

05 / 17

16. Februar 2017

Amtliches Mitteilungsblatt

Seite

**Erste Ordnung zur Änderung der Studien-
und Prüfungsordnung für den Bachelor-
studiengang Betriebswirtschaftslehre**

im Fachbereich Wirtschafts- und Rechtswissen-
schaften

vom 2. November 2016 97

htw

Hochschule für Technik
und Wirtschaft Berlin

University of Applied Sciences

Herausgeber

Die Hochschulleitung der HTW Berlin
Treskowallee 8
10318 Berlin

Redaktion

Rechtsstelle
Tel. +49 30 5019-2813
Fax +49 30 5019-2815

HOCHSCHULE FÜR TECHNIK UND WIRTSCHAFT BERLIN

Erste Ordnung zur Änderung der Studien- und Prüfungsordnung für den Bachelorstudiengang

Betriebswirtschaftslehre

im Fachbereich Wirtschafts- und Rechtswissenschaften vom 2. November 2016

Auf Grund von § 17 Abs. 1 Nr. 1 der Neufassung der Satzung der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin (HTW Berlin) zu Abweichungen von Bestimmungen des Berliner Hochschulgesetzes (AMBl. HTW Berlin Nr. 29/09) in Verbindung mit § 31 des Gesetzes über die Hochschulen im Land Berlin (Berliner Hochschulgesetz - BerlHG) in der Fassung der Bekanntmachung vom 26. Juli 2011 (GVBl. S. 378), zuletzt geändert durch Gesetz vom 9. Mai 2016 (GVBl. S. 226), hat der Fachbereichsrat des Fachbereichs Wirtschafts- und Rechtswissenschaften der HTW Berlin am 2. November 2016 die folgende Erste Ordnung zur Änderung der Studien- und Prüfungsordnung für den Bachelorstudiengang Betriebswirtschaftslehre vom 9. Oktober 2013 (AMBl. HTW Berlin Nr. 03/14) beschlossen¹:

Artikel 1

Nr. 1

Diese Änderungsordnung gilt für alle Studierenden des Bachelorstudiengangs Betriebswirtschaftslehre, die ab dem Sommersemester 2014 immatrikuliert sind.

Nr. 2

§ 10 Modulprüfungen

Abs. 7

Die Aufzählung unter dem Text wird gestrichen und ersetzt durch:

- „- Angewandtes Marketing (SB17)
- Ausgewählte Probleme des Marketing (SB16)
- Seminar zu Dienstleistungsmanagement (SB49).“

Nr. 3

§ 14 Modulgruppen und Modulnoten auf dem Bachelorzeugnis

a) In Abs. 2 wird der sechste Anstrich ersetzt durch:

„- alle Module des Wahlpflichtblocks 5 bilden die Modulgruppe **Vertiefung Produktions- und Logistikmanagement**“.

¹ Bestätigt durch die Hochschulleitung der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin am 16. November 2016.

b) In Abs. 3 (a) wird die Modulbezeichnung „Produktions- und Logistikmanagement“ ersetzt durch „Produktion und Logistik“.

Nr. 4

§ 15 Berechnung des Gesamtprädikates

In Abs. 2 werden in der Tabelle Zeile 7 die Wörter „Produktions- und Logistikmanagement“ ersetzt durch „Produktion und Logistik“.

Nr. 5

Anlage 2

a) In der Tabelle unter dem Text „3. Studienplansemester“ wird die Modulbezeichnung „Produktions- und Logistikmanagement“ ersetzt durch „Produktion und Logistik“.

b) In der Tabelle unter dem Text „5. Studienplansemester“ werden die Zeilen 4, 5 und 6 ersetzt durch:

„SB3a	Wissenschaftliches Arbeiten		SL	3				
SB3b	Employability und Soft Skills		PÜ	2				
	Summen Semester			3,33/2	26"			

c) In der Tabelle unter dem Text „7. Studienplansemester“ wird die Zeile 8 ersetzt durch:

	„Summen gesamt			106,33/34 104,33/36	210 "			
--	-----------------------	--	--	------------------------	-----------------	--	--	--

d) In der Tabelle Wahlpflichtblock 1: Vertiefung Marketing werden die Zeilen 4 und 5 ersetzt durch:

„SB17	Angewandtes Marketing	6	SL	4	1b	-	B6, SB14, SB15
SB16	Ausgewählte Probleme des Marketing	6	S	4	1b	-	B6, SB14, SB15"

e) Im Wahlpflichtblock 3 wird die Zeile 2 ersetzt durch:

„SB22	Management und Organisation	4	SL	4	1b	-	B4, B5, B11"
-------	-----------------------------	---	----	---	----	---	-----------------

Die Zeilen 3 und 4 werden gestrichen.

f) Im Wahlpflichtblock 5 in Zeile 1 werden die Wörter „Operations Management“ ersetzt durch: „Produktions- und Logistikmanagement“.

Nr. 6

Anlage 3

a) Zeile 12 der Tabelle wird ersetzt durch:

„B12	Produktion und Logistik	Production and Logistics	5	1a"	-	-
------	-------------------------	--------------------------	---	-----	---	---

b) Die Zeilen 43 und 44 der Tabelle werden ersetzt durch:

„SB17	Angewandtes Marketing	Applied Marketing	5	1b	-	B6, SB 14, SB 15
SB16	Ausgewählte Probleme des Marketing	Selected Issues in Marketing	5	1b	-	B6, SB 14, SB 15"

c) Zeile 60 der Tabelle wird ersetzt durch:

	„Vertiefung Produktions- und Logistikmanagement	Specialisation: Production Management and Logistics"
--	---	--

Nr. 7

Anlage 4

a) In der Beschreibung des Moduls B12 Produktions- und Logistikmanagement wird in Zeile 1 der Text „Produktions- und Logistikmanagement“ ersetzt durch „Produktion und Logistik“.

b) Die Beschreibungen der Module SB16 Ausgewählte Probleme des Marketing und SB 17 Marketing-Projekt - Applied Marketing werden gestrichen und ersetzt durch:

„Modulbezeichnung	SB16 Ausgewählte Probleme des Marketing
Lernergebnis und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> - sich methodisch und fachlich fundiert mit speziellen Themen des Marketing auseinandersetzen - Komplexität u.a. durch analytisches Denken, sinnvolle Selektion und systematisches Vorgehen bewältigen - selbstständig Literatur- und Quellenrecherchen durchführen - wissenschaftliche Texte zu aktuellen und praxisrelevanten Fragestellungen selbstständig anfertigen und dabei Regeln des wissenschaftlichen Arbeitens einhalten - die Ergebnisse ihrer Arbeit in einem Seminarvortrag anschaulich präsentieren und in einer Fachdiskussion angemessen argumentieren."

„Modulbezeichnung	SB17 Angewandtes Marketing
Lernergebnis und Kompetenzen	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - sind in der Lage, selbständig Probleme des Marketing zu analysieren und Lösungsvorschläge zu erarbeiten - sind in der Lage, selbständig modulübergreifende inhaltliche Zusammenhänge herzustellen - können selbständig Daten beschaffen bzw. durch Einsatz von qualitativen und quantitativen Marktforschungsmethoden erheben und analysieren - können Komplexität durch analytisches Denken, Selektion und systematisches Vorgehen bewältigen - können umfassende Literatur- und Quellenrecherchen durchführen und mit praxisrelevanten Fragestellungen des Marketing verknüpfen - können eine vielschichtige Problemstellung im Marketing erkennen, die Relevanz von Teilaspekten abwägen und selbstständig Lösungen erarbeiten - verfügen über Fähigkeiten zur Problemanalyse und -lösung durch "forschendes Lernen" - sind befähigt, die Ergebnisse ihrer Arbeit zu präsentieren und vor einem Fachpublikum zu verteidigen."

c) In der Zwischenüberschrift Wahlpflichtblock 5: Vertiefung Operations Management werden die Wörter „Operations Management“ ersetzt durch „Produktions- und Logistikmanagement“.

Nr. 8

Anlage 5 Diploma Supplement

a) Unter Punkt 2.2 wird der Text „Operations Management“ ersetzt durch „Produktions- und Logistikmanagement“.

b) Der Text unter Punkt 6.1. Weitere Angaben wird wie folgt neu gefasst:

„Die HTW Berlin hat am 5.5.2014 durch AQAS die Systemakkreditierung erhalten. Damit sind alle Studiengänge der HTW Berlin, die Gegenstand der internen Qualitätssicherung nach den Vorgaben des akkreditierten Systems waren und sind, akkreditiert. Darunter fällt auch der hier vorliegende Studiengang (siehe: www.akkreditierungsrat.de).“

Nr. 9

Anlage 7 Äquivalenztabelle

a) Die Zeile 13 wird ersetzt durch:

B12	Produktions- und Logistikmanagement	5	B12	Produktion und Logistik	5
-----	-------------------------------------	---	-----	-------------------------	---

b) Die Zeile 41 wird ersetzt durch:

SB16	Marketing-Projekt	5	SB17	Angewandtes Marketing	5
------	-------------------	---	------	-----------------------	---

c) Die Zeile 42 wird ersetzt durch:

SB17	Marketing-Seminar	4	SB16	Ausgewählte Probleme des Marketing	5
------	-------------------	---	------	------------------------------------	---

Artikel 2
Inkrafttreten

Diese Ordnung tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung im Amtlichen Mitteilungsblatt der HTW Berlin mit Wirkung vom 1. April 2017 in Kraft.

