



**Hochschule
Kaiserslautern**
University of
Applied Sciences

Hochschulanzeiger

der Hochschule Kaiserslautern

Freitag, den 31. Juli 2015

Nr. 21/2015/6

INHALT

	Seite
Richtlinie für die Weiterbildungs-Fernstudiengänge mit Hochschulzertifikat Vertriebsingenieur/Vertriebsingenieurin, Marketing-Management, Motorsport-Management, Sport-Management und Innovations-Management an der Hochschule Kaiserslautern	2
Prüfungsordnung für die weiterbildenden Fernstudiengänge MBA Vertriebsingenieur/Vertriebsingenieurin, MBA Marketing-Management, MBA Motorsport-Management, MBA Sport-Management und MBA Innovations-Management an der Hochschule Kaiserslautern	17
Zweite Änderungsordnung der Ordnung über die Einschreibung der Studierenden an der Hochschule Kaiserslautern	44
Ordnung über die Aufnahme- und Feststellungsprüfung am Internationalen Studienkolleg für die Fachhochschulen an der Hochschule Kaiserslautern	45

**Richtlinie für die Weiterbildungs-Fernstudiengänge mit Hochschulzertifikat
Vertriebsingenieur/Vertriebsingenieurin, Marketing-Management, Motorsport-Management,
Sport-Management und Innovations-Management
an der Hochschule Kaiserslautern vom 25.06.2015**

Der Fachbereichsrat des Fachbereichs Betriebswirtschaft der Hochschule Kaiserslautern hat am 15.04.2015 die folgende Richtlinie für die Weiterbildungs-Fernstudiengänge Vertriebsingenieur/Vertriebsingenieurin, Marketing-Management, Motorsport-Management, Sport-Management und Innovations-Management als Zertifikatsstudiengang beschlossen. Sie wird hiermit bekannt gemacht. Diese Richtlinie hat der Präsident der Hochschule Kaiserslautern am 22.06.2015 genehmigt. Sie wird hiermit bekannt gemacht.

INHALT

- § 1 Geltungsbereich
- § 2 Studienziel
- § 3 Studienbeginn, Studiendauer
- § 4 Zulassungsvoraussetzungen
- § 5 Fachkommission
- § 6 Studienaufbau und Studieninhalte
- § 7 Lehreinheiten
- § 8 Präsenzveranstaltungen
- § 9 Leistungsnachweise
- § 10 Studienmaterialien
- § 11 Weiterbildungs-Zertifikat / Einzel-Zertifikate
- § 12 Bewertung
- § 13 Studienfachberatung
- § 14 Außerkrafttreten
- § 15 Inkrafttreten

- Anlage 1: Prüfungen und Kurseinheiten nach Prüfungsgebieten Vertriebsingenieur/Vertriebsingenieurin
- Anlage 2: Prüfungen und Kurseinheiten nach Prüfungsgebieten Marketing Management
- Anlage 3: Prüfungen und Kurseinheiten nach Prüfungsgebieten Motorsport-Management
- Anlage 4: Prüfungen und Kurseinheiten nach Prüfungsgebieten Sport-Management
- Anlage 5: Prüfungen und Kurseinheiten nach Prüfungsgebieten Innovations-Management

§ 1 Geltungsbereich

Diese Richtlinien gelten für die wissenschaftlichen Weiterbildungs-Fernstudiengänge mit Hochschulzertifikat Vertriebsingenieur/Vertriebsingenieurin, Marketing-Management, Motorsport-Management, Sport-Management und Innovations-Management. Die Anlagen sind Bestandteil dieser Richtlinien.

§ 2 Studienziel

(1) Die wissenschaftlichen Weiterbildungs-Fernstudiengänge mit Hochschulzertifikat Vertriebsingenieur/in, Marketing-Management, Motorsport-Management, Sport-Management, Innovations-Management stellen eine anwendungsbezogene Ausbildung auf wissenschaftlicher Grundlage dar. Das Ziel dieser Ausbildung ist, die Studierenden zu selbständiger Anwendung wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden zu befähigen und ihnen für ihre täglichen Aufgaben geeignete Strategien und Instrumente an die Hand zu geben. Die fachliche Ausrichtung soll die Studierenden für Aufgaben im Management qualifizieren.

(2) Das breit angelegte Profil des Weiterbildungsstudiums zielt auf hohe Flexibilität und Disponibilität der Absolventen. Es sollen sowohl Arbeitstechniken und -methoden als auch Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten vermittelt werden, die die Absolventen in die Lage versetzen, im Management von Unternehmen mitzuwirken, Marketing als Unternehmensphilosophie anwenden zu können, Veranstaltungen zu organisieren, Prozesse unter technologischen und wirtschaftlichen Gesichtspunkten zu analysieren und daraus Entscheidungen abzuleiten, das moderne betriebswirtschaftliche Instrumentarium sicher zu handhaben und für den Unternehmenserfolg anzuwenden. Darüber hinaus werden die Kompetenzen im sozialen Bereich (soft skills) gefördert.

(3) Das Studienziel der wissenschaftlichen Weiterbildungs-Fernstudiengänge mit Hochschulzertifikat Vertriebsingenieur/in, Marketing-Management, Motorsport-Management, Sport-Management und Innovations-Management ist erreicht, wenn die in § 11 geforderten Prüfungen erfolgreich abgelegt worden sind. Beim Erreichen des Studienziels wird das Weiterbildungs-Zertifikat Vertriebsingenieur/in, Marketing-Management, Motorsport-Management, Sport-Management oder Innovations-Management ausgestellt.

§ 3 Studienbeginn, Studiendauer

(1) Das Studium kann zum Winter- oder Sommersemester aufgenommen werden. Bei Aufnahme im Sommersemester verlängert sich das Studium aus organisatorischen Gründen um ein Semester.

(2) Die Regelstudienzeit umfasst 3 Semester.

§ 4 Zulassungsvoraussetzungen

(1) Die Weiterbildungs-Fernstudiengänge stehen denjenigen offen, von denen ein erfolgreicher Studienverlauf erwartet werden kann. Dies gilt insbesondere für diejenigen,

- a) die die für ein Studium an einer Fachhochschule notwendigen Voraussetzungen (Hochschulzugangsberechtigung) nachweisen oder
- b) die eine einschlägige berufliche Ausbildung abgeschlossen und danach eine mindestens einjährige berufliche Tätigkeit ausgeübt haben.

(2) Im Einzelfall entscheidet die Fachkommission der MBA Fernstudiengänge der Hochschule Kaiserslautern über die Anerkennung „einschlägiger“ beruflicher Tätigkeiten und Vorkenntnisse.

(3) Bewerberinnen und Bewerber müssen ihre Angaben über Berufsabschlüsse, berufliche Tätigkeiten und erfolgreich absolvierte Weiterbildungsmaßnahmen durch Zeugnisse, Arbeitsnachweise oder auf sonstige Weise belegen.

§ 5 Fachkommission

Für die Entwicklung, Durchführung und Auswertung der Weiterbildungs-Fernstudiengänge ist eine Fachkommission eingerichtet. Ihr gehören Professorinnen und Professoren von Fachhochschulen der Länder Rheinland-Pfalz und Hessen an. Der/ die Leiter/in der Weiterbildungs-Fernstudiengänge ist Vorsitzende der Fachkommission.

§ 6 Studienaufbau und Studieninhalte

(1) Das für Berufstätige konzipierte dreisemestrige Ergänzungsstudium in der Studienform Fernstudium besteht aus einem angeleiteten Selbststudium auf der Grundlage selbstinstruierender Kurs- und E-Learning Einheiten und wird durch didaktisch sinnvoll strukturierte Präsenzveranstaltungen ergänzt.

(2) Das Studium umfasst eine Ausbildung, die aus den Tätigkeitsfeldern eines Vertriebsingenieurs/in, Managers im Marketing, Managers im Motorsport, Managers im Sport oder Innovations-Managers abgeleitet ist. In den ersten beiden Semestern, die für alle fünf Weiterbildungs-Fernstudiengänge identisch sind, konzentriert sich das curriculare Konzept neben den Grundlagen der Betriebswirtschaft (Management Framework) auf weitere Fachgebiete der traditionellen Lehre wie Marketing-Politik und Strategie, finanz- und erfolgsorientierte Unternehmensführung und

Economics. Außer der betriebswirtschaftlichen Sachkompetenz werden auch Schlüsselqualifikationen, wie Sozialkompetenz sowie kommunikative und interkulturelle Kompetenz in dem Modul „Kommunikation und Soft-Skills für Führungskräfte“ vermittelt.

Ab dem dritten Semester teilen sich die Studiengänge in die Vertiefungen Vertriebsingenieur, Marketing-Management, Motorsport-Management, Sport-Management, und Innovations-Management.

(3) Die Weiterbildungs-Fernstudiengänge mit Hochschulzertifikat Vertriebsingenieur, Marketing-Management, Motorsport-Management, Sport-Management und Innovations-Management umfassen jeweils neun in sich geschlossene Lehreinheiten (3 Module je Semester).

(4) Wahlweise können Studierende an einem Internationalen Out of Campus Event teilnehmen.

§ 7 Lehreinheiten

Dem Studienziel entsprechend umfasst das Studium für die Weiterbildungsstudiengänge die in den Anlagen dargestellten Module.

§ 8 Präsenzveranstaltungen

(1) Im Studienablauf sind Präsenzveranstaltungen als mehrtägige Blockveranstaltungen vorgesehen. Die Zeiten für die Präsenzveranstaltungen werden den Studierenden rechtzeitig vor Semesterbeginn mitgeteilt.

(2) Den fachlichen Besonderheiten entsprechend können Lehrvorträge, seminaristische Veranstaltungen, Übungen, Seminare, Projekte, Praktika, Exkursionen sowie zusätzliche, geeignete Lehrveranstaltungen angeboten werden.

(3) Die Teilnehmerzahl für bestimmte Lehrveranstaltungen darf nur dann beschränkt werden, wenn dies im Hinblick auf einen geordneten Lehr- und Studienbetrieb zwingend erforderlich ist.

§ 9 Leistungsnachweise

(1) Im Studium müssen Prüfungs- und Studienleistungen (Prüfungen) erbracht werden. Prüfungen sind Modulen zugeordnet. Die Modulprüfung umfasst alle Prüfungen eines Moduls. In der Regel besteht die Modulprüfung aus einer Prüfung, die sich auf die Stoffgebiete aller Lehrveranstaltungen des Moduls erstreckt. Die Modulprüfung gilt als bestanden, wenn alle zu diesem Modul gehörenden Prüfungen bestanden wurden. In diesem Fall werden die dem Modul zugeordneten Credit Points (ECTS) angerechnet.

(2) Jede Lehreinheit schließt mit einer Leistungsüberprüfung (Prüfungsleistung) ab, die in Form von Klausuren, Seminararbeiten, Fallstudien, Präsentationen, mündlichen Prüfungen oder bewerteten Seminaren absolviert wird. Zum Teil wird dies auch über interaktive Medien stattfinden. Prüfungsleistungen werden zur Bildung der Gesamtnote herangezogen.

(3) Prüfungs- und Studienleistungen dürfen zweimal wiederholt werden. Sind Teile einer Prüfung nicht bestanden, so müssen nur diese wiederholt werden. Die Wiederholung einer bestandenen Prüfung ist nicht zulässig. Die Wiederholungsprüfungen sind im Rahmen der Prüfungstermine des jeweils folgenden Semesters abzulegen. Über Ausnahmen entscheidet der Prüfungsausschuss unter Beachtung des § 26 Abs. 1 Nr. 8 HochSchG.

§ 10 Studienmaterialien

Das Hauptmedium für die Vermittlung der Lehrinhalte sind Kurseinheiten in Form von selbstinstruierenden Studienbriefen. Ergänzende Materialien erhalten die Studierenden in Form von multimedialen Einheiten (Lernsoftware).

§ 11 Weiterbildungs-Zertifikat/Einzel-Zertifikate

(1) Der Erwerb der Weiterbildungs-Zertifikate setzt die mit mindestens ausreichend bewerteten Prüfungsleistungen voraus.

(2) Die Weiterbildungs-Zertifikate Vertriebsingenieur/in, Marketing-Management, Motorsport-Management, Sport-Management und Innovations-Management bescheinigen, dass die Studentin/der Student die für die Berufspraxis notwendigen gründlichen Fachkenntnisse der im Weiterbildungsstudium enthaltenen Teilgebiete erworben hat und die zu Grunde liegenden wissenschaftlichen Methoden und Erkenntnisse selbständig anwenden kann.

(3) Das Weiterbildungs-Zertifikat enthält folgende fachliche Angaben:

- die Gesamtnote,
- die Lehreinheiten, die der Weiterbildungs-Fernstudiengang beinhaltet,
- die Prüfungsnote für jede Lehreinheit,
- den Umfang des Studiums in Credit-Points.

(4) Aus dem arithmetischen, nach den ECTS-Credits gewichteten Durchschnitt der Noten der Modulprüfungen, wird die Gesamtnote des Weiterbildungs-Zertifikats gebildet. Bei der Bildung der Gesamtnote wird nur die erste Dezimalstelle hinter dem Komma berücksichtigt; alle weiteren Stellen werden ohne Rundung gestrichen. Die Noten lauten:

bei einem Durchschnitt	bis 1,5	= sehr gut
bei einem Durchschnitt	über 1,5 bis 2,5	= gut
bei einem Durchschnitt	über 2,5 bis 3,5	= befriedigend
bei einem Durchschnitt	über 3,5 bis 4,0	= ausreichend
bei einem Durchschnitt	über 4,0	= nicht ausreichend.

(5) Nach einer mit mindestens ausreichend bewerteten Prüfungsleistung in einem Modul wird ein benotetes Einzel-Zertifikat vergeben. Es bestätigt, dass die Studentin/der Student die für die Berufspraxis notwendigen gründlichen Fachkenntnisse des entsprechenden Moduls erworben hat und die zu Grunde liegenden wissenschaftlichen Methoden und Erkenntnisse selbständig anwenden kann. Absatz 8 gilt sinngemäß.

(6) Das Einzel-Zertifikat enthält folgende fachliche Angaben:

- die Prüfungsnote für das absolvierte Modul,
- Inhaltsangaben zu dem Modul,
- den Umfang des Moduls in Credit-Points,
- die erbrachten Prüfungsleistungen für das Modul.

(7) Über das Studium eines Moduls bzw. über die Teilnahme am Weiterbildungs-Fernstudiengang ohne Prüfungsleistungen oder ohne erfolgreich abgelegte Prüfungsleistungen wird ein unbenotetes Zertifikat ausgestellt. Es bestätigt die Teilnahme an dem belegten Modul bzw. den belegten Lehreinheiten ohne Prüfungsleistung oder im Falle einer ohne Erfolg abgelegten Prüfungsleistung. Die Absätze 3, 6 und 8 gelten sinngemäß.

(8) Das Weiterbildungs-Zertifikat wird vom Dekan des durchzuführenden Fachbereichs und vom Vorsitzenden der Fachkommission unterzeichnet. Als Ausfertigungsdatum wird das Datum genannt, an dem die letzte Prüfungsleistung erbracht wurde.

§ 12 Bewertungen

(1) Die Noten für die einzelnen Prüfungsleistungen werden von den jeweiligen Prüfenden festgesetzt. Für die Bewertung der Prüfungsleistungen sind folgende Noten zu verwenden:

- 1 sehr gut (eine hervorragende Leistung)
- 2 gut (eine Leistung, die erheblich über den durchschnittlichen Anforderungen liegt)
- 3 befriedigend (eine Leistung, die durchschnittlichen Anforderungen entspricht)
- 4 ausreichend (eine Leistung, die trotz ihrer Mängel noch den Anforderungen genügt)
- 5 nicht ausreichend (eine Leistung, die wegen erheblicher Mängel den Anforderungen nicht mehr genügt).

(2) Zur differenzierten Bewertung von Einzelleistungen können die Noten um 0,3 vermindert oder erhöht werden. Noten schlechter als 4,0 sind nicht ausreichend. Die Noten 0,7; 4,3; 4,7 und 5,3 sind ausgeschlossen.

(3) Eine Prüfung ist bestanden, wenn sie bzw. ihre Teilleistungen mit mindestens „ausreichend“ oder „bestanden“ bewertet wurden.

(4) Die Bewertung der bestandenen Modulprüfung (Modulnote) bildet sich aus den entsprechend der Fachprüfungsordnung gewichteten Noten aller Prüfungsleistungen des Moduls. Beim Ergebnis dieser Bewertung wird nur die erste Dezimalstelle hinter dem Komma berücksichtigt; alle weiteren Stellen werden ohne Rundung gestrichen.

§ 13 Studienfachberatung

(1) Den Studierenden wird empfohlen, eine Studienfachberatung insbesondere in folgenden Fällen in Anspruch zu nehmen: bei wesentlicher Überschreitung der vorgesehenen Studienzeit, nach nicht bestandener Prüfung, im Falle des Studiengangwechsels.

(2) Die Fachstudienberatung wird von der Leitung der Weiterbildungs-Fernstudiengänge am Fachbereich Betriebswirtschaft der Hochschule Kaiserslautern, Standort Zweibrücken durchgeführt.

§ 14 Außerkrafttreten

Die Richtlinie für die weiterbildenden Fernstudiengänge MBA Vertriebsingenieur und MBA Marketing-Management an der Fachhochschule Kaiserslautern vom 12. Juni 2013 tritt mit Inkrafttreten dieser Richtlinie außer Kraft.

§ 15 Inkrafttreten

Diese Prüfungsordnung tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung in Kraft. Sie gilt für Studierende, die sich in die Zertifikatsstudiengänge Vertriebsingenieur/Vertriebsingenieurin, Marketing-Management, Motorsport-Management, Sport-Management und Innovations-Management einschreiben oder eingeschrieben haben.

Zweibrücken, den 25.06.2015

Der Dekan des Fachbereiches Betriebswirtschaft
der Hochschule Kaiserslautern
Prof. Dr. Gunter Kürble

Anlage 1: Prüfungen und Kurseinheiten nach Prüfungsgebieten Vertriebsingenieur/Vertriebsingenieurin

1. Semester		ECTS	Präsenzen (UE)	KE	Prüfung
Modul 1: Management-Framework		10	16	6	KL
	Ganzheitliches Management Betriebswirtschaftliche Grundlagen I Betriebswirtschaftliche Grundlagen II Interne Logistik Neue Konzepte Supply Chain Management				
Modul 2: Kommunikation & Soft Skills für Führungskräfte		5	10	3	SA
	Rhetorik für den Kundenkontakt Verhandlung- und Argumentationstechniken Interkulturelles Management Methodenkompetenz				
Modul 3: Marketing-Politik und Strategie		5	10	2	SA
	Grundlagen und Strategie I: Marktorientierte Führung von Marketing und Vertrieb Grundlagen und Strategie II: Strategische Analyse und Strategieentwicklung				
Gesamt:		20	36	11	

2. Semester		ECTS	Präsenzen (UE)	KE	Prüfung
Modul 4: Erfolgs- und finanzorientierte Unternehmensführung		10	22	6	KL
	Management Accounting: Kosten- und Gewinnmanagement Kosten- und Leistungsrechnung I Kosten- und Leistungsrechnung II				
	Finanzen & Controlling (inkl. Marketingcontrolling, Scorecard) Finanz- und Investitionsrechnung Controlling				
	Finanzberichterstattung Jahresabschluss, Bilanzen				
Modul 5: Marketing: Market Research und Kundenmanagement		5	10	4	SA
	Informationsmanagement für das Marketing Marktpsychologie Topic of the Year Case Study-Seminar zum Marketing				
Modul 6: Management: Economics & Quantitative Analysen		5	10	2	KL
	Volkswirtschaftslehre: Makroökonomie Datenanalyse: Statistik				
Gesamt:		20	42	12	

3. Semester Vertriebsingenieur/ Vertriebsingenieurin		ECTS	Präsenzen (UE)	KE	Prüfung
Modul 7:	Instrumente für den Technischen Vertrieb: Marketing-Mix	6	10	2	KL
	Vertrieb und Distributions-Management Gegenleistung und Preispolitik				
Modul 8:	Personal-, Projekt- und Managementtechniken	6	16	3	SA
	Personalführung Projektmanagement (inkl. Projektierung, Engineering) Unternehmensplanung und Risikomanagement				
Modul 9:	Management des Technischen Vertriebes	7	16	5	KL
	CRM, e Business Vertriebsorganisation I Vertriebsorganisation II Kundenservice Verkaufsförderung				
Gesamt:		20	42	10	

ECTS= European Credit Points, UE =Unterrichtseinheiten (1 UE = 45 min); KE = Kurseinheiten; KL = Klausur; SA = Seminararbeiten

Anlage 2: Prüfungen und Kurseinheiten nach Prüfungsgebieten Marketing-Management

1. Semester		ECTS	Präsenzen (UE)	KE	Prüfung
Modul 1: Management-Framework		10	16	6	KL
	Ganzheitliches Management Betriebswirtschaftliche Grundlagen I Betriebswirtschaftliche Grundlagen II Interne Logistik Neue Konzepte Supply Chain Management				
Modul 2: Kommunikation & Soft Skills für Führungskräfte		5	10	3	SA
	Rhetorik für den Kundenkontakt Verhandlung- und Argumentationstechniken Interkulturelles Management Methodenkompetenz				
Modul 3: Marketing-Politik und Strategie		5	10	2	SA
	Grundlagen und Strategie I: Marktorientierte Führung von Marketing und Vertrieb Grundlagen und Strategie II: Strategische Analyse und Strategieentwicklung				
Gesamt:		20	36	11	

2. Semester		ECTS	Präsenzen (UE)	KE	Prüfung
Modul 4: Erfolgs- und finanzorientierte Unternehmensführung		10	22	6	KL
	Management Accounting: Kosten- und Gewinnmanagement Kosten- und Leistungsrechnung I Kosten- und Leistungsrechnung II Finanzen & Controlling (inkl. Marketingcontrolling, Scorecard) Finanz- und Investitionsrechnung Controlling Finanzberichterstattung Jahresabschluss, Bilanzen				
Modul 5: Marketing: Market Research und Kundenmanagement		5	10	4	SA
	Informationsmanagement für das Marketing Marktpsychologie Topic of the Year Case Study-Seminar zum Marketing				
Modul 6: Management: Economics & Quantitative Analysen		5	10	2	KL
	Volkswirtschaftslehre: Makroökonomie Datenanalyse: Statistik				
Gesamt:		20	42	12	

3. Semester Marketing-Management	ECTS	Präsenzen (UE)	KE	Prüfung
Modul 10: Managementtechniken im internationalen Wirtschaftsraum	6	16	3	SA
Projektmanagement (inkl. Projektierung, Engineering) Unternehmensplanung und Risikomanagement Internationales Management				
Modul 11: Internationales Marketing-Management	7	14	3	KL
Internationales Marketing / Außenhandel I Internationales Marketing / Außenhandel II Planung, Organisation und Durchführung von Großevents				
Modul 12: Marketing-Instrumente: Strategie, Operation, Politik	7	12	4	KL
Angebot und Produkt-Management Gegenleistung und Preispolitik Kommunikation und Werbemanagement Vertrieb und Distributions-Management				
Gesamt:	20	42	10	

ECTS= European Credit Points, UE =Unterrichtseinheiten (1 UE = 45 min); KE = Kurseinheiten; KL = Klausur; SA = Seminararbeiten

Anlage 3: Prüfungen und Kurseinheiten nach Prüfungsgebieten Motorsport-Management

1. Semester	ECTS	Präsenzen (UE)	KE	Prüfung
Modul 1: Management-Framework Ganzheitliches Management Betriebswirtschaftliche Grundlagen I Betriebswirtschaftliche Grundlagen II Interne Logistik Neue Konzepte Supply Chain Management	10	16	6	KL
Modul 2: Kommunikation & Soft Skills für Führungskräfte Rhetorik für den Kundenkontakt Verhandlung- und Argumentationstechniken Interkulturelles Management Methodenkompetenz	5	10	3	SA
Modul 3: Marketing-Politik und Strategie Grundlagen und Strategie I: Marktorientierte Führung von Marketing und Vertrieb Grundlagen und Strategie II: Strategische Analyse und Strategieentwicklung	5	10	2	SA
Gesamt:	20	36	11	

2. Semester	ECTS	Präsenzen (UE)	KE	Prüfung
Modul 4: Erfolgs- und finanzorientierte Unternehmensführung Management Accounting: Kosten- und Gewinnmanagement Kosten- und Leistungsrechnung I Kosten- und Leistungsrechnung II Finanzen & Controlling (inkl. Marketingcontrolling, Scorecard) Finanz- und Investitionsrechnung Controlling Finanzberichterstattung Jahresabschluss, Bilanzen	10	22	6	KL
Modul 5: Marketing: Market Research und Kundenmanagement Informationsmanagement für das Marketing Marktpsychologie Topic of the Year Case Study-Seminar zum Marketing	5	10	4	SA
Modul 6: Management: Economics & Quantitative Analysen Volkswirtschaftslehre: Makroökonomie Datenanalyse: Statistik	5	10	2	KL
Gesamt:	20	42	12	

3. Semester: Vertiefung Motorsport-Management		ECTS	Präsenzen (UE)	KE	Prüfung
Modul 15: Organisation im Motorsport	Grundlagen des Motorsport-Managements Prozesse, Abläufe und Reglements in Motorsportserien	5	14	2	SA
Modul 16: Personal-, Projekt- und Managementtechniken im Motorsport	Personal- und Teamführung im Motorsport Projektmanagement und Motorsportlogistik Veranstaltungs- und Streckenmanagement von Motorsportevents	5	14	3	KL
Modul 17: Marketing im Motorsport	Marktforschung und Social Media im Motorsport Projektseminar Marktforschung und Rechtevermarktung Sponsoring und Finanzierung im Motorsport Innovations- und Markenmanagement Fahrervermarktung und Vertragsrecht	10	20	5	KL
Gesamt:		20	48	10	

ECTS= European Credit Points, UE =Unterrichtseinheiten (1 UE = 45 min); KE = Kurseinheiten; KL = Klausur; SA = Seminararbeiten

Anlage 4: Prüfungen und Kurseinheiten nach Prüfungsgebieten Sport-Management

1. Semester	ECTS	Präsenzen (UE)	KE	Prüfung
Modul 1: Management-Framework Ganzheitliches Management Betriebswirtschaftliche Grundlagen I Betriebswirtschaftliche Grundlagen II Interne Logistik Neue Konzepte Supply Chain Management	10	16	6	KL
Modul 2: Kommunikation & Soft Skills für Führungskräfte Rhetorik für den Kundenkontakt Verhandlung- und Argumentationstechniken Interkulturelles Management Methodenkompetenz	5	10	3	SA
Modul 3: Marketing-Politik und Strategie Grundlagen und Strategie I: Marktorientierte Führung von Marketing und Vertrieb Grundlagen und Strategie II: Strategische Analyse und Strategieentwicklung	5	10	2	SA
Gesamt:	20	36	11	

2. Semester	ECTS	Präsenzen (UE)	KE	Prüfung
Modul 4: Erfolgs- und finanzorientierte Unternehmensführung Management Accounting: Kosten- und Gewinnmanagement Kosten- und Leistungsrechnung I Kosten- und Leistungsrechnung II Finanzen & Controlling (inkl. Marketingcontrolling, Scorecard) Finanz- und Investitionsrechnung Controlling Finanzberichterstattung Jahresabschluss, Bilanzen	10	22	6	KL
Modul 5: Marketing: Market Research und Kundenmanagement Informationsmanagement für das Marketing Marktpsychologie Topic of the Year Case Study-Seminar zum Marketing	5	10	4	SA
Modul 6: Management: Economics & Quantitative Analysen Volkswirtschaftslehre: Makroökonomie Datenanalyse: Statistik	5	10	2	KL
Gesamt:	20	42	12	

3. Semester: Vertiefung Sport-Management		ECTS	Präsenzen (UE)	KE	Prüfung
Modul 18:	Organisation und Finanzierung im Sport Grundlagen Organisation des Sports, Vereins- und Verbandsmanagement Finanzierung im Sport	5	14	2	SA
Modul 19:	Personal-, Projekt- und Managementtechniken im Sport Personalführung und Ethik im Sport Projektmanagement im Sport Planung, Organisation und Durchführung von Großevents	5	14	3	KL
Modul 20:	Marketing im Sport Marktforschung und Social Media im Sport Projektseminar Marktforschung Sportsponsoring, Testimonials und Merchandising Sportrechtevermarktung Sportlervermarktung und Vertragsrecht	10	20	5	KL
Gesamt:		20	48	10	

ECTS= European Credit Points, UE =Unterrichtseinheiten (1 UE = 45 min); KE = Kurseinheiten; KL = Klausur; SA = Seminararbeiten

Anlage 5: Prüfungen und Kurseinheiten nach Prüfungsgebieten Innovations-Management

1. Semester	ECTS	Präsenzen (UE)	KE	Prüfung
Modul 1: Management-Framework Ganzheitliches Management Betriebswirtschaftliche Grundlagen I Betriebswirtschaftliche Grundlagen II Interne Logistik Neue Konzepte Supply Chain Management	10	16	6	KL
Modul 2: Kommunikation & Soft Skills für Führungskräfte Rhetorik für den Kundenkontakt Verhandlung- und Argumentationstechniken Interkulturelles Management Methodenkompetenz	5	10	3	SA
Modul 3: Marketing-Politik und Strategie Grundlagen und Strategie I: Marktorientierte Führung von Marketing und Vertrieb Grundlagen und Strategie II: Strategische Analyse und Strategieentwicklung	5	10	2	SA
Gesamt:	20	36	11	

2. Semester	ECTS	Präsenzen (UE)	KE	Prüfung
Modul 4: Erfolgs- und finanzorientierte Unternehmensführung Management Accounting: Kosten- und Gewinnmanagement Kosten- und Leistungsrechnung I Kosten- und Leistungsrechnung II Finanzen & Controlling (inkl. Marketingcontrolling, Scorecard) Finanz- und Investitionsrechnung Controlling Finanzberichterstattung Jahresabschluss, Bilanzen	10	22	6	KL
Modul 5: Marketing: Market Research und Kundenmanagement Informationsmanagement für das Marketing Marktpsychologie Topic of the Year Case Study-Seminar zum Marketing	5	10	4	SA
Modul 6: Management: Economics & Quantitative Analysen Volkswirtschaftslehre: Makroökonomie Datenanalyse: Statistik	5	10	2	KL
Gesamt:	20	42	12	

3. Semester: Vertiefung Innovations-Management		ECTS	Präsen- zen(UE)	KE	Prüfung
Modul 21:	Innovations-Management in Unternehmen Grundlagen und Modelle des Innovations- Managements Methodische Gestaltung von Innovationsprozessen in Unternehmen Intellectual Property Management - Grundlagen des Rechts und des Umgangs mit geistigem Eigentum Case-Study-Seminar: Intellectual Property Manage- ment im Innovations-Management	7	16	4	KL
Modul 22:	Personalführung als Teil einer innovationsförder- lichen Unternehmenskultur Innovationsförderliche Strategieentwicklung und - umsetzung Entwicklung individueller Innovations-Kompetenzen Gestaltung innovationsförderlicher Arbeitsformen	6	16	3	SA
Modul 23:	Methodik für ein systematisches Innovations- Management Innovations-Methodik TRIZ: Innovative Ideenfindung und Problemlösung Innovations-Vorschau mit Mustern, Trends und evolu- tionären Methoden Innovations-Projektseminar	7	16	3	SA
Gesamt:		20	48	10	

ECTS= European Credit Points, UE =Unterrichtseinheiten (1 UE = 45 min); KE = Kurseinheiten; KL = Klausur; SA = Seminararbeiten