

Staatlich anerkannte Fachhochschule
PTL Wedel, Prof. Dr. D. Harms, Prof. Dr. H. Harms
Gemeinnützige Schulgesellschaft mbH

STUDIEN- UND PRÜFUNGSORDNUNG
Bachelor-Studiengang
Marketing, Media & AI

Studienformen: Vollzeit, Dual

Vom ENTWURF

Studien- und Prüfungsordnung (Satzung) für den Bachelor-Studiengang *Marketing, Media & AI* an der Fachhochschule Wedel

Zuständiges Ministerium, Nummer, Jahr und Seite der Veröffentlichung im Nachrichtenblatt Hochschule: NBI. HS. MBWK Schl.-H. ausstehend

Aufgrund des § 52 des Hochschulgesetzes in der Fassung der Bekanntmachung vom 5. Februar 2016 (GVOBl. Schl.-H., S. 39), zuletzt geändert durch Artikel 1 des Gesetzes vom 11. Dezember 2025 (GVOBl. Schl.-H., 2025/144), wird nach Beschlussfassung durch den Senat vom ENTWURF und nach Genehmigung durch das Präsidium am selben Datum die folgende Satzung erlassen:

§ 1 Allgemeine Studienhinweise

Diese Studiengangs- und Prüfungsordnung des Bachelor-Studiengangs *Marketing, Media & AI* enthält Hinweise allgemeiner Art. Es wird den Studentinnen und Studenten empfohlen, sich auch mit der Prüfungsverfahrensordnung für Bachelor- und Masterstudiengänge an der Fachhochschule Wedel vertraut zu machen und möglichst frühzeitig Kontakt mit Professorinnen und Professoren und wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern mit dem Ziel der Studienfachberatung aufzunehmen. Außerdem wird auf die Aushänge des Prüfungssekretariates verwiesen.

§ 2 Geltungsbereich

Diese Studiengangs- und Prüfungsordnung regelt auf der Grundlage der gültigen Prüfungsverfahrensordnung für Bachelor- und Masterstudiengänge an der Fachhochschule Wedel Ziel, Inhalt und Aufbau des Studiums für den Bachelor-Studiengang *Marketing, Media & AI* an der Fachhochschule Wedel.

§ 3 Studienbeginn

Das Lehrangebot ist auf einen Beginn zum Sommer- und Wintersemester ausgelegt.

§ 4 Regelstudienzeit

Das Lehrangebot erstreckt sich über sieben Semester (Regelstudienzeit). Der zeitliche Gesamtumfang der für den erfolgreichen Abschluss des Studiums erforderlichen Arbeitslast beträgt 6300 Stunden (= 210 ECTS-Punkte). Für den Erwerb eines ECTS-Punktes wird ein Arbeitsaufwand von 30 Stunden zugrunde gelegt.

§ 5 Abschluss

Den Absolventinnen und Absolventen des Bachelor-Studiums wird der akademische Grad eines „Bachelor of Science“ (abgekürzt: B.Sc.) verliehen.

§ 6 Studienberatung

Zu den Modulen beraten die Modulverantwortlichen.

Die übergreifende Studienfachberatung zur individuellen Studienplanung erfolgt durch vom Prüfungsausschuss bestimmte Studienfachberaterinnen und Studienfachberater. In der Regel sind dies die Studiengangsleiterinnen und Studiengangsleiter.

Für nicht fachspezifische Studienprobleme steht die Allgemeine Studienberatung der FH Wedel zur Verfügung.

§ 7 Studienformen

Das Studium kann in folgenden Formen absolviert werden: Vollzeit, Dual.

Details regelt die Prüfungsverfahrensordnung.

§ 8 Qualifikationsziele

(1) Allgemeine Qualifikationsziele

Der Bachelorstudiengang „Marketing, Media & AI“ führt zu einem ersten berufsqualifizierenden Studienabschluss. Er qualifiziert Studierende für die Konzeption, Umsetzung und Analyse digitaler Marketingstrategien in einem technologiegetriebenen Umfeld. Die Absolventinnen und Absolventen erwerben fundierte Kenntnisse im Marketing, insbesondere im Digital Marketing, Social Media, CRM, Performance Marketing und Influencer Marketing. Ergänzt wird dies durch Kompetenzen im strategischen und operativen Marketing- und Vertriebsmanagement sowie im digitalen Produktmanagement. Sie verstehen zentrale wirtschaftspsychologische Prinzipien und können Nutzerverhalten differenziert analysieren und in Marketingstrategien überführen.

Ein besonderer fachlicher Schwerpunkt liegt auf der datengetriebenen Entscheidungsfindung: Die Studierenden lernen, Daten systematisch zu erheben, zu analysieren und zur Optimierung von Marketingmaßnahmen zu nutzen. Inhalte wie Data Analytics in Business, deskriptive und induktive Statistik sowie Web- & App-Analytics bilden dabei die methodischen und technologischen Grundlagen. Der Umgang mit modernen Tools und Methoden der Künstlichen Intelligenz wird praxisnah vermittelt und auf mediengestützte Kommunikations- und Marketingprozesse angewendet.

Durch praxisorientierte Projekte, Forschungsseminare und die enge Verknüpfung von Theorie und Anwendung entwickeln die Studierenden ein tiefes Verständnis für die aktuellen Herausforderungen im digitalen Marketing. Sie sind in der Lage, mediale Inhalte zielgruppengerecht zu gestalten, innovative Marketingformate zu entwickeln und deren Wirkung evidenzbasiert zu bewerten. Der Studiengang bereitet somit auf eine fachlich fundierte, analytisch geprägte und gestalterisch-kreative Berufstätigkeit in Unternehmen, Agenturen oder als Gründer vor.

Folgende zentrale fachliche Kompetenzen sollen im Verlauf des Studiums erworben werden:

- a: Die Fertigkeit, Marketing- und Käuferfahrungen von Grund auf zu konzipieren und mit Hilfe relevanter Werkzeuge bis zur Einsatzfähigkeit eigenständig zu implementieren.
- b: Die Fertigkeit, zur Konzeption, Erstellung und Bearbeitung medialer Inhalte (etwa Texte, Grafiken, Bilder oder Videos), insbesondere für Marketing- und Kommunikationszwecke.
- c: Die Fertigkeit, Tools und Anwendungen aus dem Bereich der künstlichen Intelligenz, insbesondere auch aus dem Bereich der generativen künstlichen Intelligenz, für die Konzeption, Umsetzung und Auswertung von Marketingaktivitäten auszuwählen, zu implementieren und zielgerichtet einzusetzen.
- d: Die Fertigkeit, Zielgruppen für Produkte und Dienstleistungen zu definieren und ihre Bedürfnisse zu analysieren.
- e: Die Fertigkeit, Zielgruppen-spezifische Marketing- und Vertriebsaktivitäten im digitalen Raum zu konzipieren, umzusetzen, zu analysieren und ihren betriebswirtschaftlichen

Erfolg anhand zuvor definierter Kennzahlen zu bewerten.

- f: Die Fertigkeit, relevante Datenpunkte zu Erfolgsmessung zu identifizieren, die entsprechenden Daten zu erheben und passende Verfahren (deskriptive, induktive, multivariate sowie aus dem Bereich Machine Learning) auszuwählen und anzuwenden.
- g: Die Fertigkeit, digitale Marketing- und Vertriebskanäle im strategischen Gesamtkontext des Marketing-Mixes eines Unternehmens einzuordnen und ihr Potenzial und ihren Einsatz zu bewerten.

Die fachlichen Kompetenzen werden ergänzt durch die folgenden überfachlichen Kompetenzen:

- a: Die Fähigkeit, fachliche Zusammenhänge anderen Personen (auch fachfremden) verständlich zu präsentieren, auch in Form schriftlicher Ausarbeitungen.
- b: Die Fähigkeit die Bedürfnisse unterschiedlicher Zielgruppen zu Erfassen und diese effizient in die Gestaltung digitaler Leistungsangebote und deren Vermarktung zu überführen.
- c: Die Fähigkeit, sich in neue Methoden, Technologien und Anwendungen des Marketings, der Informatik und die Analyse selbständig einzuarbeiten.
- d: Die Fähigkeit, in einem, evtl. interdisziplinär zusammengesetzten, Team erfolgreich tätig zu werden.

(2) Besondere Qualifikationsziele des Vollzeitstudiums

Die Qualifikationsziele des Vollzeitstudiums sind durch die allgemeinen Ziele umfassend beschrieben.

(3) Besondere Qualifikationsziele des dualen Studiums

Das duale Studium setzt einen Schwerpunkt in der Verzahnung von Theorie- und Praxiseinheiten innerhalb des Studiums. Der konzeptionelle Aufbau der theoretischen Inhalte innerhalb des Studiums entspricht hierbei dem des Vollzeitstudiums. Innerhalb der praktischen Aufgaben wurde das Studiumskonzept speziell angepasst, um eine enge Verzahnung zwischen Lehre und Anwendung zu gewährleisten. Innerhalb des Studiums gibt es mehrere studiengangsspezifische Projekte bzw. selbstständige Arbeiten, die im dualen Studium unmittelbar im Unternehmen durchgeführt werden können und die auf akademischer Ebene von Dozenten der FH betreut werden. Die Verzahnung der Inhalte ist hier sehr einfach, da die Projektinhalte maßgeblich von den Studentinnen und Studenten gemeinsam mit den betreuenden Unternehmen gestaltet werden. Somit agieren die Dozenten hier eher in einer betreuenden Rolle. Wichtig ist hierbei hervorzuheben, dass die Projekte in der Regel Vertiefungen des Lernstoffs darstellen, so kommen theoretisch verankerte Konzepte hier zur praktischen Anwendung im Unternehmen. Innerhalb der Studienleistung „Wissenschaftliche Ausarbeitung“ im sechsten Semester wird eine wissenschaftliche Arbeit im Unternehmen erstellt, die in enger Abstimmung von Fachhochschule und Unternehmen durchgeführt wird. Hier werden speziell studiengangsspezifische Inhalte in Anwendung und Theorie vertieft. Final werden Unterrichtsinhalte innerhalb der Bachelorarbeit im Unternehmen angewendet und sowohl praktisch (Arbeit im Unternehmen) und auch theoretisch (Gestaltung einer wissenschaftlichen Arbeit) vertieft. Ein zentrales Konzept hierbei ist der Austausch von Hochschule und Unternehmen, um die Abstimmung von Arbeits- und Lehrinhalten sicherzustellen.

§ 9 Studienverlaufs- und Prüfungsplan

Die Module, die dazugehörigen Lehrveranstaltungen und deren Semesterzuordnung sowie etwaige Wahlblöcke mit Vertiefungsrichtungen werden im Studienverlaufs- und Prüfungsplan (siehe Anlage) aufgelistet.

§ 10 Inkrafttreten

Diese Satzung tritt mit der Wirkung vom 1. Oktober 2026 in Kraft.

Wedel, den ENTWURF

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'E. Harms', written in a cursive style.

Prof. Dr. Eike Harms
Präsident der Fachhochschule Wedel

Anhang: Studienverlaufs- und Prüfungsplan

B_MMAI26.0

Studienverlaufs- und Prüfungsplan Marketing, Media & AI (B.Sc.)



Modul-Nr. Modul			Aufwand pro Semester											Prüfung					Einordnung										
			ECTS pro Semester							Fq.	VE	Hfgk.	KoZ	EiZ	AA	Anw.	Vorl.	Art.	Ben.	Vers.	Dauer	Vert.	WB.	LF.	Mit.	Sprache		Fachgebiet	
	Prfg.-Nr.	Veranstaltung	1	2	3	4	5	6	7				[h]	[h]	[h]						[min]						V.	M.	
MB363	Study Bootcamp Medien																								bo				Integrationsfach
	TB357	Study Bootcamp Medien	15,0							W	15	7	129,0	188,0	317,0	J		PFK (AB,BP,K1)	J	3	60			VU	ann, bo, hi, mlo	DE	DE		
MB137	Wirtschaftspsychologie																								afi				Integrationsfach
	TB220	Wirtschaftspsychologie	5,0							W	4	6	30,0	120,0	150,0	N		K1	J	3*	90			V	afi, gi	DE	DE		
MB323	GenAI für Studium und Beruf																								gre				Integrationsfach
	TB315	GenAI für Studium und Beruf	5,0							W	4	6	30,0	120,0	150,0	J		PF (PR,SA)	N	3				VU	gre	DE (EN)	DE/EN		
MB364	Coding Skills																								krq				Informatik
	TB358	Coding Skills	3,0							W	4	6	22,5	67,5	90,0	N		K1	J	3*	120			V	krq	DE	DE		
	TB359	Übg. Coding Skills	2,0							W	4	6	30,0	30,0	60,0	J		AB	N	o.B.				U	ahr, krq	DE	DE		
MB336	Study Bootcamp Commerce and Marketing																								awo				Integration
	TB330	Study Bootcamp Commerce and Marketing		15,0						S	16	7	90,0	360,0	450,0	J		PFK (PR,SA)	J	3				V	awo	DE	DE		
MB033	Business and Commercial English																								ev				Fremdsprachen & Recht
	TB138	Business English		2,5						S	4	6	30,0	45,0	75,0	N		K1	J	3*	180			V	ev	DE	DE		
		Commercial English		2,5						S	2	6	15,0	60,0	75,0	N								V	ev	DE	DE		
MB377	Deskriptive Statistik und Lineare Algebra																								fbo				Mathematik
	TB373	Deskriptive Statistik		2,5						S	2	6	15,0	60,0	75,0	N		K1	J	3*	120			V	fbo	DE	DE		
		Lineare Algebra		2,5						S	2	6	15,0	60,0	75,0	N								V	aha	DE	DE		
MB387	Kernkonzepte der Psychologie																								afi				Integrationsfach
	TB387	Kernkonzepte der Psychologie		5,0						S	4	6	30,0	120,0	150,0	N		K1	J	3*	120			V	mt	DE	DE		
MB041	Induktive Statistik																								fbo				Mathematik
	TB017	Induktive Statistik			5,0					W	2	12	30,0	120,0	150,0	N		K1	J	3*	90			VU	fbo	DE	DE		
MB207	Advanced Digital Marketing																								jpl				Wirtschaft
	TB149	Advanced Digital Marketing			5,0					W	2	12	30,0	120,0	150,0	N		PF (KL,SA)	J	3	90			V	jpl	DE	DE		
MB337	Customer Relationship Management																								awo				Integration
	TB331	Customer Relationship Management			5,0					W	2	12	30,0	120,0	150,0	N		PR	J	3				V	awo	DE	DE		
MB366	Datenbanken																								mpa				Informatik
	TB361	Datenbanken			3,0					W	1	12	15,0	75,0	90,0	N		K1	J	3*	60			V	mpa	DE	DE		
	TB362	Übg. Datenbanken			2,0					W	1	12	15,0	45,0	60,0	J		AB	N	o.B.				U	ne	DE	DE		
MB375	Betriebswirtschaftslehre																								fko				Wirtschaft
	TB371	Betriebswirtschaftslehre			5,0					W	2	12	30,0	120,0	150,0	N		K1	J	3*	60			VU	fko	DE	DE		
MB381	App Marketing and User Experience																								awo				Integrationsfach
	TB388	App Marketing			3,0					W	1	12	15,0	75,0	90,0	N		SA	J	3				VU	awo	DE	DE		
	TB378	User Experience			2,0					W	1	12	15,0	45,0	60,0	J		PR	J	3				VU	ols	DE	DE		

Modul-Nr. Modul			Aufwand pro Semester													Prüfung					Einordnung								
			ECTS pro Semester							Fq.	VE	Hfgk.	KoZ	EIZ	AA	Anw.	Vorl.	Art.	Ben.	Vers.	Dauer	Vert.	WB.	LF.	Mit.	Sprache		Fachgebiet	
	Prfg.-Nr.	Veranstaltung	1	2	3	4	5	6	7				[h]	[h]	[h]						[min]						V.	M.	
MB035	Office-Anwendungen																									ne			Informatik
	TB114	Office-Software				3,0				S	2	7	17,5	72,5	90,0	N		K1	J	3*	90			VU	ne	DE	DE		
	TB124	Visual Basic for Applications				2,0				S	2	5	12,5	47,5	60,0	N	TB352 oder TB358, TB359	AB	N	o.B.	90			VU	ne	DE	DE		
MB118	Soft Skills																								Doz			Medien & Kommunikation	
	TB042	Assistenz				3,0				W+S	2	12	22,5	67,5	90,0	N		SA	N	o.B.				A	Doz	DE	DE		
	TB043	Communication Skills				2,0				W+S	1	12	15,0	45,0	60,0	J		SA	N	o.B.				W	amk, pgo	DE	DE		
MB202	Web-Technologien																								awo			Informatik	
	TB159	Web-Technologien				2,0				S	1	12	15,0	45,0	60,0	N		K1	J	3*	90			V	mpg	DE	DE		
	TB157	Übg. Web-Technologien				3,0				S	1	12	15,0	75,0	90,0	J	TB359	AB	N	o.B.				U	mpg	DE	DE		
MB281	Strategisches Marketing- und Vertriebsmanagement																								afi			Wirtschaft	
	TB273	Strategisches Marketing- und Vertriebsmanagement				5,0				S	2	12	30,0	120,0	150,0	N		K1	J	3*	90			VU	afi	DE	DE		
MB291	Web- and App-Analytics																								awo			Wirtschaft	
	TB282	Web- and App-Analytics				2,0				S	1	12	15,0	45,0	60,0	N		K1	J	3*	60			VU	awo	DE	DE		
	TB126	Web-Analytics Projekt				3,0				S	2	12	22,5	67,5	90,0	J		SA	J	3				PR	awo	DE	DE		
MB338	Social Media Marketing																								awo			Wirtschaft	
	TB332	Social Media Marketing				5,0				S	2	12	30,0	120,0	150,0	N		PR	J	3				V	N.N	DE	DE		
MB277	Differentielle-, Emotions- und Motivationspsychologie																								afi			Integrationsfach	
	TB270	Differentielle-, Emotions- und Motivationspsychologie					5,0			W+S	2	12	30,0	120,0	150,0	N		K1	J	3*	120			VU	rgi	DE	DE		
MB293	Digital Product Management																								awo			Integrationsfach	
	TB284	Digital Product Management					5,0			W	2	12	30,0	120,0	150,0	J		K1	J	3*				VU	gru	DE	DE		
MB339	Projekt Social Media: AI und Influencer Marketing																								awo			Integration	
	TB333	Projekt Social Media: AI und Influencer Marketing				10,0				W	4	12	60,0	240,0	300,0	J		SA	J	3				P	awo	DE	DE		
MB342	Data Analytics in Business																								fbo			Integration	
	TB336	Data Analytics in Business				10,0				W	4	12	60,0	240,0	300,0	J		SA	J	3				W	fbo	DE	DE		
MB053	Datenschutz und Medienrecht																								gb			Fremdsprachen & Recht	
	TB078	Datenschutz								S	1	12	15,0	45,0	60,0	N		K1	J	3*	180			V	bra	DE	DE		
		Medienrecht					2,0		S	1	12	15,0	75,0	90,0	N							V	job	DE	DE				
MB257	Auslandssemester																								hbr			Integrationsfach	
	TB039	Auslandssemester					30,0			W+S	13	12	187,5	712,5	900,0	N		AU	J	3				Y	hbr	DE	DE		
MB283	Operatives Marketing- und Vertriebsmanagement																								afi			Wirtschaft	
	TB275	Operatives Marketing- und Vertriebsmanagement					5,0			S	2	12	30,0	120,0	150,0	N		K1	J	3*	90			VU	afi	DE	DE		
MB340	Projekt Digital Marketing: Paid Media																								awo			Wirtschaft	
	TB334	Projekt Digital Marketing: Paid Media					5,0			S	2	12	30,0	120,0	150,0	J		SA	J	3				P	awo	DE	DE		
MB341	Seminar Digital Marketing, Media and AI																								awo			Integration	
	TB317	Wissenschaftliches Arbeiten					1,0			W+S	1	12	10,0	20,0	30,0	N		AB	N	o.B.				V	dsg	DE	DE		
	TB318	Seminar					4,0			W+S	1	12	15,0	105,0	120,0	J		SA	J	3				S	dsg	DE	DE		
MB351	AI & Data-driven Marketing und Services																								afi			Wirtschaft	
	TB346	AI & Data-driven Marketing und Services					5,0			S	2	12	30,0	120,0	150,0	N		K1	J	3*	90			VU	gi, afi	DE	DE		
MB368	Venture Lab																								jpl			Wirtschaft	
	TB389	Venture Lab					5,0			S	3	12	45,0	105,0	150,0	J		PF (PR,SA)	J	3				V	jpl, vma	DE	DE		
MB150	Bachelor-Thesis																								Doz			Integrationsfach	
	TB050	Bachelor-Thesis							12,0	W+S	0	12	0,0	360,0	360,0	N		SA	J	2				TS	Doz	DE	DE		
MB370	Bachelor-Kolloquium																								Doz			Integrationsfach	
	TB365	Bachelor-Kolloquium							3,0	W+S	1	1	0,5	89,5	90,0	N	TB050	KO	J	2	30			K	Doz	DE	DE		
MB371	Praktikum																								Doz			Integrationsfach	
	TB366	Praktikum							15,0	W+S	0	12	0,0	450,0	450,0	N		PB	N	o.B.				BR	Doz	DE	DE		

Spalte	Bedeutung
Modul-Nr.	Modulnummer
Modul	Bezeichnung des Moduls
Prfg.-Nr.	Prüfungsfachnummer
Veranstaltung	Bezeichnung der Lehrveranstaltung
ECTS pro Semester	Angabe, in welchem Semester in einer Fachrichtung das Modul mit wie vielen ECTS liegt
Fq.	Frequenz (W = Wintersemester, S = Sommersemester, W+S = jedes Semester)
VE	Veranstaltungseinheit (1 = 75 Minuten / Woche)
Hfgk.	Anzahl Wochen
KoZ	Kontaktzeit
EiZ	Selbststudium
AA	Arbeitsaufwand
Anw.	Anwesenheit
Vorl.	erforderliche Vorleistungen
Art	Prüfungsform (s. Tabelle unten)
Ben.	Benotung (J = Ja, N = Nein)
Vers.	Anzahl der Versuche (* 4. Versuch = mündliche Nachprüfung)
Dauer	Dauer der Prüfung
Vert.	Vertiefungsrichtung
WB	Wahlblockzuordnung
LF.	Veranstaltungsform (s. Tabelle unten)
Mit.	Mitarbeiterkürzel
Sprache V.	Vorlesungssprache (DE = Deutsch, EN = Englisch)
Sprache M.	Sprache der Unterrichtsmaterialien (DE = Deutsch, EN = Englisch)
Fachgebiet	Informatik / Integrationsfach / Mathematik / Technik / Wirtschaft / Medien & Kommunikation / Fremdsprachen & Recht

Kürzel	Prüfungsart	Kürzel	Veranstaltungsform
AB	Abnahme	A	Assistenz
AS	Assessment	BC	Bootcamp
AU	Ausland	BR	Betriebliches Praktikum
BP	Begleitprüfung	di	Mehrere Veranstaltungsarten
K1	Klausur + ggf. Bonus	F	Fallstudie
K2	Klausur / Mündliche Prüfung + ggf. Bonus	K	Kolloquium
KL	Klausur	P	Praktikum
KM	Klausur / Mündliche Prüfung	PR	Projekt
KO	Kolloquium	S	Seminar
LA	Laborabschluss	TS	Thesis
LP	Laborprüfung	U	Übung / Praktikum / Planspiel
LT	Lerntagebuch	Y	Veranstaltungen an ausländischer Hochschule
MP	Mündliche Prüfung	V	Vorlesung
PB	Praktikumsbericht	VU	Vorlesung mit integrierter Übung / Workshop / Assigm.
PF	Portfolio-Prüfung	W	Workshop
PFK	Portfolio-Prüfung mit Kompensationsprüfung		
PR	Präsentation / Referat		
PX	Praxisbericht		
SA	Schriftl. Ausarbeitung (ggf. mit Präsentation)		
TE	Teilnahme		

B_MMAI_D26.0

Studienverlaufs- und Prüfungsplan Marketing, Media & AI (dual) (B.Sc.)



Modul-Nr. Modul			Aufwand pro Semester												Prüfung					Einordnung									
			ECTS pro Semester							Fq.	VE	Hfgk.	KoZ	EiZ	AA	Anw.	Vorl.	Art.	Ben.	Vers.	Dauer	Vert.	WB.	LF.	Mit.	Sprache		Fachgebiet	
	Prfg.-Nr.	Veranstaltung	1	2	3	4	5	6	7				[h]	[h]	[h]						[min]						V.	M.	
MB363	Study Bootcamp Medien																									bo			Integrationsfach
	TB357	Study Bootcamp Medien	15,0							W	15	7	129,0	188,0	317,0	J		PFK (AB,BP,K1)	J	3	60			VU	ann, bo, hi, mlo	DE	DE		
MB137	Wirtschaftspsychologie																									afi			Integrationsfach
	TB220	Wirtschaftspsychologie	5,0							W	4	6	30,0	120,0	150,0	N		K1	J	3*	90			V	afi, gi	DE	DE		
MB323	GenAI für Studium und Beruf																									gre			Integrationsfach
	TB315	GenAI für Studium und Beruf	5,0							W	4	6	30,0	120,0	150,0	J		PF (PR,SA)	N	3				VU	gre	DE (EN)	DE/EN		
MB364	Coding Skills																									krq			Informatik
	TB358	Coding Skills	3,0							W	4	6	22,5	67,5	90,0	N		K1	J	3*	120			V	krq	DE	DE		
	TB359	Übg. Coding Skills	2,0							W	4	6	30,0	30,0	60,0	J		AB	N	o.B.				U	krq	DE	DE		
MB336	Study Bootcamp Commerce and Marketing																									awo			Integration
	TB330	Study Bootcamp Commerce and Marketing		15,0						S	16	7	90,0	360,0	450,0	J		PFK (PR,SA)	J	3				V	awo	DE	DE		
MB033	Business and Commercial English																									ev			Fremdsprachen & Recht
	TB138	Business English		2,5						S	4	6	30,0	45,0	75,0	N		K1	J	3*	180			V	ev	DE	DE		
Commercial English			2,5					S	2	6	15,0	60,0	75,0	N			V					ev	DE	DE					
MB377	Deskriptive Statistik und Lineare Algebra																									fbo			Mathematik
	TB373	Deskriptive Statistik		2,5						S	2	6	15,0	60,0	75,0	N		K1	J	3*	120			V	fbo	DE	DE		
		Lineare Algebra		2,5					S	2	6	15,0	60,0	75,0	N							V	aha	DE	DE				
MB387	Kernkonzepte der Psychologie																									afi			Integrationsfach
	TB387	Kernkonzepte der Psychologie		5,0						S	4	6	30,0	120,0	150,0	N		K1	J	3*	120			V	mt	DE	DE		
MB041	Induktive Statistik																									fbo			Mathematik
	TB017	Induktive Statistik			5,0					W	2	12	30,0	120,0	150,0	N		K1	J	3*	90			VU	fbo	DE	DE		
MB207	Advanced Digital Marketing																									jpl			Wirtschaft
	TB149	Advanced Digital Marketing			5,0					W	2	12	30,0	120,0	150,0	N		PF (KL,SA)	J	3	90			V	jpl	DE	DE		
MB337	Customer Relationship Management																									awo			Integration
	TB331	Customer Relationship Management			5,0					W	2	12	30,0	120,0	150,0	N		PR	J	3				V	awo	DE	DE		
MB366	Datenbanken																									mpa			Informatik
	TB361	Datenbanken			3,0					W	1	12	15,0	75,0	90,0	N		K1	J	3*	60			V	mpa	DE	DE		
	TB362	Übg. Datenbanken			2,0					W	1	12	15,0	45,0	60,0	J		AB	N	o.B.				U	ne	DE	DE		
MB375	Betriebswirtschaftslehre																									fko			Wirtschaft
	TB371	Betriebswirtschaftslehre			5,0					W	2	12	30,0	120,0	150,0	N		K1	J	3*	60			VU	fko	DE	DE		
MB381	App Marketing and User Experience																									awo			Integrationsfach
	TB388	App Marketing			3,0					W	1	12	15,0	75,0	90,0	N		SA	J	3				VU	awo	DE	DE		
	TB378	User Experience			2,0					W	1	12	15,0	45,0	60,0	J		PR	J	3				VU	ols	DE	DE		

Modul-Nr. Modul			Aufwand pro Semester												Prüfung					Einordnung								
			ECTS pro Semester							Fq.	VE	Hfgk.	KoZ	EIZ	AA	Anw.	Vorl.	Art.	Ben.	Vers.	Dauer	Vert.	WB.	LF.	Mit.	Sprache	Fachgebiet	
	Prfg.-Nr.	Veranstaltung	1	2	3	4	5	6	7				[h]	[h]	[h]						[min]					V.	M.	
MB035	Office-Anwendungen																								ne		Informatik	
	TB114	Office-Software				3,0				S	2	7	17,5	72,5	90,0	N		K1	J	3*	90			VU	ne	DE	DE	
	TB124	Visual Basic for Applications				2,0				S	2	5	12,5	47,5	60,0	N	TB352 oder TB358, TB359	AB	N	o.B.	90			VU	ne	DE	DE	
MB118	Soft Skills																								Doz		Medien & Kommunikation	
	TB042	Assistenz				3,0				W+S	2	12	22,5	67,5	90,0	N		SA	N	o.B.				A	Doz	DE	DE	
	TB043	Communication Skills				2,0				W+S	1	12	15,0	45,0	60,0	J		SA	N	o.B.				W	amk	DE	DE	
MB202	Web-Technologien																								awo		Informatik	
	TB159	Web-Technologien				2,0				S	1	12	15,0	45,0	60,0	N		K1	J	3*	90			V	mpg	DE	DE	
	TB157	Übg. Web-Technologien				3,0				S	1	12	15,0	75,0	90,0	J	TB359	AB	N	o.B.				U	mpg	DE	DE	
MB281	Strategisches Marketing- und Vertriebsmanagement																								afi		Wirtschaft	
	TB273	Strategisches Marketing- und Vertriebsmanagement				5,0				S	2	12	30,0	120,0	150,0	N		K1	J	3*	90			VU	afi	DE	DE	
MB291	Web- and App-Analytics																								awo		Wirtschaft	
	TB282	Web- and App-Analytics				2,0				S	1	12	15,0	45,0	60,0	N		K1	J	3*	60			VU	awo	DE	DE	
	TB126	Web-Analytics Projekt				3,0				S	2	12	22,5	67,5	90,0	J		SA	J	3				PR	awo	DE	DE	
MB338	Social Media Marketing																								awo		Wirtschaft	
	TB332	Social Media Marketing				5,0				S	2	12	30,0	120,0	150,0	N		PR	J	3				V	N.N	DE	DE	
MB277	Differentielle-, Emotions- und Motivationspsychologie																								afi		Integrationsfach	
	TB270	Differentielle-, Emotions- und Motivationspsychologie				5,0				W+S	2	12	30,0	120,0	150,0	N		K1	J	3*	120			VU	rgi	DE	DE	
MB293	Digital Product Management																								awo		Integrationsfach	
	TB284	Digital Product Management				5,0				W	2	12	30,0	120,0	150,0	J		K1	J	3*				VU	gru	DE	DE	
MB339	Projekt Social Media: AI und Influencer Marketing																								awo		Integration	
	TB333	Projekt Social Media: AI und Influencer Marketing				10,0				W	4	12	60,0	240,0	300,0	J		SA	J	3				P	awo	DE	DE	
MB342	Data Analytics in Business																								fbo		Integration	
	TB336	Data Analytics in Business				10,0				W	4	12	60,0	240,0	300,0	J		SA	J	3				W	fbo	DE	DE	
MB176	Praxissemester																								aam		Integrationsfach	
	TB053	Praxissemester					25,0			W+S	10	20	250,0	500,0	750,0	J		PX	N	o.B.				PR	Doz	DE	DE	
MB179	Wissenschaftliche Ausarbeitung																								aam		Integrationsfach	
	TB054	Wissenschaftliche Ausarbeitung					5,0			W+S	2	12	22,5	127,5	150,0	J		SA	J	3				PR	Doz	DE	DE	
MB150	Bachelor-Thesis																								Doz		Integrationsfach	
	TB050	Bachelor-Thesis							12,0	W+S	0	12	0,0	360,0	360,0	N		SA	J	2				TS	Doz	DE	DE	
MB370	Bachelor-Kolloquium																								Doz		Integrationsfach	
	TB365	Bachelor-Kolloquium							3,0	W+S	1	1	0,5	89,5	90,0	N	TB050	KO	J	2	30			K	Doz	DE	DE	
MB371	Praktikum																								Doz		Integrationsfach	
	TB366	Praktikum							15,0	W+S	0	12	0,0	450,0	450,0	N		PB	N	o.B.				BR	Doz	DE	DE	

Spalte	Bedeutung
Modul-Nr.	Modulnummer
Modul	Bezeichnung des Moduls
Prfg.-Nr.	Prüfungsfachnummer
Veranstaltung	Bezeichnung der Lehrveranstaltung
ECTS pro Semester	Angabe, in welchem Semester in einer Fachrichtung das Modul mit wie vielen ECTS liegt
Fq.	Frequenz (W = Wintersemester, S = Sommersemester, W+S = jedes Semester)
VE	Veranstaltungseinheit (1 = 75 Minuten / Woche)
Hfgk.	Anzahl Wochen
KoZ	Kontaktzeit
EiZ	Selbststudium
AA	Arbeitsaufwand
Anw.	Anwesenheit
Vorl.	erforderliche Vorleistungen
Art	Prüfungsform (s. Tabelle unten)
Ben.	Benotung (J = Ja, N = Nein)
Vers.	Anzahl der Versuche (* 4. Versuch = mündliche Nachprüfung)
Dauer	Dauer der Prüfung
Vert.	Vertiefungsrichtung
WB	Wahlblockzuordnung
LF.	Veranstaltungsform (s. Tabelle unten)
Mit.	Mitarbeiterkürzel
Sprache V.	Vorlesungssprache (DE = Deutsch, EN = Englisch)
Sprache M.	Sprache der Unterrichtsmaterialien (DE = Deutsch, EN = Englisch)
Fachgebiet	Informatik / Integrationsfach / Mathematik / Technik / Wirtschaft / Medien & Kommunikation / Fremdsprachen & Recht

Kürzel	Prüfungsart	Kürzel	Veranstaltungsform
AB	Abnahme	A	Assistenz
AS	Assessment	BC	Bootcamp
AU	Ausland	BR	Betriebliches Praktikum
BP	Begleitprüfung	di	Mehrere Veranstaltungsarten
K1	Klausur + ggf. Bonus	F	Fallstudie
K2	Klausur / Mündliche Prüfung + ggf. Bonus	K	Kolloquium
KL	Klausur	P	Praktikum
KM	Klausur / Mündliche Prüfung	PR	Projekt
KO	Kolloquium	S	Seminar
LA	Laborabschluss	TS	Thesis
LP	Laborprüfung	U	Übung / Praktikum / Planspiel
LT	Lerntagebuch	Y	Veranstaltungen an ausländischer Hochschule
MP	Mündliche Prüfung	V	Vorlesung
PB	Praktikumsbericht	VU	Vorlesung mit integrierter Übung / Workshop / Assigm.
PF	Portfolio-Prüfung	W	Workshop
PFK	Portfolio-Prüfung mit Kompensationsprüfung		
PR	Präsentation / Referat		
PX	Praxisbericht		
SA	Schriftl. Ausarbeitung (ggf. mit Präsentation)		
TE	Teilnahme		