

BACHELOR-STUDIUM IM STUDIENGANG BWL –



Dienstleistungsmarketing

DUALE HOCHSCHULE BADEN-WÜRTTEMBERG MANNHEIM

BACHELOR-STUDIUM IM STUDIENGANG BWL-DIENSTLEISTUNGSMARKETING

DOKUMENTATION FÜR DIE SITZUNG DES ARBEITSKREISES DES STUDIENGANGS BWL-DIENSTLEISTUNGSMARKETING

Mannheim, 23. Februar 2010

AGENDA – I

**CHARAKTERISTIKA DER BACHELOR-STUDIEN-
GÄNGE**

MODULE

THEORIEMODULE

**RAHMENSTUDIENPLAN IM STUDIENGANG BWL-
DIENSTLEISTUNGSMARKETING**

CREDIT POINTS

SMCP-TAFEL

WORKLOAD

AGENDA – II

PRAXISMODULE

PROJEKTARBEITEN

BACHELOR-ARBEIT

PRÜFUNGSORDNUNG

NOTEN

BACHELOR-ABSCHLUSS

CHARAKTERISTIKA DER BACHELOR- STUDIENGÄNGE

MODULE

Studium besteht aus einer Vielzahl von Theoriemodulen und drei Praxismodulen. **Alle** Module des Studiums müssen bestanden werden

CREDIT-POINTS (ECTS-PUNKTE)

Alle Module sind entsprechend ihres zeitlichen Umfangs mit Credit-Points ausgestattet

WORKLOAD

Studentisches Arbeitsvolumen wird in Workload-Stunden gemessen

MODULE

CHARAKTERISTIKA

Module sind abgegrenzte Einheiten des Studiums

ARTEN

Theoriemodule und Praxismodule

LAGE

Module können sich auf ein Studienhalbjahr oder auf mehrere Studienhalbjahre erstrecken. In einigen Studienfächern (z.B. ABWL) kann es auch zwei Module pro Studienhalbjahr geben

THEORIEMODULE

ARTEN

- Kernfächer (Pflichtfächer; ETCS-Punkte)
- Profulfächer (Sofern angeboten Pflichtfächer; ETCS-Punkte)
- Zusatzfächer (Freiwillige Fächer; keine ETCS-Punkte)

MODULBESCHREIBUNGEN

In Modulbeschreibungen werden Lernziele, -inhalte, -ergebnisse und -methoden, Prüfungstermine, -methoden und -dauer sowie Literatur beschrieben.



BEISPIEL FÜR DIE BESCHREIBUNG EINES THEORIEMODULS

Modulname	S-BWL I – II: Informations- und Strategie-Aspekte des Dienstleistungsmarketing
Modulkennzeichnung	W-DLM-SBWL I-2
Anzahl der Modul- Lehrveranstaltungen	3
Lage des Moduls	2. Sem.
Umfang des Moduls	210 Std. Workload, davon 91 Präsenzstunden
Niveau	Grundstudium
Credit Points	7
Vorläufer	W-DLM-SBWL I-1
Nachfolger	W-DLM-SBWL I-3 und W-DLM-SBWL I-4
Lehrveranstaltung 1	Käuferverhalten
Lernziele	Mit diesem Modulteil erhalten die Studierenden einen Gesamtüberblick über eine fundamentale Orientierungsgröße für Marketing-Entscheidungen, nämlich die Verbraucher und Organisationen in ihrer Rolle als Käufer. Die Studierenden sollen die Prozesse verstehen, die bei Endverbrauchern und Organisationen eine Rolle spielen, wenn sie ihre Kaufentscheidungen treffen, und ein Verständnis für die theoretische Basis des privaten und organisationalen Käuferverhaltens (Kaufverhaltens-Modelle) entwickeln.
Lerninhalte	Besonderheiten des Käuferverhaltens bei Dienstleistungen - psychologische, soziale und demografische Determinanten des Verhaltens privater Käufer – Kaufprozess bei privaten Käufern – Konsumentenverhaltens-Theorien und -Modelle – Typen von Kaufentscheidungen – Kaufverhalten von Unternehmen und Non-Business-Organisationen (Buying-Center-Konzept, organisationaler Einkaufsprozess)
Lernergebnisse	Die Studierenden verfügen über ein fundiertes Wissen über die theoretischen Grundlagen zur Erklärung und Prognose von Kaufentscheidungen privater und organisationaler Abnehmer. Sie sind in der Lage, verschiedene Modelle zur Erklärung des Konsumentenverhaltens kritisch miteinander zu vergleichen. Sie können außerdem praktische Empfehlungen für einen Zielführenden Einsatz der Marketingmaßnahmen zur Beeinflussung des Käuferverhaltens geben.
Lernmethoden	Lehrveranstaltung, Gruppenarbeit, Selbststudium
Prüfungstermin	gegen Ende des 2. Sem.
Prüfungsmethoden	Klausur (180 Minuten)
Bewertungsregel	Bei 50% der geforderten Leistung wird die Note 4,0 erreicht.
Literatur	Bänsch, A.: Käuferverhalten, 9. Aufl., München/Wien 2002 Blackwell, R.D./Miniard, P.W./Engel, J.F.: Consumer Behavior, 9. Aufl., Fort Worth u.a. 2001 Kroeber-Riel, W./Weinberg, P.: Konsumentenverhalten, 8. Aufl., München 2003 Kuß, A./Tomczak, T.: Käuferverhalten, 3. Aufl., Stuttgart 2004 Trommsdorff, V.: Konsumentenverhalten, 6. Aufl., Stuttgart 2004
Lehrveranstaltung 2	Marketingforschung
...	...
Lehrveranstaltung 3	Strategisches Dienstleistungsmarketing
...	...

RAHMENSTUDIEN- PLAN IM STUDIEN- GANG BWL-DLM – I

Stand 01.10.2009

Halbjahr	I	II	III	IV	V	VI
A-BWL	A-BWL I Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre Dienstleistung und Produktion	A-BWL II - I Kosten- und Leistungsrechnung	A-BWL III Bilanzierung Unternehmensbesteuerung Investition und Finanzierung	A-BWL IV Organisation und Projektmanagement Personalwirtschaft	A-BWL VI Mitarbeiterführung Unternehmensführung Integrative Managementsysteme	
		A-BWL II - II Marketing			A-BWL V Finanzmanagement Bilanzanalyse Konzernrechnungslegung	
S-BWL I	S-BWL I - I Einführung in das Dienstleistungsmanagement Beratung und Interaktion in Dienstleistungsprozessen	S-BWL I - II Käuferverhalten Marketingforschung Strategisches Dienstleistungsmarketing	S-BWL I - III Operatives Dienstleistungsmarketing Instrumente des Dienstleistungsmanagements	S-BWL I - IV Quantitatives Dienstleistungsmanagement Systeme und branchenspezifische Ansätze des Dienstleistungsmanagements	S-BWL I - V Vertriebs-, Kunden- und Servicemanagement I	S-BWL I - VI Vertriebs-, Kunden- und Servicemanagement II
S-BWL II					S-BWL II - V Marketingforschung und -Controlling I	S-BWL II - VI Marketingforschung und -Controlling II

RAHMENSTUDIEN- PLAN IM STUDIEN- GANG BWL-DLM – II

Stand 01.10.2009

Halbjahr	I	II	III	IV	V	VI
VWL	VWL I		VWL II		VWL III	
	Einführung in die VWL, Mikroökonomie I	Mikroökonomie II	Makroökonomie	Geld und Währung	Wirtschaftspolitik I	Wirtschaftspolitik II, Soziale Sicherung; Verteilungspolitik
RECHT	Recht I		Recht II			
	Einführung in das Rechtssystem, Methodenlehre, BGB Allgemeiner Teil, BGB Schuldrecht Allgemeiner Teil	BGB Schuldrecht Besonderer Teil, BGB Sachenrecht, Zivilprozessrecht	Handelsrecht, Gesellschaftsrecht	Arbeitsrecht, Insolvenzrecht		
FINANZ- BUCH- FÜHRUNG	Technik der Finanzbuchführung					
	Technik der Finanzbuchführung I	Technik der Finanzbuchführung II				
MATHE- MATIK UND STATIS- TIK	Mathematik und Statistik					
	Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler	Statistik				
IT			Informationstechnologie			
			Grundlagen, Informationstechnologie	Kommunikation, Netze		
WISSEN- SCHAFT- LICHES ARBEI- TEN	Wissenschaftliches Arbeiten					
	Einführung in wissenschaftliches Arbeiten	Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten				
AWT	AWT I		AWT II		AWT III	
	Präsentationstechniken MS Office-Übungen	Outdoor-Seminar Modul I: Kommunikation	Etiketteseminar: Job-Knigge	Outdoor-Seminar Modul II: Kooperation	Internationales Marketing und Interkulturelles Management	Outdoor-Seminar Modul III: Selbsterfahrung

RAHMENSTUDIEN- PLAN IM STUDIEN- GANG BWL-DLM - III

Stand 01.10.2009

Halbjahr	I	II	III	IV	V	VI
PROFIL- FACH I	Kommunikationsmanagement I		Kommunikationsmanagement II		Kommunikationsmanagement III	
	Call Center- Management	Eventmarketing	Medien- gestaltung: Web-Design	Werbe- psychologie	Marken- management I	Marken- management II
PROFIL- FACH II	Electronic Marketing I		Electronic Marketing II		Electronic Marketing III	
	E-Commerce/ Online-Marketing	Direkt-Marketing	Datenbank- management	Database Marketing	Data Mining I	Data-Mining II
BACHE- LOR- ARBEIT					Bachelor-Arbeit	
ZUSATZ- FÄCHER	Zusatzfach I	Zusatzfach II	Zusatzfach III	Zusatzfach IV	Zusatzfach V	Zusatzfach VI
	Projektseminar Studentische Unternehmens- beratung: Dienstleistungs- marketing JuniorBerater	Projektseminar Studentische Unternehmens- beratung: Dienstleistungs- marketing JuniorBerater	Projektseminar Studentische Unternehmens- beratung: Dienstleistungs- marketing JuniorBerater	Projektseminar Studentische Unternehmens- beratung: Dienstleistungs- marketing JuniorBerater	Projektseminar Studentische Unternehmens- beratung: Dienstleistungs- marketing JuniorBerater	Projektseminar Studentische Unternehmens- beratung: Dienstleistungs- marketing JuniorBerater
	Spezialthemen zum Dienstleistungs- marketing	Spezialthemen zum Dienstleistungs- marketing	Spezialthemen zum Dienstleistungs- marketing	Spezialthemen zum Dienstleistungs- marketing	Spezialthemen zum Dienstleistungs- marketing	Spezialthemen zum Dienstleistungs- marketing
	Wirtschafts- englisch I	Wirtschafts- englisch II	Wirtschafts- englisch III	Wirtschafts- englisch IV	DGQ-Lehrgang: Qualitäts- management Auditor	DGQ-Lehrgang: Qualitäts- management Auditor
PRAXIS- MODULE	Praxismodul I		Praxismodul II		Praxismodul III	
	Projektarbeit I		Projektarbeit II und Präsentation der Projektarbeit II		Mündliche Bachelorprüfung	

CREDIT-POINTS (ECTS-PUNKTE)

CREDIT-POINTS (LEISTUNGSPUNKTE)

= **quantitatives** Maß für die Gesamtleistung des Studierenden
(Anmerkung: Noten als qualitatives Maß)

BASIS FÜR DIE VERGABE VON CREDIT-POINTS

- Lehrveranstaltungsstunden (Präsenzstudium)
- Zeit für Vor- und Nachbereitung des Lehrstoffes (Selbststudium)
- Prüfungsvorbereitungen und Prüfungszeit
- Bachelor-Arbeit

CREDIT-POINTS (ECTS-PUNKTE)

ECTS-PUNKTE DES BACHELOR DER DUALEN HOCHSCHULE

Bachelor ist mit **210 ECTS-Punkten** ausgestattet

Pro Studienjahr werden im Durchschnitt **70 Credit-Points** vergeben. Davon entfallen jeweils

- **50 Credit-Points** auf die **Theorie** und
- **20 Credit-Points** auf die **Praxis**

STUNDEN-, MODUL- UND CREDIT-POINT- TAFEL (SMCP-TAFEL)

Die Stunden-, Modul- und Credit-Point-Tafel (SMCP-Tafel) zeigt für jedes Studienfach (ABWL, SBWL, etc.)

- die Anzahl der Module,
- den jeweiligen Stundenumfang der Module bzw. der Modulveranstaltungen und
- die Anzahl der zu erreichenden Credit-Points der einzelnen Module

SMCP (STUNDEN, MODUL, CREDIT- POINT) - TAFEL IM STUDIENBEREICH WIRTSCHAFT

Stand 01.10.2008

	1. St.Hj.	2. St.Hj.	3. St.Hj.	4. St.Hj.	5. St.Hj.	6. St.Hj.	Σ
A-BWL (für alle Studiengänge)	43	39 (3)	35	45	36	36	481 (38)
	(5)		30 (8)	(6)	20	24 (8)	
	22	39 (3)	39	33	20 (5)	20	
S-BWL I (studiengang-spezifische BWL)	39	52 (7)	52 (8)	65 (9)	30 (5)	30 (5)	510 (40)
S-BWL II (studiengang-spezifische BWL)	39	39	52	52	30 (5)	30 (5)	120 (10)
VWL	26	26 (4)	26	26 (4)	24	24 (4)	152 (12)
Recht	26	26 (4)	26	26 (4)			104 (8)
Technik der Finanzbuch- führung	39	26 (5)					65 (5)
Mathematik und Statistik	26	39 (5)					65 (5)
Informationstechnologie			26	26 (4)			52 (4)
Wiss. Arbeiten	26	26 (4)					52 (4)
Angewandte Theorie und/oder Sprachen	26	26 (4)	26	26 (4)	24	24 (4)	152 (12)
Profilfach I (bei 1 PF max. 52 Std./St.Hj.)	26	26 (4)	26	26 (4)	24	24 (4)	
Profilfach II (bei 2 PF max. je 26 Std./St.Hj.)	26	26 (4)	26	26 (4)	24	24 (4)	
Bachelor-Arbeit					144 (12)		144 (12)
	650 (50)		611 (47)		636 (53)		1897 (150)
Praxismodule	20 (20)		20 (20)		20 (20)		60 (60)
ECTS-Punkte-Summe							(210)



SMCP (STUNDEN, MODUL, CREDIT- POINT) - TAFEL IM STUDIENGANG DLM

Stand 01.10.2009

	1. Sem.	2. Sem.	3. Sem.	4. Sem.	5. Sem.	6. Sem.	Σ
A-BWL	32 (4)	39 (3)	24 (6)	33 (5)	24	24 (6)	393 (31)
	20	39 (3)	30	32	16 16 16 (4)	24	
S-BWL I	32 (5)	30 (7)	52 (8)	65 (9)	24 (4)	24 (4)	473 (37)
	33	31	52	52	24	24	
S-BWL II					24 (4)	24 (4)	96 (8)
VWL	20	19 (3)	20	19 (3)	16	20 (3)	114 (9)
Recht	20	19 (3)	20	19 (3)			78 (6)
Technik der Finanzbuchführung	26	26 (4)					52 (4)
Mathematik und Statistik	26	26 (4)					52 (4)
Informationstechnologie			20	19 (3)			39 (3)
Wissenschaftliches Arbeiten	26	13 (3)					39 (3)
AWT und/oder Sprachen	26	13 (3)	13	26 (3)	20	16 (3)	114 (9)
Profilfach I	26	26 (4)	26	26 (4)	24	24 (4)	152 (12)
Profilfach II	26	26 (4)	26	26 (4)	24	24 (4)	152 (12)
Bachelorarbeit					144 (12)		144 (12)
		650 (50)		624 (48)		624 (52)	1898 (150)
Zusatzfächer	75	75	75	75	72	70	442
Praxismodule		20 (20)		20 (20)		20 (20)	60 (60)
Stunden-Summe ETCS-Punkte-Summe							2400 (210)

RAHMENSTUDIEN- PLAN MIT MODULEN, STUNDEN UND CREDITS-POINTS IM STUDIENGANG DLM - I

Stand 01.10.2009

Halbjahr	I	II	III	IV	V	VI
A-BWL	A-BWL I Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre [32] Dienstleistung und Produktion [20] 4 Credit Points	A-BWL II - I Kosten- und Leistungsrechnung [39] 3 Credit Points	A-BWL III Bilanzierung [24] Unternehmensbesteuerung [24] Investition und Finanzierung [30] 6 Credit Points	A-BWL IV Organisation und Projektmanagement [33] Personalwirtschaft [32] 5 Credit Points	A-BWL VI Mitarbeiterführung [24] Unternehmensführung [24] Integrative Managementsysteme [24] 6 Credit Points	
		A-BWL II - II Marketing [39] 3 Credit Points			A-BWL V Finanzmanagement [16] Bilanzanalyse [16] Konzernrechnungslegung [16] 4 Credit Points	
S-BWL I	S-BWL I - I Einführung in das Dienstleistungsmanagement [32] Beratung und Interaktion in Dienstleistungsprozessen [33] 5 Credits Points	S-BWL I - II Käuferverhalten [30] Marketingforschung [30] Strategisches Dienstleistungsmarketing [31] 7 Credit Points	S-BWL I - III Operatives Dienstleistungsmarketing [52] Instrumente des Dienstleistungsmanagements [52] 8 Credit Points	S-BWL I - IV Quantitatives Dienstleistungsmanagement [65] Systeme und branchenspezifische Ansätze des Dienstleistungsmanagements [52] 9 Credit Points	S-BWL I - V Vertriebs-, Kunden- und Servicemanagement I [48] 4 Credit Points	S-BWL I - VI Vertriebs-, Kunden- und Servicemanagement II [48] 4 Credit Points
S-BWL II					S-BWL II - V Marketingforschung und -Controlling I [48] 4 Credit Points	S-BWL II - VI Marketingforschung und -Controlling II [48] 4 Credit Points

RAHMENSTUDIEN- PLAN MIT MODULEN, STUNDEN UND CREDITS-POINTS IM STUDIENGANG DLM - II

Stand 01.10.2009

Halbjahr	I	II	III	IV	V	VI
VWL	VWL I		VWL II		VWL III	
	Einführung in die VWL, Mikroökonomie I [20]	Mikroökonomie II [19] 3 Credit Points	Makroökonomie [20]	Geld und Währung [19] 3 Credit Points	Wirtschaftspolitik I [16]	Wirtschaftspolitik II, Soziale Sicherung; Verteilungspolitik [20] 3 Credit Points
RECHT	Recht I		Recht II			
	Einführung in das Rechtssystem, Methodenlehre, BGB Allgemeiner Teil, BGB Schuldrecht Allgemeiner Teil [20]	BGB Schuldrecht Besonderer Teil, BGB Sachenrecht, Zivilprozessrecht [19] 3 Credit Points	Handelsrecht, Gesellschaftsrecht [20]	Arbeitsrecht, Insolvenzrecht [19] 3 Credit Points		
FINANZ- BUCH- FÜHRUNG	Technik der Finanzbuchführung					
	Technik der Finanzbuchführung I [26]	Technik der Finanzbuchführung II [26] 4 Credit Points				
MATHE- MATIK UND STATIS- TIK	Mathematik und Statistik					
	Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler [26]	Statistik [26] 4 Credit Points				
IT			Informationstechnologie			
			Grundlagen, Informationstechnologie [20]	Kommunikation, Netze [19] 3 Credit Points		
WISSEN- SCHAFT- LICHES ARBEI- TEN	Wissenschaftliches Arbeiten					
	Einführung in wissenschaftliches Arbeiten [26]	Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten [13] 3 Credit Points				
AWT	AWT I		AWT II		AWT III	
	Präsentationstechniken [13] MS Office-Übungen [13]	Outdoor-Seminar Modul I: Kommunikation [13] 3 Credit Points	Etiketteseminar: Job-Knigge [13]	Outdoor-Seminar Modul II: Kooperation [26] 3 Credit Points	Internationales Marketing und Interkulturelles Management [20]	Outdoor-Seminar Modul III: Selbsterfahrung [16] 3 Credit Points

RAHMENSTUDIEN- PLAN MIT MODULEN, STUNDEN UND CREDITS-POINTS IM STUDIENGANG DLM – III

Stand 01.10.2009

Halbjahr	I	II	III	IV	V	VI
PROFIL-FACH I	Kommunikationsmanagement I		Kommunikationsmanagement II		Kommunikationsmanagement III	
	Call Center-Management [26]	Eventmarketing [26] 4 Credit Points	Medien-gestaltung: Web-Design [26]	Werbe-psychologie [26] 4 Credit Points	Marken-management I [24]	Marken-management II [24] 4 Credit Points
PROFIL-FACH II	Electronic Marketing I		Electronic Marketing II		Electronic Marketing III	
	E-Commerce/Online-Marketing [26]	Direkt-Marketing [26] 4 Credit Points	Datenbank-management [26]	Database Marketing [26] 4 Credit Points	Data Mining I [24]	Data-Mining II [24] 4 Credit Points
BACHELOR-ARBEIT						Bachelor-Arbeit [144] 12 Credit Points
ZUSATZ-FÄCHER	Zusatzfach I	Zusatzfach II	Zusatzfach III	Zusatzfach IV	Zusatzfach V	Zusatzfach VI
	Projektseminar Studentische Unternehmensberatung: Dienstleistungs-marketing JuniorBerater	Projektseminar Studentische Unternehmensberatung: Dienstleistungs-marketing JuniorBerater	Projektseminar Studentische Unternehmensberatung: Dienstleistungs-marketing JuniorBerater	Projektseminar Studentische Unternehmensberatung: Dienstleistungs-marketing JuniorBerater	Projektseminar Studentische Unternehmensberatung: Dienstleistungs-marketing JuniorBerater	Projektseminar Studentische Unternehmensberatung: Dienstleistungs-marketing JuniorBerater
	Spezialthemen zum Dienstleistungs-marketing	Spezialthemen zum Dienstleistungs-marketing	Spezialthemen zum Dienstleistungs-marketing	Spezialthemen zum Dienstleistungs-marketing	Spezialthemen zum Dienstleistungs-marketing	Spezialthemen zum Dienstleistungs-marketing
	Wirtschafts-englisch I [75]	Wirtschafts-englisch II [75]	Wirtschafts-englisch III [75]	Wirtschafts-englisch IV [75]	DGQ-Lehrgang: Qualitäts-management Auditor [72]	DGQ-Lehrgang: Qualitäts-management Auditor [70]
PRAXIS-MODULE	Praxismodul I		Praxismodul II		Praxismodul III	
	Projektarbeit I und Präsentation der Projektarbeit I [20] 20 Credit Points		Projektarbeit II und Präsentation der Projektarbeit II [20] 20 Credit Points		Mündliche Bachelorprüfung [20] 20 Credit Points	

WORKLOAD (ARBEITSVOLUMEN)

WORKLOAD

= quantitatives Maß für die Leistung der Studierenden

ARBEITSVOLUMEN PRO CREDIT-POINT

Ein Credit-Point entspricht in allen Studienhalbjahren einer **Arbeitsbelastung** des Studierenden im Präsenz- und Selbststudium von **30 Stunden**

Die Vergabe von 70 Credit-Points pro Studienjahr ergibt eine Arbeitsbelastung von **2100 Workload-Stunden** pro Studienjahr (70 Credit-Points x 30 Stunden/Credit-Point) bzw. **1050 Workload-Stunden** pro Studienhalbjahr

WORKLOADFAKTOR ERSTES UND ZWEITES STUDIEN- JAHR

ERSTES UND ZWEITES STUDIENJAHR

Für 13 Lehrveranstaltungsstunden ist ein Credit-Point zu erzielen.

Bei einem **Workload-Faktor** von 2,3 ergibt sich damit pro Credit-Point eine Arbeitsbelastung von $13 \times 2,3 = 30$ Stunden.

Ein Modul hat ein Vielfaches von 13 Stunden und ergibt daraus abgeleitet eine entsprechende Summe an Credit-Points.

WORKLOADFAKTOR DRITTES STUDIENJAHR

DRITTES STUDIENJAHR

Für 12 Lehrveranstaltungsstunden ist ein Credit-Point zu vergeben.

Bei einem **Workload-Faktor** von 2,5 ergibt sich damit pro Credit-Point eine Arbeitsbelastung von $12 \times 2,5 = 30$ Stunden.

Ein Modul hat ein Vielfaches von 12 Stunden und ergibt daraus abgeleitet eine entsprechende Summe an Credit-Points.

WORKLOAD IN DEN THEORIEPHASEN

ARBEITSVOLUMEN IN DEN THEORIEPHASEN

Eine Theoriephase erstreckt sich auf **12 Wochen** mit je fünf bis sechs Studientagen.

Bei **sechs Theoriephasen** ergeben sich **72 Wochen Studienzeit** in den Theoriephasen.

Bei 1754 creditierten Veranstaltungsstunden im Studium ergeben sich durchschnittlich cirka **25 Pflichtenweseheitsstunden pro Woche** (1754 Stunden : 72 Wochen).

Eine Theoriephase umfasst folglich durchschnittlich **300 Pflichtenweseheitsstunden** (25 Stunden pro Woche x 12 Wochen).

WORKLOAD IN DEN THEORIEPHASEN

THEORIE-WORKLOAD IN DER PRAXISPHASE

Von den Workload-Stunden der Theoriephasen werden jeweils cirka **1/5** für den **Transfer** und die **Reflexion** der **Studieninhalte** in die **Praxisphasen** gelegt.

In den **Praxisphasen** müssen die Studierenden neben der betrieblichen Arbeitszeit

- in den ersten beiden Studienjahren 300 Workload-Stunden [entspricht $300 : 2,3 = 130$ Arbeitsstunden] und
- im dritten Studienjahr 360 Workload-Stunden [entspricht $360 : 2,5 = 144$ Arbeitstunden] (Bachelor-Arbeit)

zusätzlich für das Selbststudium aufbringen, um insgesamt den Gesamt-Theorie-Workload zu erreichen.

WORKLOAD UND ETCS-PUNKTE IM STUDIENGANG DLM

1. Studienjahr	Theorie		Hochschulzeit	1200 WL-Std.	50 CP	
			Transfer- und Reflexionszeit	300 WL-Std.		
		Praxis		Praxismodul	600 WL-Std.	20 CP
				weitere Betriebszeit	300 Std.	
2. Studienjahr	Theorie		Hochschulzeit	1140 WL-Std.	48 CP	
			Transfer- und Reflexionszeit	300 WL-Std.		
		Praxis		Praxismodul	600 WL-Std.	20 CP
				weitere Betriebszeit	300 Std.	
3. Studienjahr	Theorie		Hochschulzeit	1200 WL-Std.	40 CP	
			Bachelor-Arbeit	360 WL-Std.	12 CP	
		Praxis		Praxismodul	600 WL-Std.	20 CP
				weitere Betriebszeit	300 Std.	

PRAXISMODULE

CHARAKTERISTIKA

„Praxismodule dienen dem Transfer und der Vertiefung der in den Theoriephasen erlernten Inhalte sowie dem Kennen lernen der Praxislösungen und -abläufe.“

ANZAHL

Drei Praxismodule mit jeweils zwei Praxisphasen

CREDIT-POINTS

20 Credit-Points je Praxismodul ergeben insgesamt 60 Credit-Points für die drei Praxismodule

WORKLOAD

20 Credit-Points x 30 Stunden/Credit-Point ergeben einen Workload von 600 Stunden je Praxismodul und folglich 1800 Stunden für die drei Praxismodule

PRAXISMODULE

PRÜFUNGSLEISTUNGEN

Prüfungsleistung des **ersten Praxismoduls** ist eine **Projektarbeit**

Prüfungsleistungen des **zweiten Praxismoduls** sind eine Projektarbeit und deren **Präsentation** in der begleitenden Lehrveranstaltung, dem Präsentationsseminar

Präsentationsseminar findet am Ende oder kurz nach dem Abschluss des jeweiligen Praxismoduls, das heißt in der zweiten bzw. vierten Praxisphase statt

Prüfungsleistung des **dritten Praxismoduls** ist eine **mündliche Prüfung** vor einer Prüfungskommission

PROJEKTARBEITEN DER PRAXISMODULE EINS UND ZWEI

CHARAKTERISTIKA

Erkenntnisse der jeweiligen Fachwissenschaft (BWL-Dienstleistungsmarketing) sollen auf eine **betriebliche Fragestellung** angewandt werden

Thema der Projektarbeit hat sich an den Lerninhalten des jeweiligen Praxismoduls zu orientieren

Teamarbeiten sind zulässig, unter der Voraussetzung, dass eine konkrete Zuordnung der Textteile auf jeden Autor erfolgt

PROJEKTARBEITEN DER PRAXISMODULE EINS UND ZWEI

ZIELSETZUNG

Studierende sollen zeigen, dass sie betriebliche Prozesse qualifiziert bewerten, verarbeiten und weiterentwickeln können

Zu bearbeitende **betriebliche Frage-/Problemstellung** soll einer **wissenschaftlich fundierten Problemlösung** zugeführt werden

PROJEKTARBEITEN DER PRAXISMODULE EINS UND ZWEI

THEMENFINDUNG

Themenfindung durch die Studierenden in Abstimmung mit der Ausbildungsstätte

ANMELDUNG

Anmeldung des Projektthemas durch die Studierenden beim zuständigen Studiengangsleiter spätestens sechs Wochen vor Abgabetermin

GENEHMIGUNG

Genehmigung oder zeitnahe Ablehnung (14 Tage-Frist) des Projektthemas durch den zuständigen Studiengangsleiter

PROJEKTARBEITEN DER PRAXISMODULE EINS UND ZWEI

UMFANG

Umfang der schriftlichen Ausarbeitung beträgt 20-30
Seiten

ABGABE

Abgabe der Projektarbeiten beim zuständigen Studien-
gangsleiter spätestens 14 Tage vor dem Präsentations-
seminar

PROJEKTARBEITEN DER PRAXISMODULE EINS UND ZWEI

BEARBEITUNG

Bearbeitung umfasst die Vorbereitung und die Anfertigung der Projektarbeit sowie bei der Projektarbeit II die Präsentation der Projektarbeit II in der begleitenden Lehrveranstaltung an der staatlichen Studienakademie

Schriftliche Dokumentation der Projektarbeit muss auf Basis der vom Studiengang vorgegebenen „**Vorschriften zum wissenschaftlichen Arbeiten**“ angefertigt werden

„Analyse und Synthese der inhaltlichen Problematik hat neben den konkreten praktischen Abläufen auch die wissenschaftlichen Erkenntnisse zu berücksichtigen.“

PROJEKTARBEITEN DER PRAXISMODULE EINS UND ZWEI

BETREUUNG

Bei der **Projektarbeit I** liegt die Betreuung der Projektarbeit bei der **Ausbildungsstätte**.

Die **Projektarbeit II** wird durch fachlich und wissenschaftlich ausgewiesene Vertreter der Praxis, Professoren der Dualen Hochschule oder akademische Mitarbeiter anderer Hochschulen betreut.

DAUER DER PRÄSENTATION

Cirka 30 Minuten

PROJEKTARBEITEN DER PRAXISMODULE EINS UND ZWEI

BEWERTUNG

Gegenstand der Bewertung ist bei der Projektarbeit I die schriftliche Ausarbeitung. Die Projektarbeit I wird durch einen fachlich und wissenschaftlich qualifizierten Vertreter des Ausbildungsunternehmens mit „bestanden“ oder „nicht bestanden“ bewertet.

Gegenstand der Bewertung sind bei der Projektarbeit II die schriftliche Ausarbeitung und die Präsentation der Projektarbeit II im Präsentationsseminar. Die schriftliche Ausarbeitung der Projektarbeit II wird durch ein Mitglied des Lehrkörpers der DH mit einer Note bewertet. Die Präsentation der Projektarbeit II im Präsentationsseminar wird von einem Hochschullehrer der Dualen Hochschule und einem Vertreter der beruflichen Praxis mit einer Note bewertet. Die Modulnote ergibt sich als arithmetisches Mittel aus Projektarbeits- und Präsentationsnote.

MÜNDLICHE PRÜFUNG DES DRITTEN PRAXISMODULS

CHARAKTERISTIKA

Mündliche Prüfung vor einer Prüfungskommission aus Vertretern der Dualen Hochschule und der Praxis

Gegenstand der mündlichen Prüfung sind überwiegend die praxisbezogenen Studieninhalte

Neben den fachlichen Qualifikationen sollen auch überfachliche Qualifikationen (z.B. Methodenkompetenz) geprüft werden

Vergabe einer Note durch die Prüfungskommission durch umfassende Wertung und Gewichtung der Einzelleistungen unter Berücksichtigung des Gesamteindrucks

BACHELOR-ARBEIT

ZIELSETZUNG

Bachelor-Arbeit ist eine eigenständige Prüfungsleistung. Sie soll zeigen, dass Studierende in der Lage sind, innerhalb einer vorgegebenen Frist eine praxisbezogene Problemstellung unter Anwendung praxisbezogener Methoden sowie wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden selbstständig zu bearbeiten

THEMA

Thema der Bachelor-Arbeit wird von der Dualen Hochschule „im Benehmen“ mit der Ausbildungsstätte am Ende der fünften oder sechsten Theoriephase vergeben

GUTACHTER

Duale Hochschule benennt ein Mitglied des Lehrkörpers, das die Bachelor-Arbeit als Prüfer betreut und bewertet

BACHELOR-ARBEIT

LAGE

Bachelor-Arbeit wird in der fünften oder sechsten Praxisphase erstellt

BEARBEITUNGSZEIT

Bearbeitungszeit für die Bachelor-Arbeit beträgt drei Monate (12 Wochen)

FREISTELLUNGSZEIT

Studierende sollen während der in der Praxisphase liegenden Bearbeitungszeit mindestens vier Wochen die Möglichkeit haben, schwerpunktmäßig an der Bachelor-Arbeit zu arbeiten

BACHELOR-ARBEIT

UMFANG

Vorgeschriebener Gesamtumfang der Bachelor-Arbeit beträgt 60-80 Seiten. Abweichungen führen zu einem angemessenen Notenabschlag

CREDIT-POINTS

Bachelor-Arbeit ist mit 12 Credit-Points ausgestattet

WORKLOAD

12 Credit-Points ergeben bei 30 Stunden/Credit-Point einen Workload von 360 Stunden

PRÜFUNGS- ORDNUNG

Satzung der Dualen Hochschule Baden-Württemberg über
das Studium und die Prüfungen im Studienbereich
Wirtschaft

Studien- und Prüfungsordnung DHBW Wirtschaft - StuPrO
DHBW Wirtschaft

Amtliche Bekanntmachungen der Dualen Hochschule
Baden-Württemberg

Nr. 4/2009

(18. Mai 2009)

NOTEN

NOTEN

= **qualitatives** Maß für die Leistung der Studierenden

BENOTUNG DER THEORIEMODULE

Alle Module müssen mit mindestens einer Prüfungsleistung abschließen.

Prüfungsleistungen sind Klausuren/Teilklausuren, Testate und/oder mündliche Prüfungen.

Grundsätzlich werden alle Prüfungsleistungen benotet.

Eine Ausnahme bilden die Prüfungsleistungen des Moduls Wissenschaftliches Arbeiten und Wissenschaftstheorie sowie die Module des Studienfachs AWT/Sprachen, die mit „bestanden“ oder „nicht bestanden“ bewertet werden können.

Alle Module müssen bestanden werden.

WIEDERHOLUNG NICHTBESTANDENER THEORIEMODULE

Nicht bestandene Module können **einmal** wiederholt werden.

Wurde nach Ausschöpfung der ersten Wiederholungsprüfungen pro Studienjahr nur ein Modul nicht bestanden, so ist für dieses Modul eine zweite Wiederholungsprüfung möglich. Diese wird als mündliche Prüfung durchgeführt und entscheidet nur noch über die Note „ausreichend“ (4,0) oder „nicht ausreichend“ (5,0).

Die zweite Wiederholungsprüfung führt ein Studiengangsleiter mit mindestens einem Fachdozenten durch .

MODULGESAMTNOTE

Noten aller benoteten Theoriemodule gehen in die so genannte Modulgesamtnote ein

Benotete Praxismodule des zweiten und dritten Studienjahres gehen ebenfalls in die Modulgesamtnote ein

Modulgesamtnote wird als gewichtetes arithmetisches Mittel aus allen eingehenden Modulnoten gebildet. Gewichtungsfaktor ist das Verhältnis der ECTS-Punkte des jeweiligen Moduls zur ECTS-Punkte-Summe aller in die Berechnung eingehenden Module

Nicht benotetes Praxismodul des ersten Studienjahres und nicht benotetes Modul Wissenschaftliches Arbeiten und Wissenschaftstheorie sowie nicht benotete AWT/Sprachen-Theoriemodule gehen nicht in die Modulgesamtnote ein

BACHELOR- GEAMTNOTE

Bachelor-Gesamtnote errechnet sich als gewichtetes Mittel aus der Modulgesamtnote (Gewichtung: 80 %) und der Note der Bachelor-Arbeit (Gewichtung: 20 %)

ECTS-PUNKTE-ZAHL DES BA-BACHELOR

Alle bestandenen Module erbringen, unabhängig von der erzielten Note, die dem Modul zugeordnete ECTS-Punkte-Zahl

Die Theoriemodule sind mit 150 ECTS-Punkten (einschließlich der 12 ECTS-Punkte für die Bachelor-Arbeit) und die Praxismodule mit 60 ECTS-Punkten ausgestattet

BA-Bachelor ist unabhängig von der Bachelor-Gesamtnote generell mit 210 ECTS-Punkten ausgestattet

ECTS- KLASSIFIKATION

Auf Basis der Bachelor-Gesamtnote wird für die erfolgreichen Absolventen eines Studienjahrgangs folgende ECTS-Klassifikation vorgenommen:

- A für die besten 10%
- B für die nächsten 25%
- C für die nächsten 30%
- D für die nächsten 25%
- E für die nächsten 10%

ABSCHLUSS

Bachelor of Arts (B.A.)