

Herausgegeben im Auftrag des Rektors von der Abteilung Hochschulrechtliche, akademische und hochschulpolitische Angelegenheiten, Straße der Nationen 62, 09111 Chemnitz - Postanschrift: 09107 Chemnitz

Nr. 33/2021

5. November 2021

Inhaltsverzeichnis

Studienordnung für den berufsbegleitenden Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.) an der Technischen Universität Chemnitz vom 4. November 2021	Seite 1186
Prüfungsordnung für den berufsbegleitenden Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.) an der Technischen Universität Chemnitz vom 4. November 2021	Seite 1215

Studienordnung für den berufsbegleitenden Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.) an der Technischen Universität Chemnitz Vom 4. November 2021

Aufgrund von §§ 2 Abs. 4 Nr. 5, 7 Abs. 3 Nr. 1 der Ordnung des Zentrums für Wissens- und Technologietransfer der Technischen Universität Chemnitz vom 7. Mai 2014 (Amtliche Bekanntmachungen der Technischen Universität Chemnitz Nr. 16/2014, S. 502) i. V. m. §§ 36 Abs. 1, 92 Abs. 2 Satz 2 des Gesetzes über die Freiheit der Hochschulen im Freistaat Sachsen (Sächsisches Hochschulfreiheitsgesetz - SächsHSFG) in der Fassung der Bekanntmachung vom 15. Januar 2013 (SächsGVBl. S. 3), das zuletzt durch Artikel 2 des Gesetzes vom 30. September 2021 (SächsGVBl. S. 1122, 1123) geändert worden ist, hat der Erweiterte Vorstand des Zentrums für Wissens- und Technologietransfer der Technischen Universität Chemnitz die folgende Studienordnung erlassen:

Inhaltsübersicht

Teil 1: Allgemeine Bestimmungen

- § 1 Geltungsbereich
- § 2 Studienbeginn und Regelstudienzeit
- § 3 Zugangsvoraussetzungen
- § 4 Lehrformen
- § 5 Ziele des Studienganges

Teil 2: Aufbau und Inhalte des Studiums

- § 6 Aufbau des Studiums
- § 7 Inhalte des Studiums

Teil 3: Durchführung des Studiums

- § 8 Studienberatung
- § 9 Prüfungen
- § 10 Selbst-, Fern- und Teilzeitstudium

Teil 4: Schlussbestimmungen**§ 11 Inkrafttreten und Veröffentlichung, Übergangsregelung**

Anlagen: 1 Studienablaufplan
2 Modulbeschreibungen

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird im Folgenden in der Regel das generische Maskulinum verwendet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten selbstverständlich für alle Geschlechter.

**Teil 1
Allgemeine Bestimmungen****§ 1
Geltungsbereich**

Diese Studienordnung regelt auf der Grundlage der jeweils gültigen Prüfungsordnung (§ 9) Ziele, Inhalte, Aufbau, Ablauf und Durchführung des Studienganges Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science am Zentrum für Wissens- und Technologietransfer (ZWT) der Technischen Universität Chemnitz.

**§ 2
Studienbeginn und Regelstudienzeit**

- (1) Studienbeginn ist in der Regel im Wintersemester.
- (2) Der Studiengang hat eine Regelstudienzeit von acht Semestern (vier Jahren). Die Durchführung des Studienganges erfolgt als berufsbegleitender Fernstudiengang. Das Studium umfasst Module im Gesamtumfang von 180 Leistungspunkten (LP). Dies entspricht einem durchschnittlichen Arbeitsaufwand von 4500 Arbeitsstunden.

**§ 3
Zugangsvoraussetzungen**

Zugangsvoraussetzung für den Bachelorstudiengang Event- und Online-Marketing ist die allgemeine Hochschulreife, eine einschlägige fachgebundene Hochschulreife oder eine durch Rechtsvorschrift als gleichwertig anerkannte Hochschulzugangsberechtigung.

**§ 4
Lehrformen**

- (1) Das Studium erfolgt im Fernstudium unter Nutzung von entsprechenden Materialien und mit Unterstützung durch Methoden des E-Learning.
- (2) Lehrformen können sein: die Vorlesung (V), das Seminar (S), die Übung (Ü), das Projekt (PR), das Kolloquium (K), das Tutorium (T), das Praktikum (P), das Planspiel (PS), die Exkursion (E) oder E-Learning-Lehreinheiten (E-L).
- (3) Lehrveranstaltungen werden in Deutsch abgehalten. In den Modulbeschreibungen ist geregelt, welche Lehrveranstaltungen in englischer Sprache abgehalten werden.

**§ 5
Ziele des Studienganges**

Der Bachelorstudiengang Event- und Online-Marketing ist ein anwendungsorientiertes, berufsbegleitendes Studienangebot. Ziel dieses Studienganges ist eine wirtschaftswissenschaftliche Ausbildung, die die Teilnehmer einerseits zu Experten im Bereich Event- und Online-Marketing ausbildet und andererseits die Fähigkeit vermittelt, ein Studium in einem berufsbegleitenden betriebswirtschaftlichen Masterstudiengang im Marketing-Bereich der Technischen Universität Chemnitz aufzunehmen. Absolventen des Bachelorstudienganges Event- und Online-Marketing verfügen über fachwissenschaftliche Grundlagenkenntnisse aus den Bereichen Wirtschaftswissenschaften, einschließlich Wirtschaftsinformatik und -recht sowie darüber hinausgehende Fach- und Methodenkompetenzen des Online-Marketing (Social Media Marketing, Suchmaschinenmarketing, Influencermarketing) und der Live-Kommunikation (Event- und Messemanagement) auf dem aktuellen Stand der Forschung. Ebenfalls sind sie in der Lage, eigenständig Konzepte für Maßnahmen des Online-Marketing und für verschiedene Veranstaltungskonzepte (live / digital / hybrid) zu entwickeln und praktische Fragestellungen mit wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten. Mit den im Studium erworbenen sozialen Kompetenzen sind die Absolventen befähigt, bereichsübergreifend im

Marketing und mit anderen Unternehmensbereichen zusammenzuarbeiten. Der erfolgreiche Abschluss des Bachelorstudiums befähigt zu einem Einsatz in relevanten Aufgabenfeldern von Unternehmen, Agenturen und anderen privaten Einrichtungen, Non-Profit-Organisationen und dem öffentlichen Sektor.

Teil 2 **Aufbau und Inhalte des Studiums**

§ 6 **Aufbau des Studiums**

(1) Im Studium werden 180 LP erworben, die sich wie folgt zusammensetzen:

1. Basismodule: Σ 66 LP

Modul 01: Wissenschaftstheoretische Grundlagen und Sozialkompetenzen	10 LP (Pflichtmodul)
Modul 02: Quantitative Methoden und Wirtschaftsinformatik	8 LP (Pflichtmodul)
Modul 03: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	15 LP (Pflichtmodul)
Modul 04: Grundlagen der Volkswirtschaftslehre	8 LP (Pflichtmodul)
Modul 05: Marketing und Einführung in das Event- und Online-Marketing	15 LP (Pflichtmodul)
Modul 06: Grundlagen des Rechts	10 LP (Pflichtmodul)

2. Berufsfeldmodule: Σ 64 LP

Modul 07: Grundlagen des Berufsfeldes Event- und Online-Marketing	26 LP (Pflichtmodul)
Modul 08: Vertiefung Live-Kommunikation	18 LP (Pflichtmodul)
Modul 09: Vertiefung Online-Kommunikation	20 LP (Pflichtmodul)

3. Ergänzungsmodul:

Modul 10: Berufsfeldprojekt	35 LP (Pflichtmodul)
-----------------------------	----------------------

4. Modul Bachelor-Arbeit:

Modul 11: Bachelor-Arbeit	15 LP (Pflichtmodul)
---------------------------	----------------------

(2) Der empfohlene Ablauf des Studiums im Bachelorstudiengang Event- und Online-Marketing an der Technischen Universität Chemnitz innerhalb der Regelstudienzeit ergibt sich aus der zeitlichen Gliederung im Studienablaufplan (siehe Anlage 1) und dem modularen Aufbau des Studienganges.

§ 7 **Inhalte des Studiums**

(1) Der Bachelorstudiengang vermittelt breites fachbezogenes Grundlagen- und Methodenwissen aus den Bereichen Betriebs- und Volkswirtschaftslehre, Wirtschaftsinformatik und Recht (Module 02 bis 06). Darüber hinaus erwerben die Studenten ein umfangreiches berufsfeldbezogenes Wissen in den Bereichen Event- und Online-Marketing (Module 07 bis 09). Die Vermittlung der wissenschaftstheoretischen Grundlagen und von Schlüsselkompetenzen (Modul 01) ist schließlich unverzichtbarer Bestandteil für jedes akademische Studium. Über das individuelle studienbegleitende Berufsfeldprojekt (Modul 10) findet ein unmittelbarer Wissenstransfer in die Berufspraxis statt. Das wissenschaftlich betreute Projekt kann im Rahmen der Arbeitstätigkeit entwickelt werden. Die erworbenen Fach- und Methodenkompetenzen fließen schließlich in die Bachelorarbeit (Modul 11) ein.

(2) Inhalte, Ziele, Lehrformen, Leistungspunkte, Prüfungen sowie Häufigkeit des Angebots und Dauer der einzelnen Module sind in den Modulbeschreibungen (siehe Anlage 2) festgelegt.

Teil 3 **Durchführung des Studiums**

§ 8 **Studienberatung**

(1) Neben der zentralen Studienberatung an der Technischen Universität Chemnitz findet eine Fachstudienberatung statt. Der Erweiterte Vorstand des Zentrums für Wissens- und Technologietransfer beauftragt einen Fachstudienberater mit der Wahrnehmung dieser Beratungsaufgabe.

(2) Ein Student soll an einer Studienberatung im dritten Fachsemester teilnehmen, wenn er bis zum Beginn des dritten Fachsemesters nicht mindestens einen Leistungsnachweis erbracht hat.

(3) Es wird empfohlen, eine Studienberatung darüber hinaus insbesondere in folgenden Fällen in

Anspruch zu nehmen:

1. vor Beginn des Studiums,
2. nach nicht bestandenen Prüfungen.

§ 9 Prüfungen

Die Regelungen zu Prüfungen sind in der Prüfungsordnung für den berufsbegleitenden Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.) an der Technischen Universität Chemnitz enthalten.

§ 10 Selbst-, Fern- und Teilzeitstudium

(1) Der Studiengang wird im Fernstudium studiert, durch Präsenzveranstaltungen ergänzt und durch Methoden des E-Learning unterstützt. Die Studenten sollen sich auf die Fernstudieninhalte und die zu besuchenden Lehrveranstaltungen vorbereiten und deren Inhalte in selbstständiger Arbeit vertiefen. Die für den erfolgreichen Abschluss des Studiums erforderlichen Kenntnisse und Fähigkeiten werden nicht ausschließlich durch den Besuch von Lehrveranstaltungen erworben, vielmehr sind zusätzliche eigene Studien erforderlich (Selbststudium).

(2) Die Organisation des Studiengangs als Fernstudium mit Präsenzanteilen an der Technischen Universität Chemnitz dient dazu, den Studenten ein berufsbegleitendes Fernstudium zu ermöglichen.

(3) Um den Besonderheiten eines berufsbegleitenden Fernstudienganges Rechnung zu tragen, beträgt die Regelstudienzeit acht Semester. Ein darüber hinausgehendes Teilzeitstudium ist nicht vorgesehen.

Teil 4 Schlussbestimmungen

§ 11 Inkrafttreten und Veröffentlichung, Übergangsregelung

Diese Studienordnung gilt für die ab Wintersemester 2021/2022 Immatrikulierten.

Für Studenten, die ihr Studium vor dem Wintersemester 2021/2022 aufgenommen haben, gilt die Studienordnung für den berufsbegleitenden Fernstudiengang Event- und Messemanagement mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.) an der Technischen Universität Chemnitz vom 11. Juni 2015 (Amtliche Bekanntmachungen der Technischen Universität Chemnitz Nr. 18/2015, S. 678) fort.

Diese Studienordnung tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung in den Amtlichen Bekanntmachungen der Technischen Universität Chemnitz in Kraft.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Erweiterten Vorstandes des Zentrums für Wissens- und Technologietransfer der Technischen Universität Chemnitz vom 14. Oktober 2021 und der Genehmigung durch das Rektorat der Technischen Universität Chemnitz vom 27. Oktober 2021.

Chemnitz, den 4. November 2021

Der Rektor
der Technischen Universität Chemnitz

Prof. Dr. Gerd Strohmeier

Anlage 1: Berufsbegleitender Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)
STUDIENABLAUFPLAN

Module	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester	7. Semester	8. Semester	Arbeitsaufwand Leistungspunkte Gesamt
1. Basismodule:									
Modul 01: Wissenschafts- theoretische Grundlagen und Sozial- kompetenzen	Techniken des wissen- schaftlichen Arbeitens 50 AS 1 LVS (Ü/E-L)	Projektmanage- ment 50 AS 0,5 LVS (V/E-L)							250 AS / 10 LP
	Interkulturelles Training 50 AS 1 LVS (Ü/E-L)	Kommunikation 50 AS 1 LVS (Ü/E-L) PL: Präsentation							
		Interkulturelles Training 50 AS 0,5 LVS (Ü/E-L)							
Modul 02: Quantitative Methoden und Wirtschafts- informatik		Mathematik/ Statistik 50 AS 1 LVS (0,5 V/ 0,5 Ü/E-L)	Marktforschung 75 AS 1 LVS (0,5 V/ 0,5 Ü/E-L)						200 AS / 8 LP
		Wirtschafts- informatik 50 AS 1 LVS (V/E-L) PL: Klausur oder Hausarbeit	PL: Klausur oder Hausarbeit zu Marktforschung und Mathematik/ Statistik						
		Buchführung 25 AS 1 LVS (Ü/E-L)							

Anlage 1: Berufsbegleitender Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)
STUDIENABLAUFPLAN

Module	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester	7. Semester	8. Semester	Arbeitsaufwand Leistungspunkte Gesamt
Modul 03: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	Einführung in die Betriebswirtschaftslehre 75 AS 1 LVS (0,5 V/ 0,5 Ü/E-L) PL: Klausur	Investition/ Finanzierung 75 AS 0,5 LVS (Ü/E-L) PL: Klausur oder Hausarbeit							375 AS / 15 LP
	Personal und Organisation 75 AS 1 LVS (V/E-L) PL: Klausur oder Hausarbeit								
	Kosten- und Leistungsrechnung 75 AS 0,5 LVS (V/E-L)								
	Controlling 75 AS 1 LVS (V/E-L)								
	PL: Klausur oder Hausarbeit zu Controlling und Kosten- und Leistungsrechnung								

Anlage 1: Berufsbegleitender Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)
STUDIENABLAUFPLAN

Module	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester	7. Semester	8. Semester	Arbeitsaufwand Leistungspunkte Gesamt
Modul 04: Grundlagen der Volkswirt- schaftslehre	Einführung in die Volkswirt- schaftslehre 50 AS 1 LVS (V/E-L)	Mikro- und Makroökonomie 75 AS 1 LVS (V/E-L)	Mikro- und Makroökonomie 75 AS 1 LVS (V/E-L) PL: Klausur oder Hausarbeit						200 AS / 8 LP
Modul 05: Marketing und Einführung in das Event- und Online- Marketing			Grundlagen des Marketing 90 AS 1,5 LVS (V/E- L)	Grundlagen des Marketing 85 AS 0,5 LVS (Ü/E- L) PL: Klausur Einführung in die Live- Kommuni- kation 100 AS 1 LVS (0,5 V/ 0,5 Ü/E-L) Einführung in das Online- Marketing 100 AS 1 LVS (0,5 V/ 0,5 Ü/E-L) PL: Hausarbeit zu Einführung					375 AS / 15 LP

Anlage 1: Berufsbegleitender Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)
STUDIENABLAUFPLAN

Module	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester	7. Semester	8. Semester	Arbeitsaufwand Leistungspunkte Gesamt
Modul 06: Grundlagen des Rechts			Bürgerliches Recht/BGB 100 AS 1 LVS (V/E-L) PL: Klausur oder Hausarbeit Arbeitsrecht 50 AS 1 LVS (V/E-L) Gesellschafts- und Handelsrecht 50 AS 1 LVS (V/E-L)	in die Live- Kommuni- kation oder zu Einführung in das Online- Marketing Gesellschafts- und Handelsrecht 50 AS 1 LVS (V/E-L) PL: Klausur oder Hausarbeit					250 AS / 10 LP

Anlage 1: Berufsbegleitender Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)
STUDIENABLAUFPLAN

Module	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester	7. Semester	8. Semester	Arbeitsaufwand Leistungspunkte Gesamt
2. Berufsfeldmodule:									
Modul 07: Grundlagen des Berufsfeldes Event- und Online-Marketing				Datenschutz und Rechtsfragen 150 AS 1,5 LVS (V/E-L)	Überblick über Marketingkon- zeptionen 100 AS 0,5 LVS (V/E-L) PL: Präsentation Event- und Messekonzept- tionen 200 AS 1,5 LVS (1 V/ 0,5 Ü/E-L) PL: Klausur oder Hausarbeit Online- Marketing- Konzeptionen 200 AS 1,5 LVS (1 V/ 0,5 Ü/E-L) PL: Klausur oder Hausarbeit				650 AS / 26 LP
Modul 08: Vertiefung Live- Kommunikation						Event- organisation 200 AS 2 LVS (1 V/1 Ü/E-L) PL: Hausarbeit Messe- organisation			450 AS / 18 LP

Anlage 1: Berufsbegleitender Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)
STUDIENABLAUFPLAN

Module	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester	7. Semester	8. Semester	Arbeitsaufwand Leistungspunkte Gesamt
Modul 09: Vertiefung Online- Kommunikation						200 AS 2 LVS (1 V/1 Ü/E-L) PL: Hausarbeit Kreations- techniken 50 AS 1 LVS (0,5V/0,5Ü/E- L) PL: Präsen- ta- tion	Online- Marketing und CRM 100 AS 1 LVS (V/E-L) Social Media Marketing und Influencer- Einsatz 100 AS 2 LVS (1 V/ 1 Ü/E-L) Online-Werbung, Content- Marketing und Suchmaschinen- Optimierung 100 AS 1 LVS (V/E-L)		500 AS / 20 LP

Anlage 1: Berufsbegleitender Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)
STUDIENABLAUFPLAN

Module	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester	7. Semester	8. Semester	Arbeitsaufwand Leistungspunkte Gesamt
							PL: Klausur oder Hausarbeit zu Social Media Marketing und Influencer- Einsatz und Online- Werbung, Content- Marketing und Suchmaschi- nen- Optimierung Berufsfeld- seminar 200 AS 1 LVS (S/E-L) PL: Seminararbeit		
3. Ergänzungsmodul:									
Modul 10: Berufsfeldprojekt (studienbegleitend 1. bis 7. Semester)	Berufsfeld- projekt 125 AS 0,4 LVS (K/E-L)	Berufsfeld- projekt 125 AS 0,1 LVS (PR/E-L)	Berufsfeld- projekt 125 AS 0,1 LVS (PR/E-L) 2 PL: Projektarbeit, Präsentation		875 AS / 35 LP				

Anlage 1: Berufsbegleitender Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)
STUDIENABLAUFPLAN

Module	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester	7. Semester	8. Semester	Arbeitsaufwand Leistungspunkte Gesamt
4. Modul Bachelor-Arbeit:									
Modul 11: Bachelor-Arbeit								Konsulta- tionen und Kolloquium 375 AS 2 LVS (K/E- L) 2 PL: Bachelor- arbeit, mündliche Prüfung (Kolloquium)	375 AS / 15 LP
Gesamt LVS	6,9 LVS	6,6 LVS	6,6 LVS	5,1 LVS	3,6 LVS	5,1 LVS	5,1 LVS	2 LVS	41 LVS
Gesamt AS	575 AS	550 AS	565 AS	610 AS	625 AS	575 AS	625 AS	375 AS	4500 AS / 180 LP

- PL Prüfungsleistung
- PVL Prüfungsvorleistung
- AS Arbeitsstunden
- LVS Lehrveranstaltungsstunden
- LP Leistungspunkte (1 LP = 25 AS)
- V Vorlesung
- S Seminar
- K Kolloquium
- Ü Übung
- PR Projekt
- PS Planspiel
- ASL Anrechenbare Studienleistung
- E-L E-Learning-Lehreinheiten

Anlage 2: Modulbeschreibung zum berufsbegleitenden Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)
Basismodul

Modulnummer	01
Modulname	Wissenschaftstheoretische Grundlagen und Sozialkompetenzen
Modulverantwortlich	Studiengangsleiter Event- und Online-Marketing
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Es werden Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens vermittelt, u. a. effektives Lernen im berufsbegleitenden Fernstudium, wissenschaftliches Arbeiten im Selbststudium – Material rationell lesen, Texte erschließen, Literatur recherchieren, Fragen stellen -, wirkungsvolle Arbeit in den Präsenzveranstaltungen – Vorbereitung von Veranstaltungen, aktives Zuhören, sinnvolles Mitschreiben, konstruktives Mitarbeiten –, Klausurvorbereitung, Verhalten in schriftlichen und mündlichen Prüfungen, Erstellung von wissenschaftlichen Arbeiten – Hausarbeiten, Projektbelege, Fallstudien und Bachelorarbeit. Weiterhin werden die Grundlagen des Projektmanagements vermittelt sowie die kommunikativen Fähigkeiten zur Präsentation und Moderation trainiert. Schließlich werden interkulturelle Kompetenzen im Geschäftsbereich Messen und internationale Events entwickelt.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Die Studenten eignen sich grundlegende, fachübergreifende, wissenschaftstheoretische sowie individuelle, teamorientierte und interkulturelle Kompetenzen in Deutsch und Business English an. Hierdurch werden die Grundlagen für ein erfolgreiches Studium gelegt und die sozialen Kompetenzen der Studenten erweitert.</p>
Lehrformen	<p>Lehrformen des Moduls sind Vorlesung und Übung.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ü: Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens mit E-Learninglehreinheiten (1 LVS) • Ü: Kommunikation mit E-Learninglehreinheiten (1 LVS) • Ü: Interkulturelles Training mit E-Learninglehreinheiten (1,5 LVS) • V: Projektmanagement mit E-Learninglehreinheiten (0,5 LVS)
Voraussetzungen für die Teilnahme (empfohlene Kenntnisse und Fähigkeiten)	keine
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung ist Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten.
Modulprüfung	<p>Die Modulprüfung besteht aus einer Prüfungsleistung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 15-minütige Präsentation zu Kommunikation
Leistungspunkte und Noten	<p>In dem Modul werden 10 Leistungspunkte erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistung und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.</p>
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studenten von 250 Arbeitsstunden.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf zwei Semester.

Anlage 2: Modulbeschreibung zum berufsbegleitenden Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)
Basismodul

Modulnummer	02
Modulname	Quantitative Methoden und Wirtschaftsinformatik
Modulverantwortlich	Studiengangsleiter Event- und Online-Marketing
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Es werden die Grundlagen der Wirtschaftsinformatik (u. a. Hardware, Software, Systembetrieb, Datenorganisation, Kommunikationssysteme in der Wirtschaft), der Wirtschaftsmathematik (u. a. lineare Gleichungssysteme, Gleichungen und Ungleichungen, Funktionen und Differentialrechnung) und Wirtschaftsstatistik (u. a. Datenerhebung und -aufbereitung, Häufigkeitsverteilung, Mittelwerte, Streuung, Verhältniszahlen, Verteilungsmaße, Regressions- und Korrelationsanalyse, Zeitreihenanalyse und Wahrscheinlichkeitsanalyse) sowie der Marktforschung (u. a. Marktforschungsdesigns, Primär- und Sekundärforschung, qualitative und quantitative Marktforschung, Online Research) behandelt.</p> <p>Weiterhin werden die Grundlagen der Buchführung (u. a. Funktionen des externen Rechnungswesens, Vermögensgegenstände, Abschreibungen, Ertrags- und Aufwandgrößen, Bilanzgliederung, Durchführung von Buchungen und die Organisation der Buchführung, die Buchungstechnik) sowie die Grundlagen des Jahresabschlusses vermittelt.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Die Studenten erwerben die Fähigkeiten zur methodischen Bearbeitung von Fragestellungen aus Wirtschaftsinformatik, Mathematik, Statistik, Marktforschung und buchhalterischer Abrechnung in der Wirtschaft.</p>
Lehrformen	<p>Lehrformen des Moduls sind Vorlesung und Übung.</p> <ul style="list-style-type: none"> • V: Wirtschaftsinformatik mit E-Learninglehreinheiten (1 LVS) • V: Mathematik/Statistik mit E-Learninglehreinheiten (0,5 LVS) • V: Marktforschung mit E-Learninglehreinheiten (0,5 LVS) • Ü: Mathematik/Statistik mit E-Learninglehreinheiten (0,5 LVS) • Ü: Buchführung mit E-Learninglehreinheiten (1 LVS) • Ü: Marktforschung mit E-Learninglehreinheiten (0,5 LVS)
Voraussetzungen für die Teilnahme (empfohlene Kenntnisse und Fähigkeiten)	keine
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung ist Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten.
Modulprüfung	<p>Die Modulprüfung besteht aus zwei Prüfungsleistungen. Im Einzelnen sind folgende Prüfungsleistungen zu erbringen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 60-minütige Klausur zu Wirtschaftsinformatik oder Hausarbeit zu Wirtschaftsinformatik (Umfang: 10 bis 15 Seiten, Bearbeitungszeit: 6 Wochen) • 90-minütige Klausur zu Marktforschung und Mathematik/Statistik oder Hausarbeit (Umfang: 10 bis 15 Seiten, Bearbeitungszeit: 6 Wochen) zu Marktforschung und Mathematik/Statistik

Anlage 2: Modulbeschreibung zum berufsbegleitenden Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)

Leistungspunkte und Noten	In dem Modul werden 8 Leistungspunkte erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistungen und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt. Prüfungsleistungen: <ul style="list-style-type: none">• Klausur zu Wirtschaftsinformatik oder Hausarbeit zu Wirtschaftsinformatik, Gewichtung 1• Klausur zu Marktforschung und Mathematik/Statistik oder Hausarbeit zu Marktforschung und Mathematik/Statistik, Gewichtung 1
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studenten von 200 Arbeitsstunden.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf zwei Semester.

Anlage 2: Modulbeschreibung zum berufsbegleitenden Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)
Basismodul

Modulnummer	03
Modulname	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre
Modulverantwortlich	Studiengangsleiter Event- und Online-Marketing
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> In der Einführung werden die Betriebswirtschaftslehre als wissenschaftliche Fachdisziplin, die betriebswirtschaftlichen Grundbegriffe, der Betrieb als Gegenstand der Betriebswirtschaftslehre und die betrieblichen Entscheidungsprozesse vermittelt. Entsprechend des Berufsfeldes Event- und Online-Marketing werden die betriebswirtschaftlichen Teilgebiete Kosten- und Leistungsrechnung (u. a. Grundbegriffe, Kostendynamik, Grundzüge der Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung, verschiedene Kostenrechnungssysteme im Überblick), Investition und Finanzierung (u. a. Grundlagen der Investitionsplanung und -rechnung, Finanzplanung, Innen- und Außenfinanzierung), Controlling (u. a. Planungsarten, Controlling als Managementfunktion, Methoden des strategischen und operativen Controlling) sowie Personal und Organisation (u. a. Personalwirtschaft, Personalführung, Organisationsstrukturen, Prinzipien der Aufbau- und Ablauforganisation) vertiefend behandelt.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Die Studenten erlangen Kenntnisse über betriebswirtschaftliche Begriffe, Konzepte und Methoden und beherrschen diese sicher. Die Studenten erwerben darüber hinaus die Fähigkeit, betriebswirtschaftliche Zusammenhänge zu verstehen und das erlangte Wissen auf praktische Fragestellungen anzuwenden.</p>
Lehrformen	<p>Lehrformen des Moduls sind Vorlesung und Übung.</p> <ul style="list-style-type: none"> • V: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre mit E-Learninglehreinheiten (0,5 LVS) • V: Kosten- und Leistungsrechnung mit E-Learninglehreinheiten (0,5 LVS) • V: Controlling mit E-Learninglehreinheiten (1 LVS) • V: Personal und Organisation mit E-Learninglehreinheiten (1 LVS) • Ü: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre mit E-Learninglehreinheiten (0,5 LVS) • Ü: Investition/Finanzierung mit E-Learninglehreinheiten (0,5 LVS)
Voraussetzungen für die Teilnahme (empfohlene Kenntnisse und Fähigkeiten)	keine
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung ist Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten.

Anlage 2: Modulbeschreibung zum berufsbegleitenden Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)

Modulprüfung	<p>Die Modulprüfung besteht aus vier Prüfungsleistungen. Im Einzelnen sind folgende Prüfungsleistungen zu erbringen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 60-minütige Klausur zu Einführung in die Betriebswirtschaftslehre • 90-minütige Klausur zu Kosten- und Leistungsrechnung und Controlling oder Hausarbeit zu Kosten- und Leistungsrechnung und Controlling (Umfang: 10 bis 15 Seiten, Bearbeitungszeit: 6 Wochen) • 60-minütige Klausur zu Personal und Organisation oder Hausarbeit zu Personal und Organisation (Umfang: 10 bis 15 Seiten, Bearbeitungszeit: 6 Wochen) • 60-minütige Klausur zu Investition/Finanzierung oder Hausarbeit zu Investition/Finanzierung (Umfang: 10 bis 15 Seiten, Bearbeitungszeit: 6 Wochen)
Leistungspunkte und Noten	<p>In dem Modul werden 15 Leistungspunkte erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistungen und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt. Prüfungsleistungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Klausur zu Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Gewichtung 1 • Klausur zu Kosten- und Leistungsrechnung und Controlling oder Hausarbeit zu Kosten- und Leistungsrechnung und Controlling, Gewichtung 2 • Klausur zu Personal und Organisation oder Hausarbeit zu Personal und Organisation, Gewichtung 1 • Klausur zu Investition/Finanzierung oder Hausarbeit zu Investition/Finanzierung, Gewichtung 1
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studenten von 375 Arbeitsstunden.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf zwei Semester.

Anlage 2: Modulbeschreibung zum berufsbegleitenden Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)
Basismodul

Modulnummer	04
Modulname	Grundlagen der Volkswirtschaftslehre
Modulverantwortlich	Studiengangsleiter Event- und Online-Marketing
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Nach einer Einführung in die Volkswirtschaftslehre werden im Bereich Mikroökonomie vor allem Haushaltstheorie, Preisbildung und Marktprozesse sowie die Preisbildung bei verschiedenen Marktformen vermittelt.</p> <p>Die Makroökonomie legt einen ersten Schwerpunkt bei der Kreislauftheorie, der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung, der Messung von Preisniveau und Preisentwicklung, den Arbeitsmärkten und der Arbeitsmarktentwicklung, dem Wirtschaftswachstum und Konjunkturindikatoren sowie bei Grundbegriffen der Zahlungsbilanz.</p> <p>In einem zweiten Schwerpunkt der Makroökonomie werden vor allem Fragen von Einkommen und Beschäftigung vertieft. Neben den wichtigsten Lehrmeinungen werden u. a. die Arbeitsmarkttheorien, die Güter- und Geldmarktanalyse, das Gleichgewicht auf Güter-, Geld- und Arbeitsmarkt sowie Ansatzpunkte der Stabilitätspolitik vertieft.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Die Studenten sind befähigt, sicher mit mikro- und makroökonomischen Grundbegriffen umzugehen und besitzen volkswirtschaftliches Grundlagenwissen. Das Problembewusstsein der Studenten für gesellschaftliche Probleme und Zusammenhänge wird geschärft und die Kritikfähigkeit wird gesteigert.</p>
Lehrformen	<p>Lehrform des Moduls ist die Vorlesung.</p> <ul style="list-style-type: none"> • V: Einführung in die Volkswirtschaftslehre mit E-Learninglehreinheiten (1 LVS) • V: Mikro- und Makroökonomie mit E-Learninglehreinheiten (2 LVS)
Voraussetzungen für die Teilnahme (empfohlene Kenntnisse und Fähigkeiten)	keine
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung ist Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten.
Modulprüfung	<p>Die Modulprüfung besteht aus einer Prüfungsleistung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 90-minütige Klausur zu Grundlagen der Volkswirtschaftslehre oder Hausarbeit zu Grundlagen der Volkswirtschaftslehre (Umfang: 10 bis 15 Seiten, Bearbeitungszeit: 6 Wochen)
Leistungspunkte und Noten	<p>In dem Modul werden 8 Leistungspunkte erworben.</p> <p>Die Bewertung der Prüfungsleistung und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.</p>
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studenten von 200 Arbeitsstunden.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf drei Semester.

Anlage 2: Modulbeschreibung zum berufsbegleitenden Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)
Basismodul

Modulnummer	05
Modulname	Marketing und Einführung in das Event- und Online-Marketing
Modulverantwortlich	Studiengangsleiter Event- und Online-Marketing
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> In den Grundlagen werden die Marketingbegriffe und die Ansätze der Marketingtheorie vermittelt. Marketing wird als Managementkonzept in die Wertschöpfungskette eingeordnet. Vertieft werden u. a. die verhaltenswissenschaftliche Erklärung des Käuferverhaltens, die Markenpolitik, Produkt- und Programmpolitik, die Servicepolitik, die Kommunikationspolitik, die Vertriebspolitik, die Preis- und Konditionenpolitik sowie die Marketingstrategien im nationalen und internationalen Kontext. In der Einführung in die Live-Kommunikation wird ein umfassender Überblick über die Live-Kommunikationsbereiche Event und Messe aus wissenschaftlicher, managementorientierter und praxisorientierter Perspektive vermittelt. In der Einführung in das Online-Marketing wird ein umfassender Überblick über die Nutzung von Online-Kommunikation im Marketing aus wissenschaftlicher, managementorientierter und praxisorientierter Perspektive vermittelt.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Die Studenten sollen die Begriffe, Konzepte und Methoden des Marketing sicher beherrschen, Zusammenhänge im Marketing aus Käufersicht und Managementsicht verstehen und das Wissen auf praktische Fragestellungen im Marketing anwenden. Darüber hinaus sollen sie einen umfassenden, wissenschaftlich fundierten Überblick über das Event- und Messemarketing und das Onlinemarketing erhalten.</p>
Lehrformen	<p>Lehrformen des Moduls sind Vorlesung und Übung.</p> <ul style="list-style-type: none"> • V: Grundlagen des Marketing mit E-Learninglehreinheiten (1,5 LVS) • V: Einführung in die Live-Kommunikation mit E-Learninglehreinheiten (0,5 LVS) • V: Einführung in das Online-Marketing mit E-Learninglehreinheiten (0,5 LVS) • Ü: Grundlagen des Marketing mit E-Learninglehreinheiten (0,5 LVS) • Ü: Einführung in die Live-Kommunikation mit E-Learninglehreinheiten (0,5 LVS) • Ü: Einführung in das Online-Marketing mit E-Learninglehreinheiten (0,5 LVS)
Voraussetzungen für die Teilnahme (empfohlene Kenntnisse und Fähigkeiten)	keine
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung ist Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten.

Anlage 2: Modulbeschreibung zum berufsbegleitenden Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)

Modulprüfung	Die Modulprüfung besteht aus zwei Prüfungsleistungen. Im Einzelnen sind folgende Prüfungsleistungen zu erbringen: <ul style="list-style-type: none">• 90-minütige Klausur zu Grundlagen des Marketing• Hausarbeit zu Einführung in die Live-Kommunikation (Umfang: 10 bis 15 Seiten, Bearbeitungszeit: 6 Wochen) oder Hausarbeit zu Einführung in das Online-Marketing (Umfang: 10 bis 15 Seiten, Bearbeitungszeit: 6 Wochen)
Leistungspunkte und Noten	In dem Modul werden 15 Leistungspunkte erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistungen und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt. Prüfungsleistungen: <ul style="list-style-type: none">• Klausur zu Grundlagen des Marketing, Gewichtung 1• Hausarbeit zu Einführung in die Live-Kommunikation oder Hausarbeit zu Einführung in das Online-Marketing, Gewichtung 1
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studenten von 375 Arbeitsstunden.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf zwei Semester.

Anlage 2: Modulbeschreibung zum berufsbegleitenden Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)
Basismodul

Modulnummer	06
Modulname	Grundlagen des Rechts
Modulverantwortlich	Studiengangsleiter Event- und Online-Marketing
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Nach einer Einführung in Methode und Aufbau der Rechtswissenschaft werden im Bürgerlichen Recht Grundbegriffe wie Rechtssubjekte, Rechtsobjekte, subjektive Rechte, rechtsgeschäftliches Handeln und Vertrag sowie Schuldrecht und Schadensrecht behandelt. Vertieft werden die Bereiche Gesellschaftsrecht, Handelsrecht und Arbeitsrecht.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Die Studenten erlangen grundlegende Kenntnisse im Privatrecht/BGB, im Handels- und Gesellschaftsrecht sowie im Arbeitsrecht. Vertrags-, handels- und gesellschaftsrechtliche sowie arbeitsrechtliche Problemstellungen im wirtschaftlichen Kontext sollen eigenständig erkannt und beurteilt werden. Dadurch wird eine Qualifizierung für Managementaufgaben an der Schnittstelle von juristischen und ökonomischen Funktionen im Event- und Messebereich erreicht.</p>
Lehrformen	<p>Lehrform des Moduls ist die Vorlesung.</p> <ul style="list-style-type: none"> • V: Bürgerliches Recht/BGB mit E-Learninglehreinheiten (1 LVS) • V: Gesellschafts- und Handelsrecht mit E-Learninglehreinheiten (2 LVS) • V: Arbeitsrecht mit E-Learninglehreinheiten (1 LVS)
Voraussetzungen für die Teilnahme (empfohlene Kenntnisse und Fähigkeiten)	keine
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung ist Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten.
Modulprüfung	<p>Die Modulprüfung besteht aus zwei Prüfungsleistungen. Im Einzelnen sind folgende Prüfungsleistungen zu erbringen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 60-minütige Klausur zu Bürgerliches Recht/BGB oder Hausarbeit zu Bürgerliches Recht/BGB (Umfang: 8 bis 10 Seiten, Bearbeitungszeit: 6 Wochen) • 90-minütige Klausur zu Gesellschafts- und Handelsrecht oder Hausarbeit zu Gesellschafts- und Handelsrecht (Umfang: 10 bis 15 Seiten, Bearbeitungszeit: 6 Wochen)
Leistungspunkte und Noten	<p>In dem Modul werden 10 Leistungspunkte erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistungen und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt. Prüfungsleistungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Klausur zu Bürgerliches Recht/BGB oder Hausarbeit zu Bürgerliches Recht/BGB, Gewichtung 1 • Klausur zu Gesellschafts- und Handelsrecht oder Hausarbeit zu Gesellschafts- und Handelsrecht, Gewichtung 1
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studenten von 250 Arbeitsstunden.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf zwei Semester.

Anlage 2: Modulbeschreibung zum berufsbegleitenden Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)
Berufsfeldmodul

Modulnummer	07
Modulname	Grundlagen des Berufsfeldes Event- und Online-Marketing
Modulverantwortlich	Studiengangsleiter Event- und Online-Marketing
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Es wird ein Überblick über die Erarbeitung von Marketingkonzeptionen (u. a. die Situations- und Zielgruppenanalyse, die strategische und operative Planung inkl. der Budgetierung) aus managementorientierter Perspektive vermittelt. Vertieft werden die Vorgehensweise bei der Entwicklung von Event- und Messekonzeptionen aus Perspektive der verschiedenen Akteure (Eventveranstalter und Agenturen sowie Messegesellschaften, Aussteller und Messebauer) sowie die Vorgehensweise bei der Entwicklung von Online-Marketing- Konzeptionen mit dem Schwerpunkt soziale Medien. Weiterhin werden Fragen des Datenschutzes und weitere Rechtsfragen im Online-Marketing und der Live-Kommunikation vermittelt.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Die Studenten werden befähigt, die Vorgehensweise zur Entwicklung von Konzeptionen für das Marketing und insbesondere in den Teilbereichen der Event- und Messekonzeption sowie Online-Marketing-Konzeption zu verstehen und sind in der Lage, praxisbezogene Konzepte eigenständig zu entwickeln sowie Rechtsfragen im Berufsfeldkontext zu erfassen.</p>
Lehrformen	<p>Lehrformen des Moduls sind Vorlesung und Übung.</p> <ul style="list-style-type: none"> • V: Überblick über Marketingkonzeptionen mit E-Learninglehr-einheiten (0,5 LVS) • V: Event- und Messekonzeptionen mit E-Learninglehreinheiten (1 LVS) • V: Online-Marketing-Konzeptionen mit E-Learninglehreinheiten (1 LVS) • V: Datenschutz und Rechtsfragen mit E-Learninglehreinheiten (1,5 LVS) • Ü: Event- und Messekonzeptionen mit E-Learninglehreinheiten (0,5 LVS) • Ü: Online-Marketing-Konzeptionen mit E-Learninglehreinheiten (0,5 LVS)
Voraussetzungen für die Teilnahme (empfohlene Kenntnisse und Fähigkeiten)	keine
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung ist Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten.

Anlage 2: Modulbeschreibung zum berufsbegleitenden Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)

Modulprüfung	Die Modulprüfung besteht aus drei Prüfungsleistungen. Im Einzelnen sind folgende Prüfungsleistungen zu erbringen: <ul style="list-style-type: none">• 15-minütige Präsentation zu Überblick über Marketingkonzeptionen• 90-minütige Klausur zu Event- und Messekonzeptionen oder Hausarbeit (Umfang: 10 bis 15 Seiten, Bearbeitungszeit: 6 Wochen) zu Event- und Messekonzeptionen• 90-minütige Klausur zu Online-Marketing-Konzeptionen oder Hausarbeit (Umfang: 10 bis 15 Seiten, Bearbeitungszeit: 6 Wochen) zu Online-Marketing-Konzeptionen
Leistungspunkte und Noten	In dem Modul werden 26 Leistungspunkte erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistungen und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt. Prüfungsleistungen: <ul style="list-style-type: none">• Präsentation zu Überblick über Marketingkonzeptionen, Gewichtung 0,5• Klausur zu Event- und Messekonzeptionen oder Hausarbeit zu Event- oder Messekonzeptionen, Gewichtung 2• Klausur zu Online-Marketing-Konzeptionen oder Hausarbeit zu Online-Marketing-Konzeptionen, Gewichtung 2
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studenten von 650 Arbeitsstunden.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf zwei Semester.

Anlage 2: Modulbeschreibung zum berufsbegleitenden Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)
Berufsfeldmodul

Modulnummer	08
Modulname	Vertiefung Live-Kommunikation
Modulverantwortlich	Studiengangsleiter Event- und Online-Marketing
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Vertiefend behandelt werden die operativen Inhalte und Methoden der Eventorganisation (u.a. reale, hybride und digitale Events als Projekt, Kreativität, Locationauswahl, Internationalisierung von Events, Qualitätsmanagement und Zertifizierung) und der Messeorganisation (u. a. reale, hybride und digitale Messen bzw. Messeauftritte als Projekt, Messeselektion und Standortwahl, Messe-PR, Besucher- und Standpersonalmanagement, Qualitätsmanagement und Zertifizierung). Weiterhin ist die Koordination der Eventdienstleister (z.B. Catering, Hospitality, Teilnehmer-, Personal- und Künstlermanagement, Hygiene und Security) und die Koordination der Zusammenarbeit mit Messegesellschaften und Messedienstleistern Gegenstand des Moduls. Mittels Rollenspielen, Gruppenarbeit und Fallbeispielen werden Fertigkeiten des Event- bzw. Messemanagers trainiert.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Die Studenten lernen die zentralen Inhalte und Methoden der Event- und Messeorganisation anwendungsorientiert kennen und sind in der Lage, eigenständig Events und Messen bzw. Messeauftritte zu organisieren.</p>
Lehrformen	<p>Lehrformen des Moduls sind Vorlesung und Übung.</p> <ul style="list-style-type: none"> • V: Eventorganisation mit E-Learninglehreinheiten (1 LVS) • V: Messeorganisation mit E-Learninglehreinheiten (1 LVS) • Ü: Eventorganisation mit E-Learninglehreinheiten (1 LVS) • Ü: Messeorganisation mit E-Learninglehreinheiten 1 LVS) • V: Kreationstechniken mit E-Learninglehreinheiten (0,5 LVS) • Ü: Kreationstechniken mit E-Learninglehreinheiten (0,5 LVS)
Voraussetzungen für die Teilnahme (empfohlene Kenntnisse und Fähigkeiten)	keine
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung ist Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten.
Modulprüfung	<p>Die Modulprüfung besteht aus drei Prüfungsleistungen. Im Einzelnen sind folgende Prüfungsleistungen zu erbringen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hausarbeit zu Eventorganisation (Umfang: 15 bis 20 Seiten, Bearbeitungszeit: 8 Wochen) • Hausarbeit zu Messeorganisation (Umfang: 15 bis 20 Seiten, Bearbeitungszeit: 8 Wochen) • 15-minütige Präsentation zu Kreationstechniken

Anlage 2: Modulbeschreibung zum berufsbegleitenden Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)

Leistungspunkte und Noten	In dem Modul werden 18 Leistungspunkte erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistungen und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt. Prüfungsleistungen: <ul style="list-style-type: none">• Hausarbeit zu Eventorganisation, Gewichtung 2• Hausarbeit zu Messeorganisation, Gewichtung 2• Präsentation zu Kreationstechniken, Gewichtung 0,5
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studenten von 450 Arbeitsstunden.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf ein Semester.

Anlage 2: Modulbeschreibung zum berufsbegleitenden Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)

Berufsfeldmodul

Modulnummer	09
Modulname	Vertiefung Online-Kommunikation
Modulverantwortlich	Studiengangsleiter Event- und Online-Marketing
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> In diesem Modul wird der Einsatz von Instrumenten des Online-Marketing für das digitale Marketingmanagement, das Customer Journey Management und das CRM vertiefend behandelt. Schwerpunkte bilden Social Media Marketing, Content-Marketing, Online-Werbung, Suchmaschinenoptimierung und der Einsatz von Influencern. Weiterhin wird ein Berufsfeldseminar durchgeführt.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Die Studenten sollen zu ausgewählten Gebieten des Online-Marketing ein vertieftes Wissen erwerben und in der Lage sein, dieses Wissen problemorientiert anzuwenden. Im Berufsfeldseminar soll die Befähigung zur wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit Fragestellungen im Berufsfeld nachgewiesen werden.</p>
Lehrformen	<p>Lehrformen des Moduls sind Vorlesung, Übung und Seminar.</p> <ul style="list-style-type: none"> • V: Online-Marketing und CRM mit E-Learninglehreinheiten (1 LVS) • V: Social Media Marketing und Influencer-Einsatz mit E-Learninglehreinheiten (1 LVS) • V: Online-Werbung, Content-Marketing und Suchmaschinen-Optimierung mit E-Learninglehreinheiten (1 LVS) • Ü: Social Media Marketing und Influencer-Einsatz mit E-Learninglehreinheiten (1 LVS) • S: Berufsfeldseminar mit E-Learninglehreinheiten (1 LVS)
Voraussetzungen für die Teilnahme (empfohlene Kenntnisse und Fähigkeiten)	keine
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung ist Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten.
Modulprüfung	<p>Die Modulprüfung besteht aus zwei Prüfungsleistungen. Im Einzelnen sind folgende Prüfungsleistungen zu erbringen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 60-minütige Klausur zu Social Media Marketing und Influencer-Einsatz und Online-Werbung, Content-Marketing und Suchmaschinen-Optimierung oder Hausarbeit zu Social Media Marketing und Influencer-Einsatz und Online-Werbung, Content-Marketing und Suchmaschinen-Optimierung (Umfang: 8 bis 10 Seiten, Bearbeitungszeit: 6 Wochen) • Seminararbeit zu Berufsfeldseminar (Umfang: 15 bis 20 Seiten, Bearbeitungszeit: 8 Wochen)

Anlage 2: Modulbeschreibung zum berufsbegleitenden Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)

Leistungspunkte und Noten	<p>In dem Modul werden 20 Leistungspunkte erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistungen und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt. Prüfungsleistungen:</p> <ul style="list-style-type: none">• Klausur zu Social Media Marketing und Influencer-Einsatz und Online-Werbung, Content-Marketing und Suchmaschinen-Optimierung oder Hausarbeit zu Social Media Marketing und Influencer-Einsatz und Online-Werbung, Content-Marketing und Suchmaschinen-Optimierung, Gewichtung 1• Seminararbeit zu Berufsfeldseminar, Gewichtung 2
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studenten von 500 Arbeitsstunden.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf ein Semester.

Anlage 2: Modulbeschreibung zum berufsbegleitenden Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)
Ergänzungsmodul

Modulnummer	10
Modulname	Berufsfeldprojekt
Modulverantwortlich	Studiengangsleiter Event- und Online-Marketing
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Parallel zum Studium soll das erworbene Wissen auf ein reales Event- oder Messeprojekt bzw. ein Online-Marketing-Projekt aus einem ausgewählten Unternehmen bzw. einer Agentur angewendet werden. Grundlage für die Projektarbeit sind die Inhalte der bis zum Präsentationstermin absolvierten Module, die Diskussion der Aufgabenstellung der Projektarbeit in der Gruppe (Projektkolloquium), die Diskussion des Projektfortschrittes außerhalb der Präsenzphasen im virtuellen Klassenzimmer und Projektbesprechungen mit Dozenten bzw. dem Fachstudienberater.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Am Beispiel eines realen Event- bzw. Messeprojektes oder Online-Marketing-Projektes lernt der Student Schritt für Schritt mit der Teilnahme an den fachspezifischen Modulen, deren Inhalte und Methoden auf eine komplexe Aufgabe des Event- bzw. Online-Marketing anzuwenden.</p>
Lehrformen	<p>Lehrformen des Moduls sind Projekt und Kolloquium.</p> <ul style="list-style-type: none"> • PR: Berufsfeldprojekt mit E-Learninglehreinheiten (0,5 LVS) • K: Berufsfeldprojekt mit E-Learninglehreinheiten (0,5 LVS)
Voraussetzungen für die Teilnahme (empfohlene Kenntnisse und Fähigkeiten)	keine
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung ist Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten.
Modulprüfung	<p>Die Modulprüfung besteht aus zwei Prüfungsleistungen. Im Einzelnen sind folgende Prüfungsleistungen zu erbringen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Projektarbeit (Umfang: 30 bis 40 Seiten, Bearbeitungszeit: 30 Wochen) • 15-minütige Präsentation zur Projektarbeit
Leistungspunkte und Noten	<p>In dem Modul werden 35 Leistungspunkte erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistungen und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.</p> <p>Prüfungsleistungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Projektarbeit, Gewichtung 4 • Präsentation zur Projektarbeit, Gewichtung 1
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studenten von 875 Arbeitsstunden.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul studienbegleitend auf sieben Semester.

Anlage 2: Modulbeschreibung zum berufsbegleitenden Fernstudiengang Event- und Online-Marketing mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)
Modul Bachelor-Arbeit

Modulnummer	11
Modulname	Bachelor-Arbeit
Modulverantwortlich	Studiengangsleiter Event- und Online-Marketing
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Die Bachelorarbeit soll zum Themenbereich des Event- und Online-Marketings geschrieben werden und Fragestellungen aus diesem Bereich aufgreifen, die theoriegeleitet bearbeitet werden. Relevante Themenfelder umfassen das Marketing, die Kommunikation, die Organisation, das Controlling, den Personal- oder Technikeinsatz, die Internationalisierung oder das Veranstaltungsrecht.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Im Modul Bachelor-Arbeit weisen die Studenten ihr im Studium erworbenes Wissen und ihre Befähigung zur wissenschaftlichen Analyse eines praktischen Problems nach. Dies betrifft sowohl die Fähigkeit zur Aufarbeitung des bekannten theoretischen und praktischen Wissens zum Untersuchungsobjekt und/oder die empirische Analyse des Problems in einem konkreten Praxisfeld unter Nutzung angemessener Methoden sowie die Entwicklung von Handlungsempfehlungen und Lösungsvorschlägen für das untersuchte Problem.</p>
Lehrformen	<p>Lehrform des Moduls ist das Kolloquium.</p> <ul style="list-style-type: none"> • K: Konsultationen und Kolloquium mit E-Learninglehreinheiten (2 LVS)
Voraussetzungen für die Teilnahme (empfohlene Kenntnisse und Fähigkeiten)	keine
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	<p>Die Erfüllung der Zulassungsvoraussetzungen für die einzelnen Prüfungsleistungen und die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung sind Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten.</p> <p>Zulassungsvoraussetzungen für die mündliche Prüfung (Kolloquium) sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bewertung der Bachelorarbeit mit mindestens „ausreichend“ (4,0) • Module 1 bis 10
Modulprüfung	<p>Die Modulprüfung besteht aus zwei Prüfungsleistungen. Im Einzelnen sind folgende Prüfungsleistungen zu erbringen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bachelorarbeit (Umfang: 50 bis 60 Seiten, Bearbeitungszeit: 20 Wochen) • 30-minütige mündliche Prüfung (Kolloquium)
Leistungspunkte und Noten	<p>In dem Modul werden 15 Leistungspunkte erworben.</p> <p>Die Bewertung der Prüfungsleistungen und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.</p> <p>Prüfungsleistungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bachelorarbeit, Gewichtung 4 - Bestehen erforderlich • mündliche Prüfung (Kolloquium), Gewichtung 1 - Bestehen erforderlich
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studenten von 375 Arbeitsstunden.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf ein Semester.

**Prüfungsordnung für den berufsbegleitenden Fernstudiengang
Event- und Online-Marketing
mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.)
an der Technischen Universität Chemnitz
Vom 4. November**

Aufgrund von §§ 2 Abs. 4 Nr. 5, 7 Abs. 3 Nr. 1 der Ordnung des Zentrums für Wissens- und Technologietransfer der Technischen Universität Chemnitz vom 7. Mai 2014 (Amtliche Bekanntmachungen der Technischen Universität Chemnitz Nr. 16/2014, S. 502) i. V. m. §§ 34 Abs. 1, 92 Abs. 2 Satz 2 des Gesetzes über die Freiheit der Hochschulen im Freistaat Sachsen (Sächsisches Hochschulfreiheitsgesetz – SächsHSFG) in der Fassung der Bekanntmachung vom 15. Januar 2013 (SächsGVBl. S. 3), das zuletzt durch Artikel 2 des Gesetzes vom 30. September 2021 (SächsGVBl. S. 1122, 1123) geändert worden ist, hat der Erweiterte Vorstand des Zentrums für Wissens- und Technologietransfer der Technischen Universität Chemnitz die folgende Prüfungsordnung erlassen:

Inhaltsübersicht

Teil 1: Allgemeine Bestimmungen

- § 1 Regelstudienzeit
- § 2 Prüfungsaufbau
- § 3 Fristen
- § 4 Zulassungsverfahren, Bekanntgabe von Prüfungsterminen und Prüfungsergebnissen
- § 5 Arten der Prüfungsleistungen
- § 6 Mündliche Prüfungsleistungen
- § 7 Klausurarbeiten und sonstige schriftliche Arbeiten, Antwort-Wahl-Verfahren
- § 8 Alternative Prüfungsleistungen
- § 9 Projektarbeiten
- § 10 Bewertung der Prüfungsleistungen, Bildung und Gewichtung der Noten
- § 11 Rücknahme der Anmeldung, Versäumnis, Rücktritt
- § 12 Täuschung, Ordnungsverstoß, Mängel im Prüfungsverfahren
- § 13 Bestehen und Nichtbestehen von Prüfungen
- § 14 Wiederholung von Modulprüfungen
- § 15 Anrechnung von Studienzeiten, Studienleistungen und Prüfungsleistungen
- § 16 Prüfungsausschuss
- § 17 Prüfer und Beisitzer
- § 18 Zweck der Bachelorprüfung
- § 19 Ausgabe des Themas, Abgabe, Bewertung und Wiederholung der Bachelorarbeit
- § 20 Zeugnis und Bachelorurkunde
- § 21 Ungültigkeit der Bachelorprüfung
- § 22 Einsicht in die Prüfungsakte
- § 23 Widerspruchsverfahren

Teil 2: Fachspezifische Bestimmungen

- § 24 Studienaufbau und Studienumfang
- § 25 Gegenstand, Art und Umfang der Bachelorprüfung
- § 26 Bearbeitungszeit der Bachelorarbeit, Kolloquium
- § 27 Hochschulgrad

Teil 3: Schlussbestimmungen

- § 28 Inkrafttreten und Veröffentlichung, Übergangsregelung

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird im Folgenden in der Regel das generische Maskulinum verwendet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten selbstverständlich für alle Geschlechter.

Teil 1

Allgemeine Bestimmungen

§ 1

Regelstudienzeit

Der Studiengang hat eine Regelstudienzeit von acht Semestern (vier Jahren). Die Regelstudienzeit umfasst das berufsbegleitende weiterbildende Fernstudium sowie alle Modulprüfungen einschließlich des Moduls Bachelor-Arbeit.

§ 2

Prüfungsaufbau

- (1) Die Bachelorprüfung besteht aus Modulprüfungen. Modulprüfungen bestehen in der Regel aus bis zu drei Prüfungsleistungen. Modulprüfungen werden studienbegleitend abgenommen.
- (2) Für die Zulassung zu einer Prüfungsleistung können Leistungsnachweise (Prüfungsvorleistungen) gefordert sowie sonstige Anforderungen bestimmt werden.
- (3) Jeweils vorgesehene Prüfungsleistungen und Zulassungsvoraussetzungen werden in den Modulbeschreibungen festgelegt.

§ 3

Fristen

- (1) Die Bachelorprüfung soll innerhalb der Regelstudienzeit abgelegt werden.
- (2) Durch das Lehrangebot wird sichergestellt, dass Prüfungsvorleistungen und Modulprüfungen in den in der Studienordnung vorgesehenen Zeiträumen (Prüfungsleistungen in der Regel im Anschluss an die Vorlesungszeit) abgelegt werden können.

§ 4

Zulassungsverfahren, Bekanntgabe von Prüfungsterminen und Prüfungsergebnissen

- (1) Die Bachelorprüfung kann nur ablegen, wer
 1. in den Bachelorstudiengang Event- und Online-Marketing an der Technischen Universität Chemnitz immatrikuliert ist und
 2. die Bachelorprüfung im gleichen Studiengang nicht endgültig nicht bestanden hat und
 3. die im Einzelnen in den Modulbeschreibungen für die jeweilige Prüfungsleistung festgelegten Zulassungsvoraussetzungen erbracht hat.
- (2) Die Zulassung zur Bachelorprüfung ist für jede Prüfungsleistung innerhalb des vom Zentralen Prüfungsamt für die jeweilige Prüfungsleistung festgelegten Anmeldezeitraums, welcher spätestens drei Wochen vor dem Prüfungstermin endet, schriftlich oder elektronisch unter Nutzung des SBservice beim Zentralen Prüfungsamt zu beantragen. Wurde vom Zentralen Prüfungsamt für eine Prüfungsleistung kein Anmeldezeitraum festgelegt, ist der Antrag bis spätestens drei Wochen vor dem Prüfungstermin einzureichen. Dem Antrag sind beizufügen:
 1. eine Angabe des Moduls, auf das sich die Prüfungsleistung beziehen soll,
 2. eine Erklärung des Prüflings zum Vorliegen der in Absatz 1 genannten Zulassungsvoraussetzungen,
 3. eine Erklärung des Prüflings darüber, dass die Prüfungsordnung bekannt ist und ob er bereits eine Bachelorprüfung im gleichen Studiengang nicht bestanden oder endgültig nicht bestanden hat oder ob er sich in einem laufenden Prüfungsverfahren befindet.
- (3) Über die Zulassung nach Absatz 2 entscheidet der Prüfungsausschuss, in dringenden Fällen dessen Vorsitzender.
- (4) Personen, die sich das in der Studien- und Prüfungsordnung geforderte Wissen und Können angeeignet haben, können in Abweichung von Absatz 1 Nr. 1 den berufsqualifizierenden Abschluss als Externer in einer Hochschulprüfung erwerben. Über den Antrag auf Zulassung zur Bachelorprüfung sowie über das Prüfungsverfahren und über die zu erbringenden Prüfungsleistungen, die den Anforderungen der Prüfungsordnung entsprechen müssen, entscheidet der Prüfungsausschuss.
- (5) Die Zulassung zu einer Prüfungsleistung der Bachelorprüfung darf nur abgelehnt werden, wenn
 1. die in Absatz 1 genannten Voraussetzungen oder die Verfahrensvorschriften nach Absatz 2 nicht erfüllt sind,
 2. die gemäß Absatz 2 Satz 3 vorzulegenden Unterlagen unvollständig sind oder
 3. der Prüfling im gleichen Studiengang die Bachelorprüfung endgültig nicht bestanden hat
- (6) Die Zulassung zu einer Prüfungsleistung wird spätestens zwei Wochen vor Prüfungsbeginn durch das Zentrale Prüfungsamt über den SBservice bekannt gegeben. Der Student ist verpflichtet, die ordnungsgemäße Anmeldung im SBservice zu überprüfen. Stehen Module oder innerhalb eines Moduls Prüfungsleistungen zur Wahl, gelten die vom Studenten gewählten Prüfungsleistungen ab der Zulassung als verpflichtend zu erbringende Prüfungsleistungen, sofern nicht die Anmeldung zu Prüfungsleistungen rechtzeitig zurückgenommen oder der Rücktritt von Prüfungsleistungen wirksam erklärt wurde.

(7) Der Prüfling wird rechtzeitig über die Termine, zu denen die Modulprüfungen zu erbringen sind, und über die Aus- und Abgabezeitpunkte von Hausarbeiten und der Bachelorarbeit informiert. Die Bekanntgabe von Prüfungsterminen, Zulassungen und Prüfungsergebnissen erfolgt im Zentralen Prüfungsamt sowie im SBservice. Das Nichtbestehen und das endgültige Nichtbestehen von Modulprüfungen werden dem Prüfling schriftlich bekannt gegeben.

§ 5 Arten der Prüfungsleistungen

- (1) Prüfungsleistungen sind
 1. mündlich (§ 6) und/oder
 2. durch Klausurarbeiten und sonstige schriftliche Arbeiten sowie Aufgaben im Antwort-Wahl-Verfahren (§ 7) und/oder
 3. durch alternative Prüfungsleistungen (§ 8) und/oder
 4. durch Projektarbeiten (§ 9) zu erbringen.
- (2) Macht ein Prüfling durch ein ärztliches Zeugnis glaubhaft, dass er wegen chronischer Krankheit oder Behinderung nicht in der Lage ist, Prüfungsleistungen ganz oder teilweise in der in der jeweiligen Modulbeschreibung vorgesehenen Form abzulegen, so soll der Prüfungsausschuss dem Prüfling auf Antrag gestatten, gleichwertige Prüfungsleistungen in einer anderen Form zu erbringen.
- (3) Die Prüfungssprache ist Deutsch. In den Modulbeschreibungen ist geregelt, welche Prüfungsvorleistungen und Prüfungsleistungen in englischer Sprache zu erbringen sind oder erbracht werden können. Auf Antrag des Prüflings können Prüfungsleistungen in englischer Sprache erbracht werden. Der Antrag begründet keinen Rechtsanspruch.
- (4) Über Hilfsmittel, die bei einer Prüfungsleistung benutzt werden dürfen, entscheidet der Prüfer. Die zugelassenen Hilfsmittel sind rechtzeitig bekannt zu geben.

§ 6 Mündliche Prüfungsleistungen

- (1) Durch mündliche Prüfungsleistungen soll der Prüfling nachweisen, dass er die Zusammenhänge des Prüfungsgebietes erkennt und spezielle Fragestellungen in diese Zusammenhänge einordnen kann. Ferner soll festgestellt werden, ob der Prüfling über ein dem Stand des Studiums entsprechendes Wissen und Können verfügt.
- (2) Mündliche Prüfungsleistungen sind von mehreren Prüfern oder von einem Prüfer in Gegenwart eines sachkundigen Beisitzers abzunehmen.
- (3) Mündliche Prüfungsleistungen können als Gruppen- oder als Einzelprüfungsleistungen abgelegt werden. Die Prüfungsdauer für jeden einzelnen Prüfling beträgt mindestens 15 Minuten und höchstens 45 Minuten. Die jeweilige konkrete Dauer der einzelnen mündlichen Prüfungsleistungen wird in den Modulbeschreibungen festgelegt.
- (4) Im Rahmen von mündlichen Prüfungsleistungen können auch Aufgaben mit angemessenem Umfang zur schriftlichen Behandlung gestellt werden, solange dadurch der mündliche Charakter der Prüfungsleistung gewahrt bleibt.
- (5) Die wesentlichen Gegenstände, Dauer, Verlauf und Note der mündlichen Prüfungsleistung sind in einem Protokoll festzuhalten, das von den Prüfern bzw. bei Gegenwart eines Beisitzers von dem Prüfer und dem Beisitzer zu unterzeichnen ist. Ergebnis und Note sind dem Prüfling jeweils im Anschluss an die mündliche Prüfungsleistung bekannt zu geben; dabei sind die Vorgaben des Datenschutzrechts zu beachten. Das Protokoll ist der Prüfungsakte beizufügen.
- (6) Studenten, die sich zu einem späteren Prüfungszeitraum der gleichen Prüfung unterziehen wollen, können nach Maßgabe der räumlichen Verhältnisse durch den/die Prüfer als Zuhörer zugelassen werden, es sei denn, der Prüfling widerspricht. Die Zulassung erstreckt sich nicht auf die Beratung und Bekanntgabe des Prüfungsergebnisses.
- (7) In begründeten Ausnahmefällen kann der Prüfungsausschuss beschließen, dass in der folgenden Prüfungsperiode anstelle der in der Modulbeschreibung vorgesehenen mündlichen Prüfung eine schriftliche Prüfung stattfindet. Die dafür vorgesehene Prüfungsdauer ist festzulegen. Der Beschluss des Prüfungsausschusses ist zum Beginn des jeweiligen Semesters bekannt zu geben.

§ 7**Klausurarbeiten und sonstige schriftliche Arbeiten, Antwort-Wahl-Verfahren**

- (1) Die schriftlichen Prüfungsleistungen umfassen Klausurarbeiten und sonstige schriftliche Arbeiten, in denen der Prüfling nachweist, dass er auf der Basis des notwendigen Grundlagenwissens in begrenzter Zeit mit den gängigen Methoden seines Faches Aufgaben lösen bzw. Themen bearbeiten kann. Bei schriftlichen Prüfungsleistungen können dem Prüfling Themen bzw. Aufgaben zur Auswahl gegeben werden.
- (2) Schriftliche Prüfungsleistungen, deren Bestehen Voraussetzung für die Fortsetzung des Studiums ist, werden in der Regel von zwei Prüfern bewertet. Das Bewertungsverfahren soll vier Wochen nicht überschreiten.
- (3) Die Dauer von schriftlichen Prüfungsleistungen darf 60 Minuten nicht unterschreiten und die Höchstdauer von 300 Minuten nicht überschreiten. Die jeweilige konkrete Dauer der einzelnen schriftlichen Prüfungsleistungen wird in den Modulbeschreibungen festgelegt.
- (4) In begründeten Ausnahmefällen kann der Prüfungsausschuss beschließen, dass in der folgenden Prüfungsperiode anstelle der in der Modulbeschreibung vorgesehenen schriftlichen Prüfung eine mündliche Prüfung stattfindet. Die dafür vorgesehene Prüfungsdauer ist festzulegen. Der Beschluss des Prüfungsausschusses ist zum Beginn des jeweiligen Semesters bekannt zu geben.
- (5) Prüfungsleistungen können auch im Antwort-Wahl-Verfahren (Multiple choice) abgeprüft werden. Die Aufgaben für das Antwort-Wahl-Verfahren sind in der Regel durch zwei Prüfer zu entwerfen. Die Antwort-Wahl-Aufgaben werden als Einfach-Wahlaufgaben (stets nur eine korrekte Antwort möglich) und/oder Mehrfach-Wahlaufgaben (eine oder mehrere korrekte Antwort/en möglich) gestellt. Die Aufgaben müssen auf die für das jeweilige Modul erforderlichen Kenntnisse ausgerichtet sein und zuverlässige Prüfungsergebnisse ermöglichen. Bei der Aufstellung der Aufgaben ist neben dem Bewertungsmaßstab (Punktzahl, Gewichtungsfaktor) auch festzulegen, welche Antworten als zutreffend anerkannt werden. Die Aufgaben sind vor der Feststellung des Prüfungsergebnisses durch die Prüfer darauf zu überprüfen, ob sie gemessen an den Anforderungen gemäß Satz 4 fehlerhaft sind. Ergibt die Überprüfung, dass einzelne Aufgaben fehlerhaft sind, sind diese bei der Feststellung des Prüfungsergebnisses nicht zu berücksichtigen und die Zahl der für die Ermittlung des Prüfungsergebnisses zu berücksichtigenden Aufgaben mindert sich entsprechend. Die Verminderung der Aufgabenzahl darf sich nicht zum Nachteil des Prüflings auswirken. Die Auswertung der Aufgaben im Antwort-Wahl-Verfahren kann automatisiert erfolgen.

§ 8**Alternative Prüfungsleistungen**

- (1) Alternative Prüfungsleistungen werden insbesondere im Rahmen von Seminaren, Praktika, Planspielen oder Übungen erbracht. Die Leistung erfolgt insbesondere in Form von schriftlichen Ausarbeitungen, Hausarbeiten, Referaten oder protokollierten praktischen Leistungen im Rahmen einer oder mehrerer Lehrveranstaltung/en. Die Leistungen müssen individuell zurechenbar sein und werden für jeden Prüfling gesondert bewertet. Bei Hausarbeiten und in der Regel auch bei anderen schriftlichen Ausarbeitungen hat der Prüfling zu versichern, dass er diese selbständig angefertigt und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt wurden.
- (2) Für die Bewertung von alternativen Prüfungsleistungen gelten § 6 Abs. 2 und 5 und § 7 Abs. 2 entsprechend.
- (3) Dauer und Umfang von alternativen Prüfungsleistungen werden in den Modulbeschreibungen festgelegt.

§ 9**Projektarbeiten**

- (1) Projektarbeiten werden als Einzel- oder Gruppenarbeiten durchgeführt. Hierbei wird in der Regel die Fähigkeit zur Teamarbeit und insbesondere zur Entwicklung, Durchsetzung und Präsentation von Konzepten nachgewiesen. Die Leistungen müssen individuell zurechenbar sein und werden für jeden Prüfling gesondert bewertet. Bei Projektarbeiten soll der Prüfling nachweisen, dass er an einer größeren Aufgabe Ziele definieren sowie interdisziplinäre Lösungsansätze und Konzepte erarbeiten kann. Eine Projektarbeit besteht in der Regel aus der mündlichen Präsentation und einer schriftlichen Auswertung oder Dokumentation der Ergebnisse.
- (2) Für Projektarbeiten, deren Bestehen Voraussetzung für die Fortsetzung des Studiums ist, gelten § 6 Abs. 2 und 5 und § 7 Abs. 2 entsprechend.
- (3) Die Dauer der mündlichen Präsentation und der Umfang der schriftlichen Ausarbeitung werden in der Modulbeschreibung festgelegt.

§ 10**Bewertung der Prüfungsleistungen, Bildung und Gewichtung der Noten**

(1) Die Noten für die einzelnen Prüfungsleistungen werden von den jeweiligen Prüfern festgesetzt. Für die Bewertung von Prüfungsleistungen sind folgende Noten zu verwenden; abweichend davon gilt für Prüfungsleistungen im Antwort-Wahl-Verfahren (Multiple choice) Absatz 6:

- | | |
|-----------------------|--|
| 1 - sehr gut | (eine hervorragende Leistung), |
| 2 - gut | (eine Leistung, die erheblich über den durchschnittlichen Anforderungen liegt), |
| 3 - befriedigend | (eine Leistung, die den 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). |

Zur differenzierten Bewertung von Prüfungsleistungen können einzelne Noten um 0,3 auf Zwischenwerte erhöht oder erniedrigt werden; die Noten 0,7, 4,3, 4,7 und 5,3 sind dabei ausgeschlossen. Wird eine Prüfungsleistung von zwei oder mehreren Prüfern bewertet, ergibt sich die Note der Prüfungsleistung aus dem arithmetischen Mittel der Einzelbewertungen. Dabei wird nur die erste Dezimalstelle hinter dem Komma ohne Rundung berücksichtigt; alle weiteren Stellen werden gestrichen. Die Prüfer können die durch Bildung des arithmetischen Mittels errechnete Note der Prüfungsleistung auf eine gemäß den Sätzen 2 und 3 zulässige Note auf- oder abrunden. Ergibt sich ein Notenwert von größer als 4,0, ist die Bewertung der Prüfungsleistung „nicht ausreichend“.

(2) Besteht eine Modulprüfung aus mehreren Prüfungsleistungen, errechnet sich die Modulnote aus dem gemäß Modulbeschreibung gewichteten arithmetischen Mittel der Noten der einzelnen Prüfungsleistungen, ansonsten ergibt die Note der Prüfungsleistung die Modulnote. Für die Bildung des arithmetischen Mittels gilt Absatz 1 Satz 5 entsprechend. Die Modulnoten entsprechen den folgenden Prädikaten:

- | | |
|---|----------------------|
| bei einem Durchschnitt bis einschließlich 1,5 | - sehr gut, |
| bei einem Durchschnitt von 1,6 bis einschließlich 2,5 | - gut, |
| bei einem Durchschnitt von 2,6 bis einschließlich 3,5 | - befriedigend, |
| bei einem Durchschnitt von 3,6 bis einschließlich 4,0 | - ausreichend, |
| bei einem Durchschnitt ab 4,1 | - nicht ausreichend. |

(3) Für das Bestehen des Moduls Bachelor-Arbeit ist notwendig, dass die Bachelorarbeit von beiden Prüfern mindestens mit „ausreichend“ (4,0) bewertet wird. Die Note für die Bachelorarbeit errechnet sich aus dem arithmetischen Mittel der Noten der beiden Prüfer.

(4) Für die Bachelorprüfung wird eine Gesamtnote gebildet. Die Gesamtnote errechnet sich aus dem gewichteten arithmetischen Mittel der Modulnoten einschließlich der Note des Moduls Bachelor-Arbeit (vgl. § 25). Für die Bildung der Gesamtnote gelten Absatz 1 Satz 5 und Absatz 2 Satz 3 entsprechend.

(5) Werden Studienleistungen als Prüfungsleistungen angerechnet (Anrechenbare Studienleistungen), müssen sie in Art und Umfang Prüfungsleistungen entsprechen. Die Bachelorprüfung darf nicht überwiegend durch Anrechnung von Studienleistungen erbracht werden. Über die Anrechnung entscheidet der Prüfungsausschuss.

(6) Eine im Antwort-Wahl-Verfahren erbrachte Prüfungsleistung ist bestanden, wenn der Prüfling die Mindestpunktzahl erreicht hat. Die Mindestpunktzahl ist der geringere der beiden nachstehenden Grenzwerte:

1. 50 Prozent der erzielbaren Punkte (absolute Bestehensgrenze) oder
2. um 10 Prozent reduzierte Punktzahl der von den Prüflingen durchschnittlich erzielten Punkte, jedoch mindestens 40 Prozent der erzielbaren Punkte (relative Bestehensgrenze).

Hat der Prüfling die erforderliche Mindestpunktzahl erreicht, sind folgende Noten zu verwenden:

- 1,0 - sehr gut, wenn er mindestens 90 Prozent,
- 1,3 - sehr gut, wenn er mindestens 80, aber weniger als 90 Prozent,
- 1,7 - gut, wenn er mindestens 70, aber weniger als 80 Prozent,
- 2,0 - gut, wenn er mindestens 60, aber weniger als 70 Prozent,
- 2,3 - gut, wenn er mindestens 50, aber weniger als 60 Prozent,
- 2,7 - befriedigend, wenn er mindestens 40, aber weniger als 50 Prozent,
- 3,0 - befriedigend, wenn er mindestens 30, aber weniger als 40 Prozent,
- 3,3 - befriedigend, wenn er mindestens 20, aber weniger als 30 Prozent,
- 3,7 - ausreichend, wenn er mindestens 10, aber weniger als 20 Prozent,
- 4,0 - ausreichend, wenn er keine oder weniger als 10 Prozent der darüber hinaus erzielbaren Punkte erhalten hat.

Hat der Prüfling die für das Bestehen der Prüfung erforderliche Mindestpunktzahl nicht erreicht, wird die Prüfungsleistung mit „nicht ausreichend“ (5,0) bewertet.

§ 11

Rücknahme der Anmeldung, Versäumnis, Rücktritt

(1) Der Prüfling kann die Anmeldung zu einer Prüfungsleistung ohne Angabe von Gründen zurücknehmen. Diese Mitteilung muss dem Zentralen Prüfungsamt bis eine Woche vor dem jeweiligen Prüfungstermin zugehen.

(2) Eine Prüfungsleistung gilt als mit „nicht ausreichend“ (5,0) bewertet, wenn der Prüfling einen für ihn bindenden Prüfungstermin ohne triftigen Grund versäumt oder wenn er von einer Prüfung, die er angetreten hat, ohne triftigen Grund zurücktritt. Dasselbe gilt, wenn eine Prüfungsleistung nicht innerhalb der vorgegebenen Bearbeitungszeit erbracht wird.

(3) Die für den Rücktritt oder das Versäumnis geltend gemachten Gründe müssen unverzüglich beim Zentralen Prüfungsamt schriftlich angezeigt und glaubhaft gemacht werden. Bei Krankheit des Prüflings ist in der Regel ein ärztliches Attest vorzulegen. In Zweifelsfällen kann die Vorlage eines amtsärztlichen Attestes verlangt werden. Soweit die Einhaltung von Fristen für die erstmalige Anmeldung zur Prüfung, die Wiederholung von Prüfungen, die Gründe für das Versäumnis von Prüfungen und die Einhaltung von Bearbeitungszeiten für Prüfungsarbeiten betroffen sind, steht der Krankheit des Prüflings die Krankheit eines von ihm überwiegend allein zu versorgenden Kindes gleich.

§ 12

Täuschung, Ordnungsverstoß, Mängel im Prüfungsverfahren

(1) Versucht der Prüfling das Ergebnis seiner Prüfungsleistung durch Täuschung, z.B. durch Benutzung nicht zugelassener Hilfsmittel, zu beeinflussen, wird die betreffende Prüfungsleistung mit „nicht ausreichend“ (5,0) bewertet.

(2) Ein Prüfling, der den ordnungsgemäßen Ablauf der Prüfung stört, kann von dem jeweiligen Prüfer oder Aufsichtsführenden von der Fortsetzung der Prüfungsleistung ausgeschlossen werden; in diesem Fall wird die Prüfungsleistung mit „nicht ausreichend“ (5,0) bewertet.

(3) Erweist sich, dass ein Prüfungsverfahren mit Mängeln behaftet war, welche die Prüfungsleistung beeinflusst haben, so kann auf Antrag eines Prüflings oder von Amts wegen angeordnet werden, dass für einen bestimmten Prüfling oder alle Prüflinge die Prüfung oder einzelne Teile derselben neu angesetzt werden. In diesem Fall sind die bereits erbrachten Prüfungsergebnisse ungültig.

(4) Mängel im Prüfungsverfahren müssen während der Prüfung mündlich oder schriftlich bei dem Prüfer oder Aufsichtsführenden oder unverzüglich nach der Prüfung schriftlich beim Vorsitzenden des Prüfungsausschusses geltend gemacht werden.

§ 13

Bestehen und Nichtbestehen von Prüfungen

(1) Modulprüfungen sind bestanden, wenn sie mindestens mit „ausreichend“ (4,0) bewertet wurden. Werden in den Modulbeschreibungen mit „Bestehen erforderlich“ gekennzeichnete Prüfungsleistungen mit „nicht ausreichend“ bewertet, ist die Modulprüfung nicht bestanden. Nicht bestandene Modulprüfungen, welche nicht innerhalb eines Jahres (§ 14 Abs. 1) wiederholt wurden oder die bei Wiederholung mit „nicht ausreichend“ bewertet wurden, führen erneut zum Nichtbestehen der Modulprüfung. Wurde ein Antrag auf eine zweite Wiederholung der Modulprüfung (§ 14 Abs. 2) nicht rechtzeitig gestellt, wurde eine zweite Wiederholungsprüfung nicht zum nächstmöglichen Prüfungstermin abgelegt oder wurde diese Prüfung erneut mit „nicht ausreichend“ bewertet, gilt die Modulprüfung als „endgültig nicht bestanden“.

(2) Mit dem endgültigen Nichtbestehen einer Modulprüfung gilt die Bachelorprüfung als „endgültig nicht bestanden“.

(3) Die Bachelorprüfung ist bestanden, wenn sämtliche Modulprüfungen bestanden sind. Eine Bachelorprüfung, die nicht innerhalb von vier Semestern nach Abschluss der Regelstudienzeit abgelegt worden ist, gilt als „nicht bestanden“.

§ 14

Wiederholung von Modulprüfungen

(1) Bei Nichtbestehen einer Modulprüfung (Bewertung „nicht ausreichend“) ist eine Wiederholungsprüfung möglich. Besteht die Modulprüfung aus mehreren Prüfungsleistungen, so können mit „nicht ausreichend“ bewertete Prüfungsleistungen nur insoweit wiederholt werden, wie dies zum Bestehen der Modulprüfung erforderlich ist. Hiervon unabhängig sind Prüfungsleistungen, welche in den Modulbeschreibungen mit „Bestehen erforderlich“ gekennzeichnet sind und mit „nicht ausreichend“ bewertet wurden, zu wiederholen. Eine Wiederholungsprüfung ist nur innerhalb eines Jahres zulässig; diese Frist beginnt mit der Bekanntgabe des Ergebnisses der Modulprüfung. Nach Ablauf dieser Frist gilt die Modulprüfung als „nicht bestanden“.

(2) Die Zulassung zu einer zweiten Wiederholungsprüfung ist nur auf Antrag zum nächstmöglichen

Prüfungstermin möglich. Eine weitere Wiederholungsprüfung ist nicht zulässig.

(3) Die Wiederholung einer bestandenen Prüfungsleistung ist nicht zulässig.

§ 15

Anrechnung von Studienzeiten, Studienleistungen und Prüfungsleistungen

(1) Studienzeiten, Studienleistungen und Prüfungsleistungen aus anderen Studiengängen werden auf Antrag des Studenten angerechnet, es sei denn, es bestehen wesentliche Unterschiede hinsichtlich der erworbenen Kompetenzen. Dabei ist kein schematischer Vergleich, sondern eine Gesamtbetrachtung und Gesamtbewertung vorzunehmen. Über die Anrechnung entscheidet der Prüfungsausschuss. Die Nichtanrechnung ist schriftlich zu begründen. Bei der Anerkennung und Anrechnung von Studienzeiten, Studienleistungen und Prüfungsleistungen, die außerhalb der Bundesrepublik Deutschland erbracht wurden, sind die von der Kultusministerkonferenz (KMK) und Hochschulrektorenkonferenz (HRK) gebilligten Äquivalenzvereinbarungen sowie Absprachen im Rahmen von Hochschulkooperationsvereinbarungen zu beachten.

(2) Außerhalb des Hochschulwesens erworbene Qualifikationen werden auf Antrag des Studenten angerechnet, soweit diese Teile des Studiums nach Inhalt und Anforderung gleichwertig sind und diese damit ersetzen können. Die Gleichwertigkeit ist festzustellen, wenn die nachgewiesenen Lernergebnisse oder Kompetenzen den zu ersetzenden im Wesentlichen entsprechen. Absatz 1 Satz 2 gilt entsprechend. Der Student hat den Erwerb der Kenntnisse und Fähigkeiten, deren Anrechnung er begehrt, und dass diese den Anforderungen des Satzes 1 entsprechen nachzuweisen. Außerhalb des Hochschulwesens erworbene Kenntnisse und Fähigkeiten können maximal die Hälfte des Studiums ersetzen.

(3) Studienbewerber mit Hochschulzugangsberechtigung werden in ein höheres Fachsemester eingestuft, wenn sie durch eine besondere Hochschulprüfung (Einstufungsprüfung) die erforderlichen Kenntnisse und Fähigkeiten nachgewiesen haben.

(4) Werden Studien- und Prüfungsleistungen angerechnet, sind die Noten - soweit die Notensysteme vergleichbar sind - zu übernehmen. Bei unvergleichbaren Notensystemen wird der Vermerk „bestanden“ aufgenommen.

(5) Die Studenten haben die für die Anrechnung von Studienzeiten, Studienleistungen und Prüfungsleistungen sowie von außerhalb des Hochschulwesens erworbenen Kenntnissen und Fähigkeiten erforderlichen Unterlagen vorzulegen.

§ 16

Prüfungsausschuss

(1) Für die Organisation der Prüfungen und zur Wahrnehmung der durch diese Prüfungsordnung zugewiesenen Aufgaben bestellt der Erweiterte Vorstand des Zentrums für Wissens- und Technologietransfer einen Prüfungsausschuss.

(2) Der Prüfungsausschuss besteht aus dem Vorsitzenden, dessen Stellvertreter und einem weiteren Mitglied aus dem Kreis der im Studiengang tätigen Hochschullehrer, einem Mitglied aus dem Kreis der im Studiengang tätigen wissenschaftlichen Mitarbeiter und einem Mitglied aus dem Kreis der Studenten.

(3) Die Amtszeit beträgt in der Regel drei Jahre, für studentische Mitglieder ein Jahr. Wiederbestellung ist zulässig.

(4) Der Prüfungsausschuss ist für alle Angelegenheiten im Zusammenhang mit der Prüfungsordnung zuständig, sofern in dieser Ordnung keine abweichende Regelung der Zuständigkeit getroffen ist, insbesondere für:

1. die Organisation der Prüfungen,
2. Entscheidungen über die Folgen von Verstößen gegen Prüfungsvorschriften,
3. die Anrechnung von Studienzeiten, von Studien- und Prüfungsleistungen sowie von außerhalb des Hochschulwesens erworbenen Kenntnissen und Fähigkeiten,
4. die Bestellung der Prüfer,
5. die Entscheidung über angemessene Prüfungsbedingungen für Studenten während der Inanspruchnahme des Mutterschaftsurlaubes und der Elternzeit,
6. die Entscheidung über angemessene Prüfungsbedingungen für behinderte und chronisch kranke Studenten,
7. die Entscheidung über die Ungültigkeit der Bachelorprüfung,
8. die Entscheidung über Widersprüche in Angelegenheiten, welche diese Prüfungsordnung betreffen.

Die gesetzlich geregelten Schutzbestimmungen zu Mutterschutz und Elternzeit sind zu berücksichtigen.

(5) Der Prüfungsausschuss kann Aufgaben an den Vorsitzenden zur Erledigung übertragen. Dies gilt nicht für Entscheidungen nach § 12 Abs. 3, für Entscheidungen über Widersprüche und für Berichte an den Erweiterten Vorstand des Zentrums für Wissens- und Technologietransfer.

(6) Der Prüfungsausschuss berichtet dem Erweiterten Vorstand des Zentrums für Wissens- und Technologietransfer auf Aufforderung über die Entwicklung der Prüfungs- und Studienzeiten, der tatsächlichen Bearbeitungszeiten für die Bachelorarbeit, über die Verteilung der Modul- und Gesamtnoten

und kann Anregungen zur Reform der Studien- und Prüfungsordnung geben.

(7) Der Prüfungsausschuss ist beschlussfähig, wenn der Vorsitzende oder dessen Stellvertreter und die Mehrheit aller Mitglieder anwesend sind und die Hochschullehrer die Mehrheit der anwesenden stimmberechtigten Mitglieder bilden. Die Sitzungen des Prüfungsausschusses sind nicht öffentlich.

(8) Die Mitglieder des Prüfungsausschusses haben das Recht, der Abnahme von Prüfungen beizuwohnen. Dies gilt nicht für studentische Mitglieder, die sich im gleichen Prüfungszeitraum der gleichen Prüfung unterziehen möchten. Die Mitglieder des Prüfungsausschusses können Zuständigkeiten des Prüfungsausschusses nicht wahrnehmen, wenn sie selbst Beteiligte der Prüfungsangelegenheit sind.

(9) Die Mitglieder des Prüfungsausschusses sind zur Verschwiegenheit über die Gegenstände der Sitzungen des Prüfungsausschusses verpflichtet.

§ 17

Prüfer und Beisitzer

(1) Der Prüfungsausschuss bestellt die Prüfer. Zu Prüfern sollen nur Mitglieder und Angehörige der Technischen Universität Chemnitz oder anderer Hochschulen bestellt werden, die in dem betreffenden Prüfungsfach zur selbständigen Lehre berechtigt sind. Soweit dies nach dem Gegenstand der Prüfung sachgerecht ist, kann zum Prüfer auch bestellt werden, wer die Befugnis zur selbständigen Lehre nur für ein Teilgebiet des Prüfungsfaches besitzt. In besonderen Ausnahmefällen können auch Lehrkräfte für besondere Aufgaben sowie in der beruflichen Praxis und Ausbildung erfahrene Personen zum Prüfer bestellt werden, sofern dies nach der Eigenart der Prüfung sachgerecht ist. Prüfungsleistungen dürfen nur von Personen bewertet werden, die selbst mindestens die durch die Prüfung festzustellende oder eine gleichwertige Qualifikation besitzen.

(2) Der Prüfling kann für die Bewertung der Bachelorarbeit (§ 19) und von mündlichen Prüfungsleistungen (§ 6) dem Prüfungsausschuss einen Prüfer oder eine Gruppe von Prüfern vorschlagen. Der Vorschlag begründet keinen Rechtsanspruch auf Bestellung dieser Person/en.

(3) Der Prüfungsausschuss sorgt dafür, dass dem Prüfling die Namen der Prüfer mindestens zwei Wochen vor dem Prüfungstermin bekannt gegeben werden.

(4) Die Prüfer und die Beisitzer sind gegenüber Dritten zur Verschwiegenheit über Prüfungsvorgänge verpflichtet.

§ 18

Zweck der Bachelorprüfung

Die Bachelorprüfung bildet den berufsqualifizierenden Abschluss des Bachelorstudiums. Durch die Bachelorprüfung wird festgestellt, ob der Prüfling die notwendigen wissenschaftlichen Grundlagenkenntnisse, eine fachspezifische und fachübergreifende Methodenkompetenz und berufsfeldbezogene Qualifikationen erworben hat, durch die er auf lebenslanges Lernen und auf den Einsatz in unterschiedlichen Berufsfeldern vorbereitet ist.

§ 19

Ausgabe des Themas, Abgabe, Bewertung und Wiederholung der Bachelorarbeit

(1) Die Bachelorarbeit soll zeigen, dass der Prüfling in der Lage ist, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein fach-spezifisches bzw. fachübergreifendes Problem selbständig mit wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten.

(2) Das Thema der Bachelorarbeit muss in einem inhaltlichen Zusammenhang mit dem Studiengang stehen. Die Bachelorarbeit kann von jeder prüfungsberechtigten Person betreut werden. Der Prüfling ist berechtigt, einen Betreuer sowie ein Thema vorzuschlagen, hat jedoch keinen Rechtsanspruch darauf, dass seinem Vorschlag entsprochen wird. Die Ausgabe des Themas der Bachelorarbeit erfolgt durch den Prüfungsausschuss.

(3) Bei der Abgabe der Bachelorarbeit hat der Prüfling schriftlich zu versichern, dass die Arbeit selbständig angefertigt und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt wurden. Bei einer Gruppenarbeit ist der individuelle Anteil jedes Prüflings genau auszuweisen.

(4) Die Bachelorarbeit ist in zwei Exemplaren in maschinenschriftlicher und gebundener Ausfertigung sowie zusätzlich als elektronische Datei in einer zur dauerhaften Wiedergabe von Schriftzeichen geeigneten Weise termingemäß im Zentralen Prüfungsamt abzugeben.

(5) Die Themenausgabe und der Abgabezeitpunkt sind aktenkundig zu machen.

(6) Das Thema der Bachelorarbeit kann einmal zurückgegeben werden, jedoch nur innerhalb von vier Wochen nach der Ausgabe des Themas. Eine erneute Rückgabe des Themas ist ausgeschlossen.

(7) Die Bachelorarbeit ist in der Regel von zwei Prüfern zu bewerten. Darunter soll der Betreuer der Bachelorarbeit sein. Die Bewertung erfolgt nach § 10 Abs. 1 und 3 dieser Prüfungsordnung. Das Bewertungsverfahren soll vier Wochen nicht überschreiten.

(8) Nicht fristgemäß eingereichte Bachelorarbeiten werden mit „nicht ausreichend“ (5,0) bewertet. Wird die Bachelorarbeit nicht mit mindestens „ausreichend“ (4,0) bewertet, kann sie innerhalb eines Jahres einmal

wiederholt werden. Eine zweite Wiederholung ist nur auf Antrag innerhalb von sechs Monaten nach dem wiederholten Nichtbestehen der Bachelorarbeit möglich. Eine weitere Wiederholung ist nicht zulässig. Bei Wiederholung der Bachelorarbeit ist eine Rückgabe des Themas innerhalb der in Absatz 6 genannten Frist nur zulässig, wenn der Prüfling zuvor von dieser Möglichkeit keinen Gebrauch gemacht hat.

§ 20

Zeugnis und Bachelorurkunde

- (1) Nach dem erfolgreichen Abschluss der Bachelorprüfung wird unverzüglich, möglichst innerhalb von vier Wochen, ein Zeugnis ausgestellt. In das Zeugnis der Bachelorprüfung sind die Bezeichnungen der Module, die Modulnoten, das Thema der Bachelorarbeit, die Gesamtnote und das Gesamtprädikat sowie die Gesamtleistungspunkte aufzunehmen.
- (2) Das Zeugnis trägt das Datum des Tages, an dem die letzte Prüfungsleistung erbracht worden ist, und das Datum der Ausfertigung und wird vom Vorsitzenden des Prüfungsausschusses unterzeichnet.
- (3) Gleichzeitig mit dem Zeugnis der Bachelorprüfung erhält der Prüfling die Bachelorurkunde mit dem Datum der Ausfertigung des Zeugnisses. Darin wird die Verleihung des Bachelorgrades beurkundet. Die Bachelorurkunde wird vom Direktor des Zentrums für Wissens- und Technologietransfer und dem Vorsitzenden des Prüfungsausschusses unterzeichnet und mit dem Siegel der Technischen Universität Chemnitz versehen. Der Bachelorurkunde ist eine englischsprachige Übersetzung beizufügen.
- (4) Es wird ein Diploma Supplement ausgestellt. Als Darstellung des nationalen Bildungssystems ist der zwischen KMK und HRK abgestimmte Text in der jeweiligen Fassung zu verwenden.
- (5) Sorben können den Grad zusätzlich in sorbischer Sprache führen und erhalten auf Antrag eine sorbischsprachige Fassung der Bachelorurkunde und des Zeugnisses.
- (6) Studenten, die ihr Studium nicht abschließen, erhalten auf Antrag ein Studienzeugnis über die erbrachten Leistungen.
- (7) Die Ausstellung von Zeugnissen und Urkunden gemäß den Absätzen 1 bis 6 obliegt dem Zentralen Prüfungsamt.

§ 21

Ungültigkeit der Bachelorprüfung

- (1) Hat der Prüfling bei einer Prüfungsleistung getäuscht und wird diese Tatsache erst nach Aushändigung des Zeugnisses bekannt, so kann die Bewertung der Prüfungsleistung entsprechend § 12 Abs. 1 berichtigt werden. Gegebenenfalls können die Modulprüfung für „nicht ausreichend“ und die Bachelorprüfung für „nicht bestanden“ erklärt werden.
- (2) Waren die Voraussetzungen für die Zulassung zu einer Prüfung nicht erfüllt, ohne dass dem Prüfling ein Täuschungsvorsatz nachzuweisen ist, und wird dieser Umstand erst nach der Aushändigung des Zeugnisses bekannt, so wird dieser Mangel durch das Bestehen der Prüfung geheilt. Hat der Prüfling die Zulassung zu einer Prüfung vorsätzlich zu Unrecht erwirkt, so können die Modulprüfung für „nicht ausreichend“ und die Bachelorprüfung für „nicht bestanden“ erklärt werden.
- (3) Das unrichtige Zeugnis und die unrichtige Bachelorurkunde sind einzuziehen und gegebenenfalls neu zu erteilen. Wenn die Bachelorprüfung aufgrund einer Täuschung für „nicht bestanden“ erklärt wurde, sind mit dem unrichtigen Zeugnis auch die Bachelorurkunde, deren englische Übersetzung und das Diploma Supplement einzuziehen. Eine Entscheidung nach Absatz 1 und Absatz 2 Satz 2 ist nach Ablauf von fünf Jahren nach dem Ausstellungsdatum des Zeugnisses ausgeschlossen.
- (4) Dem Prüfling ist vor einer Entscheidung nach Absatz 1 oder Absatz 2 Satz 2 Gelegenheit zur Äußerung zu geben.

§ 22

Einsicht in die Prüfungsakte

Innerhalb eines Jahres nach Ausgabe des Zeugnisses wird dem Absolventen auf Antrag in angemessener Frist Einsicht in seine schriftlichen Prüfungsarbeiten, in die darauf bezogenen Gutachten und in die Prüfungsprotokolle gewährt.

§ 23

Widerspruchsverfahren

Widersprüche gegen Entscheidungen, die nach dieser Ordnung getroffen werden, sind innerhalb eines Monats, nachdem die jeweilige Entscheidung dem Betroffenen bekannt gegeben worden ist, schriftlich oder zur Niederschrift bei der Technischen Universität Chemnitz, Zentrales Prüfungsamt, einzulegen. Der Prüfungsausschuss entscheidet über den Widerspruch. Der Widerspruchsbescheid ist zu begründen, mit einer Rechtsbehelfsbelehrung zu versehen und dem Widerspruchsführer zuzustellen. Der Widerspruchsbescheid bestimmt auch, wer die Kosten des Verfahrens trägt.

Teil 2 Fachspezifische Bestimmungen

§ 24 Studienaufbau und Studienumfang

- (1) Der Studiengang hat einen modularen Aufbau. Er besteht aus Basismodulen, Berufsfeldmodulen, einem Ergänzungsmodul, die als Pflichtmodule angeboten werden, und dem Modul Bachelor-Arbeit. Pflichtmodule sind für alle Studenten verbindliche Module des Studienganges. Wahlpflichtmodule sind im Studiengang alternativ angebotene Module. Die vom Studenten im Rahmen von Wahlpflichtmodulen gewählten Module werden als Pflichtmodule behandelt.
- (2) Für den erfolgreichen Abschluss des Bachelorstudiums sind 180 Leistungspunkte erforderlich.
- (3) Der zeitliche Umfang der erforderlichen Arbeitsleistung des Studenten beträgt pro Semester durchschnittlich 562,5 Arbeitsstunden. Bei erfolgreichem Abschluss von Modulprüfungen werden die dafür jeweils vorgesehenen Leistungspunkte vergeben.

§ 25 Gegenstand, Art und Umfang der Bachelorprüfung

- (1) Folgende Module sind Bestandteile der Bachelorprüfung:

1. Basismodule: Σ 66 LP

Modul 01: Wissenschaftstheoretische Grundlagen und Sozialkompetenzen	10 LP (Pflichtmodul)	Gewichtung 2
Modul 02: Quantitative Methoden und Wirtschaftsinformatik	8 LP (Pflichtmodul)	Gewichtung 4
Modul 03: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	15 LP (Pflichtmodul)	Gewichtung 8
Modul 04: Grundlagen der Volkswirtschaftslehre	8 LP (Pflichtmodul)	Gewichtung 4
Modul 05: Marketing und Einführung in das Event- und Online-Marketing	15 LP (Pflichtmodul)	Gewichtung 10
Modul 06: Grundlagen des Rechts	10 LP (Pflichtmodul)	Gewichtung 2

2. Berufsfeldmodule: Σ 64 LP

Modul 07: Grundlagen des Berufsfeldes Event- und Online-Marketing	26 LP (Pflichtmodul)	Gewichtung 12
Modul 08: Vertiefung Live-Kommunikation	18 LP (Pflichtmodul)	Gewichtung 12
Modul 09: Vertiefung Online-Kommunikation	20 LP (Pflichtmodul)	Gewichtung 12

3. Ergänzungsmodul:

Modul 10: Berufsfeldprojekt	35 LP (Pflichtmodul)	Gewichtung 14
-----------------------------	----------------------	---------------

4. Modul Bachelor-Arbeit:

Modul 11: Bachelor-Arbeit	15 LP (Pflichtmodul)	Gewichtung 20
---------------------------	----------------------	---------------

- (2) In den Modulbeschreibungen, die Bestandteil der Studienordnung sind, sind Anzahl, Art, Gegenstand und Ausgestaltung der Prüfungsleistungen sowie die Zulassungsvoraussetzungen festgelegt.

§ 26 Bearbeitungszeit der Bachelorarbeit, Kolloquium

- (1) Die Bearbeitungszeit für die Bachelorarbeit beträgt höchstens 20 Wochen.
- (2) Im Einzelfall kann auf begründeten Antrag der Prüfungsausschuss die Bearbeitungszeit um höchstens drei Wochen verlängern.
- (3) Thema, Aufgabenstellung und Umfang der Bachelorarbeit sind vom Betreuer so zu begrenzen, dass die Frist zur Bearbeitung der Bachelorarbeit eingehalten werden kann.
- (4) Der Prüfling erläutert seine Bachelorarbeit in einem Kolloquium.

§ 27 Hochschulgrad

Aufgrund der bestandenen Bachelorprüfung verleiht die Technische Universität Chemnitz den Grad „Bachelor of Science (B.Sc.)“.

Teil 3
Schlussbestimmungen

§ 28

Inkrafttreten und Veröffentlichung, Übergangsregelung

Die Prüfungsordnung gilt für die ab Wintersemester 2021/2022 Immatrikulierten.

Für Studenten, die ihr Studium vor dem Wintersemester 2021/2022 aufgenommen haben, gilt die Prüfungsordnung für den berufsbegleitenden Fernstudiengang Event- und Messemanagement mit dem Abschluss Bachelor of Science (B.Sc.) an der Technischen Universität Chemnitz vom 11. Juni 2015 (Amtliche Bekanntmachungen der Technischen Universität Chemnitz Nr. 18/2015, S. 709) fort.

Hiervon abweichend sind auch für die vor dem Wintersemester 2021/2022 immatrikulierten Studenten die Regelungen der §§ 4, 5, 7, 10 Abs. 1 Satz 2 und Abs. 6, § 15 Abs. 1 und § 19 Abs. 8 der vorliegenden novellierten Fassung der Prüfungsordnung mit dem Inkrafttreten dieser Ordnung und die Bestimmungen der §§ 11, 12 und 14 Abs. 3 in der Fassung der vorliegenden novellierten Ordnung ab dem Wintersemester 2021/2022 anzuwenden.

Die Prüfungsordnung tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung in den Amtlichen Bekanntmachungen der Technischen Universität Chemnitz in Kraft.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Erweiterten Vorstands des Zentrums für Wissens- und Technologietransfer der Technischen Universität Chemnitz vom 14. Oktober 2021 und der Genehmigung durch das Rektorat der Technischen Universität Chemnitz vom 27. Oktober 2021.

Chemnitz, den 4. November 2021

Der Rektor
der Technischen Universität Chemnitz

Prof. Dr. Gerd Strohmeier