

Nr. 5 vom 01.09.2021

## **Amtliche Bekanntmachung**

Hg.: Der Präsident der BHH

Studiengangspezifische Bestimmungen für den Studiengang Betriebswirtschaftslehre –  
Marketing und Kommunikationswirtschaft

vom **28.05.2021**

# Berufliche Hochschule Hamburg (BHH)

## Studiengangsspezifische Bestimmungen für den Studiengang Betriebswirtschaftslehre - Marketing und Kommunikationswirtschaft

Vom 28.05.2021

Aufgrund von § 60 Absatz 1 und § 85 Absatz 1 Nummer 1 des Hamburgischen Hochschulgesetzes vom 18. Juli 2001 (HmbGVBl. S. 171), zuletzt geändert am 18. Dezember 2020 (HmbGVBl. S. 704) und § 3 Abs. 2 des Gesetzes über die Errichtung und den Betrieb der Beruflichen Hochschule Hamburg vom 27. November 2019 (HmbGVBl. S. 408) hat der Gründungsrat der Beruflichen Hochschule Hamburg die vom Gründungspräsidium in seiner Sitzung am 23. Juni 2021 beschlossenen **Studiengangsspezifischen Bestimmungen für den Bildungsgang Betriebswirtschaftslehre Marketing und Kommunikationswirtschaft** genehmigt.

### Präambel

Diese **Studiengangsspezifischen Bestimmungen** für den **Studiengang Betriebswirtschaftslehre - Marketing und Kommunikationswirtschaft** ergänzen die **Studien- und Prüfungsordnung der Beruflichen Hochschule Hamburg für alle Bachelor-Studiengänge** vom 28.05.2021 in der jeweils geltenden Fassung.

### § 1 Studienziel

(1) Der Studiengang **Betriebswirtschaftslehre - Marketing und Kommunikationswirtschaft** ist integraler Bestandteil des Konzepts der „**Studienintegrierenden Ausbildung**“ und kann ausschließlich im Zusammenhang mit dem gleichzeitigen Absolvieren einer dualen kaufmännischen Berufsausbildung zur Kauffrau für Marketingkommunikation oder zum Kaufmann für Marketingkommunikation absolviert werden. Die Kompetenzziele werden erreicht durch den zeitlich, organisatorisch und inhaltlich **verzahnten Kompetenzerwerb an den drei Lernorten Hochschule, Berufsschule und Unternehmen**.

(2) Studienziel ist die Vermittlung einer breit ausgerichteten **betriebswirtschaftlichen Basisqualifikation** mit Schwerpunktsetzung im Bereich Marketingkommunikation auf **DQR 6**-Niveau. Das Kompetenzprofil ist konsequent ausgerichtet auf die Bedürfnisse der in der Marketingkommunikation tätigen Unternehmen. Nach erfolgreicher Beendigung der studienintegrierenden Ausbildung soll die Basis für eine erfolgreiche Karriere im Unternehmen mit Einsatzmöglichkeiten bis ins höhere Management gelegt sein.

(3) Neben den betriebswirtschaftlichen Kompetenzen mit dem Schwerpunkt der Marketingkommunikation erwerben die Studierenden auch die für das Studium und die spätere Tätigkeit im Unternehmen erforderlichen **fachübergreifenden Kompetenzen**. Besonderer Wert wird gelegt auf Kompetenzen, mit denen die Wirtschaftstätigkeit des jeweiligen Kooperationsunternehmens bzw. der Branche in einen **rechtlichen, volkswirtschaftlichen, wirtschaftspsychologischen und -ethischen Kontext eingeordnet** werden kann.

(4) Bestandteil der studienintegrierenden Ausbildung ist die **Verzahnung von Theorie und Praxis in einem lernortübergreifenden Curriculum**. Damit wird dem Studierenden die praktische Relevanz der in Hochschule und Berufsschule vermittelten theoriebasierten Kompetenzen bereits im Studium gegenwärtig. Als Ergebnis verfügen die Absolventinnen und Absolventen des Bildungsangebots zum einen über ein sehr hohes Maß an Berufsfähigkeit (**Employability**) unmittelbar nach Studienabschluss. Zum anderen erwerben sie die Kompetenzen zur Entwicklung eines wissenschaftlich-methodischen Denkens sowie zur Entwicklung der eigenen Persönlichkeit.

## § 2 Akademischer Grad

Das bestandene Bachelor-Studium führt zu einem ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschluss, für den der akademische Grad Bachelor of Arts (B.A.) verliehen wird.

## § 3 Gliederung des Studiengangs

(1) Das Studium an der BHH gliedert sich in den ersten drei Studienjahren in theoriebasierte Module, die an der Berufsschule und der BHH absolviert werden, sowie Praxisphasen im Unternehmen für den betrieblichen Teil. Die theoriebasierten Studienphasen an der BHH betragen in den ersten drei Studienjahren jeweils sechs Wochen pro Studienjahr, im vierten Studienjahr werden 26 Wochen an der BHH absolviert. Zudem finden in den ersten drei Studienjahren 28 Seminarnachmittage an der BHH statt. Die Abfolge der Phasen wird in einem Phasenplan festgelegt, der den Studierenden und den Betrieben vor Studienbeginn bekannt gegeben wird.

(2) Der Studiengang umfasst 180 Leistungspunkte (LP). In den ersten drei Studienjahren werden jeweils 42 LP erworben, im 4. Studienjahr 54 LP. Die Module umfassen in der Regel 6 LP, in Modulen zur Validierung von Praxiserfahrungen (Validierungsmodule) können 12 LP erworben werden. Auf die Bachelorarbeit entfallen 12 LP.

(3) Das Studium setzt sich zusammen aus Modulen zu betriebswirtschaftlichen Inhalten, spezifisch marketingspezifischen Inhalten, Modulen zum rechtlichen, volkswirtschaftlichen und wirtschaftspsychologischen Rahmen, Modulen zu Methoden-, Kommunikations- und Sozialkompetenz sowie den Validierungsmodulen.

(4) Im vierten Studienjahr können die Studierenden zwei Wahlfächer wählen, die jeweils 6 LP umfassen.

## § 4 Verzahnung der Lernorte

(1) Am Lernort Hochschule werden in allen vier Studienjahren 14 theoriebasierte Module erbracht. In den ersten drei Studienjahren sind dies jeweils drei, im vierten Studienjahr fünf Module. Auf den Lernort Hochschule beziehen sich zudem die theoriebezogenen Anteile der vier Validierungsmodule und der Bachelorarbeit.

(2) Am Lernort Berufsschule werden sechs theoriebasierte Module erbracht, wobei jeweils zwei in den ersten drei Studienjahren stattfinden. Diese Module sind integrativer Bestandteil des Berufsschulunterrichts unter Berücksichtigung der berufsfeldspezifischen Lernfelder und Fächer für die gleichzeitig stattfindende duale Berufsausbildung zur Kauffrau oder Kaufmann für Marketingkommunikation.

(3) Am Lernort Betrieb werden die Studieninhalte unterstützt, indem die Betriebe während der Praxisphasen die Inhalte der betrieblichen Ausbildung nach Vorgabe des Ausbildungsrahmenplanes umsetzen. Zudem wird der Lernort Betrieb in die praxisbezogenen Anteile der Validierungsmodule und der Bachelorarbeit integriert.

(4) Im Rahmen der Anfertigung der Bachelorarbeit wird ein der betrieblichen Praxis entstammendes Thema wissenschaftlich bearbeitet. Die Bachelorarbeit wird während einer betrieblichen Phase und einer Hochschulphase im vierten Studienjahr erstellt. Die auf die Bachelorarbeit entfallenden LP werden daher beiden Lernorten zugerechnet.

## § 5 Studienplan

(1) Die Module, der Lernort, die Anzahl der LP und die Lage im Studienverlauf sind im Studienplan abgebildet.

(2) Studienplan:

| Modul  | Lernort              | Leistungspunkte (LP)         | Pflicht- (P) o. Wahl (W) | Studienjahr |
|--|----------------------|------------------------------|--------------------------|-------------|
| Methoden- und Sozialkompetenz I  | Hochschule           | 6                            | P                        | 1           |
| Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre  | Hochschule           | 6                            | P                        | 1           |
| Marktforschung für Entscheidungsbereiche des Marketing                                     | Berufsschule         | 6                            | P                        | 1           |
| Konzeptionelles Marketing  | Berufsschule         | 6                            | P                        | 1           |
| Rahmenbedingungen des Wirtschaftens I: Rechtliche und wirtschaftspsychologische Grundlagen | Hochschule           | 6                            | P                        | 1           |
| Validierung von Praxiserfahrungen I  | Hochschule / Betrieb | 12 (8 Betrieb, 4 Hochschule) | P                        | 1           |
|  |                      | <b>42</b>                    |                          |             |
| Methoden- und Sozialkompetenz II   | Hochschule           | 6                            | P                        | 2           |
| Projektmanagement  | Berufsschule         | 6                            | P                        | 2           |
| Instrumente der Marketingkommunikation   | Hochschule           | 6                            | P                        | 2           |
| Externes Rechnungswesen: Buchführung und Bilanzierung                                      | Berufsschule         | 6                            | P                        | 2           |
| Rahmenbedingungen des Wirtschaftens II: Mikro- und makroökonomische Grundlagen             | Hochschule           | 6                            | P                        | 2           |
| Validierung von Praxiserfahrungen II   | Hochschule / Betrieb | 12 (8 Betrieb, 4 Hochschule) | P                        | 2           |
|  |                      | <b>42</b>                    |                          |             |
| Internes Rechnungswesen: Kosten- und Leistungsrechnung, operatives Controlling             | Hochschule           | 6                            | P                        | 3           |

|   |                       |                                 |    |   |
|---|-----------------------|---------------------------------|----|---|
| Investition, Finanzierung und Grundzüge Betriebswirtschaftlicher Steuerlehre              | Hochschule            | 6                               | P  | 3 |
| Mediaplanung  | Berufsschule          | 6                               | P  | 3 |
| Wirtschaftsenglisch   | Berufsschule          | 6                               | P  | 3 |
| Capstone-Projekt  | Hochschule            | 6                               | P  | 3 |
| Validierung von Praxiserfahrungen III   | Hochschule<br>Betrieb | 12 (8 Betrieb,<br>4 Hochschule) | P  | 3 |
|   |                       | <b>42</b>                       |    |   |
| Personal und Führung  | Hochschule            | 6                               | P  | 4 |
| Rahmenbedingungen des Wirtschaftens III: Geld und Währung, Wirtschaftspolitik und - ethik | Hochschule            | 6                               | P  | 4 |
| Planspiel   | Hochschule            | <b>6</b>                        | P  | 4 |
| Allgemeines Wahlfach  | Hochschule            | 6                               | WP | 4 |
| Spezialisierung/Vertiefung  | Hochschule            | 6                               | WP | 4 |
| Validierung von Praxiserfahrungen IV  | Hochschule<br>Betrieb | 12 (8 Betrieb,<br>4 Hochschule) | P  | 4 |
| Bachelorarbeit  | Hochschule<br>Betrieb | 12 (8 Betrieb,<br>4 Hochschule) | P  | 4 |
|   |                       | <b>54</b>                       |    |   |
|   |                       | <b>180</b>                      |    |   |

## § 6 Modulbeschreibungen

(1) Die in § 5 aufgeführten Module werden in den Modulbeschreibungen ausführlich beschrieben.

(2) In den Modulbeschreibungen werden die Inhalte und Kompetenzziele beschrieben. Zudem werden die verwendeten Lehr – und Lernformen, die Voraussetzungen für die Teilnahme und Hinweise auf die geeignete Vorbereitung auf das Modul, die Häufigkeit des Angebots des Moduls sowie dessen Verwendbarkeit dargestellt. Weiterhin werden in den Modulbeschreibungen Arbeitsaufwand (Workload) und Dauer des Moduls beziffert und die Verzahnung im Curriculum dargestellt. Schließlich werden die Voraussetzung zum Erwerb der Leistungspunkte und die Prüfungsform geregelt.

(3) Modulbeschreibungen werden vor Studienjahresbeginn für das jeweils folgende Studienjahr in geeigneter Form auf der Internetseite oder dem Lernmanagementsystem der Hochschule veröffentlicht.

## § 7 Inkrafttreten

Diese Ordnung tritt mit Wirkung zum 01. September 2021 in Kraft.

Hamburg, den 23. Juni 2021

Berufliche Hochschule Hamburg (BHH)