS-Punkte des Studiengangs	30	30	30	30	30	30	30	-	210

* 1 ECTS-Punkt entspricht einem studentischen Arbeitsaufwand von 30 Zeitstunden

** Semesterwochenstunden (1 SWS entspricht 45 min. pro Woche)

*** Wahlmodul

¹ zzgl. SWS des/der ausgewählten Wahlpflichtmoduls/e

Legende

V = Vorlesung

S/Ü = Seminar/Übung

P = Praktikum

W = Weiteres

Anlage 2: Modulhandbuch

<https://web1.hszg.de/modulkatalog/>