



# **Studien- und Prüfungsordnung für den Bachelorstudiengang Digitales Marketing und E-Commerce an der Technischen Hochschule Aschaffenburg (SPO ECOM)**

vom 23. Januar 2025

geändert mit Satzung vom 28.01.2026

*Dies ist eine lesbare – nicht amtliche – Gesamtausgabe. Die amtlich bekanntgemachten Satzungen sind unter <https://www.th-ab.de/bekanntmachungen> veröffentlicht.*

Aufgrund von Art. 9, Art. 80 Abs. 1 und Art. 84 Abs. 2 des Bayerischen Hochschulinnovationsgesetzes (BayHIG) vom 5. August 2022 (GVBl. S. 414, BayRS 2210-1-3-WK), das zuletzt durch § 1 des Gesetzes vom 23. Juli 2024 (GVBl. S. 257) geändert worden ist, erlässt die Technische Hochschule Aschaffenburg folgende Satzung:

## Inhaltsübersicht

- § 1 Zweck der Studien- und Prüfungsordnung
- § 2 Studienziel
- § 3 Regelstudienzeit, Aufbau des Studiums
- § 4 Module, Einzellehrveranstaltungen und Leistungsnachweise
- § 5 Studienplan
- § 6 Studienfortschritt
- § 7 Fachstudienberatung
- § 8 Praktisches Studiensemester
- § 9 Prüfungskommission
- § 10 Bachelorarbeit
- § 11 ECTS-Leistungspunkte, Modul- und Prüfungsgesamtnote
- § 12 Zeugnis
- § 13 Akademischer Grad und Diploma Supplement
- § 14 Inkrafttreten und Übergangsbestimmungen

## § 1 Zweck der Studien- und Prüfungsordnung

Diese Studien- und Prüfungsordnung dient der Ausfüllung und Ergänzung der Allgemeinen Prüfungsordnung (APO) der Technischen Hochschule Aschaffenburg vom 14. Februar 2023 in ihrer geltenden Fassung.

## § 2 Studienziel

- (1) Der Bachelorstudiengang Digitales Marketing und E-Commerce verfolgt das Ziel, Studierenden eine praxisorientierte Ausbildung zu bieten, die auf wissenschaftlich fundierten Methoden basiert. Die Ausbildung bereitet Absolventinnen und Absolventen darauf vor, als Bachelor of Arts im Bereich des Digitalen Marketings und E-Commerce eigenständig beruflich tätig zu sein.
- (2) In den ersten Semestern werden grundlegende Fachinhalte und Basiskenntnisse vermittelt, auf die in späteren Studienabschnitten spezialisierte Inhalte zum Digitalen Marketing und E-Commerce aufbauen. So erlangen Studierende ein tiefes Verständnis für die vielfältigen Aspekte der digitalen Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen, um den unterschiedlichen Anforderungen der Berufswelt im Digitalen Marketing und E-Commerce gerecht zu werden. Sie entwickeln die Fähigkeit, wesentliche Trends und Zusammenhänge im Digitalen Marketing und E-Commerce zu erkennen und die nötige Flexibilität, um sich in diesem dynamischen Berufsfeld erfolgreich zu etablieren. Schwerpunkte und Wahlmodule bieten den Studierenden zudem die Möglichkeit, das Studium individuell zu gestalten und den eigenen Interessen sowie beruflichen Zielsetzungen anzupassen.
- (3) Darüber hinaus fördert das Studium die Kompetenz, qualifizierte Fach- und Führungsaufgaben im Digitalen Marketing und E-Commerce-Bereich zu übernehmen. Studierende lernen, analytisch zu denken, im Team und eigenständig zu arbeiten sowie verantwortungsbewusste Entscheidungen zu treffen.

## § 3 Regelstudienzeit, Aufbau des Studiums

- (1) <sup>1</sup>Der Studiengang wird als Vollzeitstudium im Blended Learning-Modell mit einer Kombination aus Präsenz- und Onlinelehre angeboten. <sup>2</sup>Die hierdurch mögliche zeitliche und räumliche Flexibilität soll es insbesondere Personen in besonderen Lebenslagen ermöglichen, ein Studium erfolgreich abzuschließen.
- (2) <sup>1</sup>Die Präsenzen finden in der Regel am Studienort „Miltenberg“ statt, einige frei wählbare Module werden auch am Studienort „Aschaffenburg“ angeboten. <sup>2</sup>Die Präsenzzeiten vor Ort beschränken sich während der ersten vier Semester in der Regel auf 2 Tage pro Woche.
- (3) <sup>1</sup>Im Rahmen der Onlinelehre werden auf einer Lernplattform Online-Lernpakete zur Verfügung gestellt, die im Selbststudium zu erarbeiten sind. <sup>2</sup>Die Studierenden werden hierbei durch den interaktiven Austausch mit anderen Studierenden, Tutorinnen und Tutoressen und Dozentinnen und Dozenten (z.B. durch Diskussionsforen, Chats oder Videokonferenzen) unterstützt.
- (4) <sup>1</sup>Das Studium umfasst eine Regelstudienzeit von sieben Studiensemestern mit sechs theoretischen und einem praktischen Studiensemester. <sup>2</sup>Das praktische Studiensemester soll im fünften oder im sechsten Semester absolviert werden. <sup>3</sup>Ein Praktikum vor dem Studium wird ausdrücklich empfohlen.

- (5) <sup>1</sup>Die Studierenden müssen zwei Studienschwerpunktmodule absolvieren. <sup>2</sup>Das Angebot an grundsätzlich wählbaren Studienschwerpunkten sowie deren Inhalt und die zulässigen Kombinationen von Studienschwerpunkten ergeben sich aus der Satzung über die Studienschwerpunkte in den Studiengängen der Fakultät Wirtschaft und Recht an der Technischen Hochschule Aschaffenburg. <sup>3</sup>Die Wahl eines Studienschwerpunktmoduls ist verbindlich, sobald erstmals eine Prüfungsleistung im jeweiligen Studienschwerpunktmodul angetreten wurde.

## § 4 Module, Einzellehrveranstaltungen und Leistungsnachweise

- (1) <sup>1</sup>Die Module und ihre Einzellehrveranstaltungen, Semesterstundenzahlen, die Art der Lehrveranstaltungen, Art, Umfang und Inhalte der Prüfungen, die ECTS-Leistungspunkte, die Notengewichte der Modulendnoten sowie weitere Bestimmungen hierzu sind in den Anlagen zu dieser Studien- und Prüfungsordnung festgelegt. <sup>2</sup>Sind unterschiedliche Lehrveranstaltungsarten oder Prüfungsformen vorgesehen, erfolgt die endgültige Festlegung durch den Studienplan und das Modulhandbuch.
- (2) Die Module werden als Pflichtmodule, Wahlpflichtmodule oder Wahlmodule geführt.
- Pflichtmodule sind für alle Studierenden des Bachelorstudienganges
  - Die Wahlpflichtmodule sind die Module, aus denen die Studierendennach Maßgabe dieser Studien- und Prüfungsordnung und des Studienplanes eine bestimmte Auswahl treffen müssen. Die gewählten Module werden wie Pflichtmodule behandelt.
  - Wahlmodule sind Module, die für die Erreichung des Studienziels nicht verbindlich vorgeschrieben sind und im Studienplan als solche ausgewiesen sind.
- (3) Für die allgemeinwissenschaftlichen und fachwissenschaftlichen Wahlpflichtmodule werden die in Absatz 1 genannten Festlegungen im Studienplan und im Modulhandbuch getroffen, soweit die Anlagen zu dieser Studien- und Prüfungsordnung hierzu keine Regelungen enthalten.

## § 5 Studienplan

- (1) <sup>1</sup>Die Fakultät Wirtschaft und Recht erstellt zur Sicherstellung des Lehrangebots und zur Information der Studierenden im Bachelorstudiengang einen Studienplan mit Modulhandbuch, aus dem sich der Ablauf des Studiums im Einzelnen ergibt. <sup>2</sup>Der Studienplan wird vom Fakultätsrat beschlossen und ist hochschul öffentlich bekannt zu machen. <sup>3</sup>Die Bekanntmachung neuer Regelungen muss spätestens zu Beginn der Vorlesungszeit des Semesters erfolgen, in dem die Regelungen erstmals anzuwenden sind. <sup>4</sup>Der Studienplan mit dem Modulhandbuch enthält insbesondere Regelungen und Angaben über
- die zeitliche Aufteilung der Semesterwochenstunden je Modul auf die Studiensemester und die zu erreichenden ECTS-Leistungspunkte,
  - den Katalog der wählbaren allgemein- und fachwissenschaftlichen Wahlpflichtmodule mit ihren Semesterwochenstundenzahlen,
  - die Lehrveranstaltungsart in den einzelnen Modulen, soweit sie nicht in der Anlage 1 zu dieser Satzung abschließend festgelegt wurden,
  - die Studienziele und -inhalte der einzelnen Module,
  - die Ziele und Inhalte der Praxis und der praxisbegleitenden Lehrveranstaltungen im praktischen Studiensemester sowie deren Form und Organisation,
  - die Ausbildungsziele und -inhalte sowie den Ausbildungsplan für das praktische Studiensemester,
  - nähere Bestimmungen über Prüfungen und Teilnahmenachweise.

- (2) Im Studienplan können die Semesterwochenstunden der Module derart modifiziert werden, dass ein Teil der Lehrveranstaltungen durch entsprechende Einheiten selbstgesteuerten Lernens ersetzt werden.
- (3) <sup>1</sup>Ein Anspruch darauf, dass sämtliche vorgesehenen Studienschwerpunktmodule, Wahlpflichtmodule (fach- und allgemeinwissenschaftliche) und Wahlmodule tatsächlich angeboten werden, besteht nicht. <sup>2</sup>Desgleichen besteht kein Anspruch darauf, dass solche Lehrveranstaltungen bei nicht ausreichender Teilnehmerzahl durchgeführt werden.

## § 6 Studienfortschritt

- (1) <sup>1</sup>Bis zum Ende des zweiten Studiensemesters sind Prüfungsleistungen in den Einzellehrveranstaltungen „Grundlagen E-Commerce“, „Wirtschaftsmathematik“ und „Rechnungswesen“ (Grundlagen- und Orientierungsprüfung) zu erbringen. <sup>2</sup>Überschreiten Studierende die Frist nach Satz 1, gelten die noch nicht erbrachten Prüfungsleistungen als erstmals nicht bestanden.
- (2) <sup>1</sup>Eintrittsvoraussetzung für das erste Schwerpunktmodul sowie das praktische Studiensemester ist das Erreichen von 90 ECTS-Leistungspunkten. <sup>2</sup>Abweichungen von dieser Regel darf die Prüfungskommission nur aus zwingenden Gründen (z.B. Auslandssemester) beschließen; die Gründe sind schriftlich festzuhalten.

## § 7 Fachstudienberatung

Studierende, die bis zum Ende des zweiten Fachsemesters noch keine 30 ECTS-Leistungspunkte erreicht haben, sind verpflichtet, die Fachstudienberatung zu konsultieren.

## § 8 Praktisches Studiensemester

- (1) <sup>1</sup>Das praktische Studiensemester umfasst mindestens 20 Wochen und maximal 26 Wochen und wird durch die praxisbegleitenden Lehrveranstaltungen sowie den Workshop Wissenschaftliches Arbeiten gemäß den Anlagen zu dieser Studien- und Prüfungsordnung vertieft und ergänzt. <sup>2</sup>Einzelheiten zu den praxisbegleitenden Lehrveranstaltungen ergeben sich aus dem Studienplan.
- (2) Das praktische Studiensemester ist erfolgreich abgeleistet, wenn
- die notwendigen Praxiszeiten durch ein Zeugnis der Ausbildungsstelle, das dem von der Hochschule vorgegebenen Muster entspricht, nachgewiesen sind und
  - der Praxisbericht „mit Erfolg“ bewertet und die geforderten Leistungsnachweise der praxisbegleitenden Lehrveranstaltungen und des Workshops Wissenschaftliches Arbeiten erfolgreich absolviert wurden.
- (3) Die oder der Praktikumsbeauftragte des Studiengangs steht den Studierenden beratend zur Verfügung.

## § 9 Prüfungskommission

Es wird eine Prüfungskommission mit einem vorsitzenden Mitglied und zwei weiteren Mitgliedern gebildet, die vom Fakultätsrat bestellt werden.

## § 10 Bachelorarbeit

- (1) <sup>1</sup>Mit der Bachelorarbeit soll der Nachweis erbracht werden, dass die bzw. der Studierende in der Lage ist, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein Problem aus dem jeweiligen Fach selbstständig nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten. <sup>2</sup>Zur Bachelorarbeit wird zugelassen, wer mindestens 130 ECTS-Leistungspunkte erreicht und den Workshop Wissenschaftliches Arbeiten erfolgreich absolviert hat. <sup>3</sup>Die Themen werden von Professorinnen und Professoren der Hochschule vergeben. <sup>4</sup>Die Bearbeitungszeit beträgt drei Monate und beginnt am Tag der Bekanntgabe des Themas. <sup>5</sup>Der Zeitpunkt der Bekanntgabe und das Thema sind von der Aufgabenstellerin (Prüferin) oder dem Aufgabensteller (Prüfer) aktenkundig zu machen.
- (2) Die Ausgabe eines Themas an mehrere Studierende zur gemeinsamen Bearbeitung ist zulässig, sofern die individuelle Leistung der einzelnen Studierenden deutlich abgrenzbar und bewertbar ist.
- (3) Erhält die oder der Studierende nicht rechtzeitig ein Thema, so wird von der Prüfungskommission die Ausgabe des Themas der Bachelorarbeit durch eine Aufgabenstellerin oder einen Aufgabensteller veranlasst.
- (4) Das Ergebnis der Bachelorarbeit ist in einem Vortrag zu präsentieren und diskutieren.

## § 11 ECTS-Leistungspunkte, Modul- und Prüfungsgesamtnote

- (1) <sup>1</sup>Für erfolgreich erbrachte Prüfungsleistungen in den Pflicht- und Wahlpflichtmodulen sowie für erfolgreich abgeleistete Praxiszeiten werden die ECTS-Kreditpunkte nach der Anlage 1 zu dieser Studien- und Prüfungsordnung vergeben. <sup>2</sup>Ein ECTS-Leistungspunkt entspricht dabei einem Arbeitsaufwand von insgesamt etwa 30 Zeitstunden. <sup>3</sup>Für Wahlmodule werden anrechenbare ECTS-Leistungspunkte nicht vergeben.
- (2) <sup>1</sup>Die Modulnote wird als gewichtetes arithmetisches Mittel der Noten der zugehörigen Einzellehrveranstaltungen ermittelt. <sup>2</sup>Die Gewichtung der Einzellehrveranstaltungen ergibt sich aus der Anlage 1 zu dieser Studien- und Prüfungsordnung.
- (3) <sup>1</sup>Die Prüfungsgesamtnote wird durch Bildung des gewichteten arithmetischen Mittels der Modulnoten errechnet. <sup>2</sup>Soweit sich aus der Anlage 1 zu dieser Satzung keine andere Gewichtung ergibt, ist das Gewicht einer Modulnote gleich der Anzahl der zugeordneten Modul- ECTS-Leistungspunkte.
- (4) Es sind 210 ECTS-Leistungspunkte entsprechend der in der Anlage 1 zu dieser SPO spezifizierten Modulen zu erwerben.
- (5) Sofern die Gleichwertigkeit der erworbenen Kompetenzen gegeben ist, können Studien- und Prüfungsleistungen, die nicht an Hochschulen oder den Hochschulen gleichzusetzenden Einrichtungen erworben wurden, bis zu einem maximalen Umfang von 105 ECTS-Leistungspunkten angerechnet werden.

## § 12 Zeugnis

Über die bestandene Bachelorprüfung wird ein Zeugnis gemäß dem jeweiligen Muster in der Anlage zur Allgemeinen Prüfungsordnung der Technischen Hochschule Aschaffenburg ausgestellt.

## § 13 Akademische Grade und Diploma Supplement

- (1) Aufgrund des erfolgreichen Abschlusses der Bachelorprüfung wird der akademische Grad „Bachelor of Arts“, Kurzform: „B.A.“, verliehen.
- (2) Über die Verleihung des akademischen Grades wird eine Urkunde gemäß dem jeweiligen Muster in der Anlage zur Allgemeinen Prüfungsordnung der Technischen Hochschule Aschaffenburg ausgestellt.
- (3) Der Urkunde werden eine englischsprachige Übersetzung und ein Diploma Supplement beigefügt.

## § 14 Inkrafttreten

Diese Studien- und Prüfungsordnung tritt am 15. September 2025 in Kraft.

**Anlage 1** zur Studien- und Prüfungsordnung für den Bachelorstudiengang **Digitales Marketing und E-Commerce** an der Technischen Hochschule Aschaffenburg

**1. Übersicht über die Module, Fächer und Prüfungen der theoretischen Studiensemester**

Modul-Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Art der Lehrveranstaltung	ECTS	SWS	Zulassung zum Modul	Zulassung zur Prüfung <sup>1</sup>	Art, Dauer der Prüfung, ggf. Teilleistung <sup>1</sup>	Benotung	ECTS Gewichtung
1.1	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre		5	4					1
1.1.1	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	BL, SU, Ü		2			StA mit/ohne mdl. Präs. oder Kl. 60 – 120 Min. oder mdl. LN 15 – 20 Min.	ja	3/5
1.1.2	Fallstudien zur Wirtschaftsinformatik	BL, SU, Ü		2			StA mit/ohne mdl. Präs. oder Kl. 60 – 120 Min. oder mdl. LN 15 – 20 Min.	mE/oE	2/5
1.2	Grundlagen E-Commerce	BL, SU, Ü	5	4			StA mit/ohne mdl. Präs. oder Kl. 60 – 180 Min. oder mdl. LN 15 – 20 Min. oder Portfolioprüfung <sup>A1)</sup>	ja	1
1.3	Grundlagen Web-Programmierung	BL, SU, Ü	5	4			StA mit/ohne mdl. Präs. oder Kl. 60 – 180 Min. oder mdl. LN 15 – 20 Min. oder Portfolioprüfung <sup>A2)</sup>	ja	1

<sup>1</sup> Das Nähere wird im Studienplan festgelegt.

<sup>2</sup> Zeit für Exkursion wird durch entsprechend entfallende Lehrveranstaltungen gewonnen.

<sup>3</sup> Es werden Kenntnisse in ausgewählten allgemeinwissenschaftlichen Gebieten vermittelt (ggf. auch Fremdsprachen, Beschreibung der spezifischen Qualifikationsziele im Modulhandbuch). Die Studierenden können die vermittelten Kenntnisse anwenden und Aufgabenstellungen der gewählten Gebiete bearbeiten.

<sup>4</sup> Es werden fachspezifische Kenntnisse in ausgewählten Fachgebieten vermittelt (Beschreibung der spezifischen Qualifikationsziele im Modulhandbuch). Die Studierenden können die vermittelten Kenntnisse anwenden und betriebswirtschaftliche Aufgabenstellungen der gewählten Gebiete bearbeiten.

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Art der Lehrveranstaltung	ECTS	SWS	Zulassung zum Modul	Zulassung zur Prüfung <sup>1</sup>	Art, Dauer der Prüfung, ggf. Teilleistung <sup>1</sup>	Benotung	ECTS Gewichtung
1.4	Wirtschaftsmathematik	BL, SU, Ü	5	4			StA mit/ohne mdl. Präs. oder Kl. 60 – 180 Min. oder mdl. LN 15 – 20 Min.	ja	1
1.5	Selbstmanagement und Teamarbeit	BL, SU, Ü	5	4			StA mit/ohne mdl. Präs. oder Kl. 60 – 180 Min. oder mdl. LN 15 – 20 Min. oder Portfolioprüfung <sup>A3)</sup>	ja	1
1.6	Wirtschaftsenglisch	BL, SU, Ü	5	4		ZV=1 mdl. LN mE/oE	StA mit/ohne mdl. Präs. oder Kl. 60 – 180 Min. oder mdl. LN 15 – 20 Min.	mE/oE	1
1.7	Marketing	BL, SU, Ü	5	4			StA mit/ohne mdl. Präs. oder Kl. 60 – 180 Min. oder mdl. LN 15 – 20 Min. oder Portfolioprüfung <sup>A4</sup>	ja	1
1.8	Rechnungswesen	BL, SU, Ü	5	4			StA mit/ohne mdl. Präs. oder Kl. 60 – 180 Min. oder mdl. LN 15 – 20 Min.	ja	1

<sup>1</sup> Das Nähere wird im Studienplan festgelegt.

<sup>2</sup> Zeit für Exkursion wird durch entsprechend entfallende Lehrveranstaltungen gewonnen.

<sup>3</sup> Es werden Kenntnisse in ausgewählten allgemeinwissenschaftlichen Gebieten vermittelt (ggf. auch Fremdsprachen, Beschreibung der spezifischen Qualifikationsziele im Modulhandbuch). Die Studierenden können die vermittelten Kenntnisse anwenden und Aufgabenstellungen der gewählten Gebiete bearbeiten.

<sup>4</sup> Es werden fachspezifische Kenntnisse in ausgewählten Fachgebieten vermittelt (Beschreibung der spezifischen Qualifikationsziele im Modulhandbuch). Die Studierenden können die vermittelten Kenntnisse anwenden und betriebswirtschaftliche Aufgabenstellungen der gewählten Gebiete bearbeiten.

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Art der Lehrveranstaltung	ECTS	SWS	Zulassung zum Modul	Zulassung zur Prüfung <sup>1</sup>	Art, Dauer der Prüfung, ggf. Teilleistung <sup>1</sup>	Benotung	ECTS Gewichtung
1.9	Statistik	BL, SU, Ü	5	4			StA mit/ohne mdl. Präs. oder Kl. 60 – 180 Min. oder mdl. LN 15 – 20 Min.	ja	1
1.10	Digitales Marketing	BL, SU, Ü	5	4			StA mit/ohne mdl. Präs. oder Kl. 60 – 180 Min. oder mdl. LN 15 – 20 Min.	ja	1
1.11	Allgemeinwissenschaftliches Wahlpflichtmodul und Projektmanagement		5	4					
1.11.1	Allgemeinwissenschaftliches Wahlpflichtfach <sup>3</sup>	BL, SU, Ü		2			StA mit/ohne mdl. Präs. oder Kl. 60 – 120 Min. oder mdl. LN 15 – 20 Min. oder 1 prLN	ja	2,5/5
1.11.2	Projektmanagement	BL, SU, Ü		2			StA mit/ohne mdl. Präs. oder Kl. 60 – 120 Min. oder mdl. LN 15 – 20 Min. oder Portfolioprüfung <sup>A5)</sup>	ja	2,5/5

<sup>1</sup> Das Nähere wird im Studienplan festgelegt.

<sup>2</sup> Zeit für Exkursion wird durch entsprechend entfallende Lehrveranstaltungen gewonnen.

<sup>3</sup> Es werden Kenntnisse in ausgewählten allgemeinwissenschaftlichen Gebieten vermittelt (ggf. auch Fremdsprachen, Beschreibung der spezifischen Qualifikationsziele im Modulhandbuch). Die Studierenden können die vermittelten Kenntnisse anwenden und Aufgabenstellungen der gewählten Gebiete bearbeiten.

<sup>4</sup> Es werden fachspezifische Kenntnisse in ausgewählten Fachgebieten vermittelt (Beschreibung der spezifischen Qualifikationsziele im Modulhandbuch). Die Studierenden können die vermittelten Kenntnisse anwenden und betriebswirtschaftliche Aufgabenstellungen der gewählten Gebiete bearbeiten.

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Art der Lehrveranstaltung	ECTS	SWS	Zulassung zum Modul	Zulassung zur Prüfung <sup>1</sup>	Art, Dauer der Prüfung, ggf. Teilleistung <sup>1</sup>	Benotung	ECTS Gewichtung
1.12	Digitale Geschäftsmodelle	BL, SU, Ü	5	4			StA mit/ohne mdl. Präs. oder Kl. 60 – 180 Min. oder mdl. LN 15 – 20 Min.	ja	1
1.13	Innovationsmanagement und Digitalisierung	BL, SU, Ü	5	4			StA mit/ohne mdl. Präs. oder Kl. 60 – 180 Min. oder mdl. LN 15 – 20 Min.	ja	1
1.14	Bürgerliches Recht	BL, SU, Ü	5	4			StA mit/ohne mdl. Präs. oder Kl. 60 – 180 Min. oder mdl. LN 15 – 20 Min.	ja	1
1.15	Einkauf und Logistik	BL, SU, Ü	5	4			StA mit/ohne mdl. Präs. oder Kl. 60 – 180 Min. oder mdl. LN 15 – 20 Min. oder Portfolioprüfung <sup>A3)</sup>	ja	1
1.16	User Experience	BL, SU, Ü	5	4			StA mit/ohne mdl. Präs. oder Kl. 60 – 180 Min. oder mdl. LN 15 – 20 Min. oder Portfolio-Prüfung <sup>A6)</sup>	ja	1

<sup>1</sup> Das Nähere wird im Studienplan festgelegt.

<sup>2</sup> Zeit für Exkursion wird durch entsprechend entfallende Lehrveranstaltungen gewonnen.

<sup>3</sup> Es werden Kenntnisse in ausgewählten allgemeinwissenschaftlichen Gebieten vermittelt (ggf. auch Fremdsprachen, Beschreibung der spezifischen Qualifikationsziele im Modulhandbuch). Die Studierenden können die vermittelten Kenntnisse anwenden und Aufgabenstellungen der gewählten Gebiete bearbeiten.

<sup>4</sup> Es werden fachspezifische Kenntnisse in ausgewählten Fachgebieten vermittelt (Beschreibung der spezifischen Qualifikationsziele im Modulhandbuch). Die Studierenden können die vermittelten Kenntnisse anwenden und betriebswirtschaftliche Aufgabenstellungen der gewählten Gebiete bearbeiten.

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Art der Lehrveranstaltung	ECTS	SWS	Zulassung zum Modul	Zulassung zur Prüfung <sup>1</sup>	Art, Dauer der Prüfung, ggf. Teilleistung <sup>1</sup>	Benotung	ECTS Gewichtung
1.17	Mobile Systeme und Anwendungen	BL, SU, Ü	5	4			StA mit/ohne mdl. Präs. oder Kl. 60 – 180 Min. oder mdl. LN 15 – 20 Min.	ja	1
1.18	Digitales Vertriebsmanagement	BL, SU, Ü	5	4			StA mit/ohne mdl. Präs. oder Kl. 60 – 180 Min. oder mdl. LN 15 – 20 Min. oder Portfolio-prüfung <sup>A8)</sup>	ja	1
1.19	Unternehmensgründung	BL, SU, Ü	5	4			StA mit/ohne mdl. Präs. oder Kl. 60 – 180 Min. oder mdl. LN 15 – 20 Min. oder Portfolioprüfung <sup>A1)</sup>	ja	1
1.20	Organisation und Prozessmanagement	BL, SU, Ü, S, P, Ex <sup>2</sup>	5	4			StA mit/ohne mdl. Präs. oder Kl. 60 – 180 Min. oder mdl. LN 15 – 20 Min.	ja	1
1.21	Bilanzierung und Finanzierung	BL, SU, Ü	5	4			StA mit/ohne mdl. Präs. oder Kl. 60 – 180 Min. oder mdl. LN 15 – 20 Min.	ja	1

<sup>1</sup> Das Nähere wird im Studienplan festgelegt.

<sup>2</sup> Zeit für Exkursion wird durch entsprechend entfallende Lehrveranstaltungen gewonnen.

<sup>3</sup> Es werden Kenntnisse in ausgewählten allgemeinwissenschaftlichen Gebieten vermittelt (ggf. auch Fremdsprachen, Beschreibung der spezifischen Qualifikationsziele im Modulhandbuch). Die Studierenden können die vermittelten Kenntnisse anwenden und Aufgabenstellungen der gewählten Gebiete bearbeiten.

<sup>4</sup> Es werden fachspezifische Kenntnisse in ausgewählten Fachgebieten vermittelt (Beschreibung der spezifischen Qualifikationsziele im Modulhandbuch). Die Studierenden können die vermittelten Kenntnisse anwenden und betriebswirtschaftliche Aufgabenstellungen der gewählten Gebiete bearbeiten.

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Art der Lehrveranstaltung	ECTS	SWS	Zulassung zum Modul	Zulassung zur Prüfung <sup>1</sup>	Art, Dauer der Prüfung, ggf. Teilleistung <sup>1</sup>	Benotung	ECTS Gewichtung
1.22	<b>Medien und Kommunikation</b>	BL, SU, Ü	5	4			StA mit/ohne mdl. Präs. oder Kl. 60 – 180 Min. oder mdl. LN 15 – 20 Min.	ja	1
1.23	<b>Data - Management &amp; Analytics</b>	BL, SU, Ü	5	4			StA mit/ohne mdl. Präs. oder Kl. 60 – 180 Min. oder mdl. LN 15 – 20 Min.	ja	1
1.24	<b>Social Media und Social Commerce</b>	SU, Ü, S, P, Ex <sup>2</sup>	5	4		TN=ZV	StA mit/ohne mdl. Präs. oder Kl. 60 – 180 Min. oder mdl. LN 15 – 20 Min.	ja	1
1.25	<b>Fachwissenschaftliches Wahlpflichtmodul 1</b>	BL, SU, Ü	5	4			StA mit/ohne mdl. Präs. oder Kl. 60 – 180 Min. oder mdl. LN 15 – 20 Min.	ja	1
1.26	<b>Fachwissenschaftliches Wahlpflichtmodul 2</b>	BL, SU, Ü	5	4			StA mit/ohne mdl. Präs. oder Kl. 60 – 180 Min. oder mdl. LN 15 – 20 Min.	ja	1
1.27	<b>Webshop Praxisprojekt</b>	SU, Ü	5	4			StA mit/ohne mdl. Präs. oder Kl. 60 – 180 Min. oder mdl. LN 15 – 20 Min. oder Portfolio-prüfung <sup>A7)</sup>	ja	1

<sup>1</sup> Das Nähere wird im Studienplan festgelegt.

<sup>2</sup> Zeit für Exkursion wird durch entsprechend entfallende Lehrveranstaltungen gewonnen.

<sup>3</sup> Es werden Kenntnisse in ausgewählten allgemeinwissenschaftlichen Gebieten vermittelt (ggf. auch Fremdsprachen, Beschreibung der spezifischen Qualifikationsziele im Modulhandbuch). Die Studierenden können die vermittelten Kenntnisse anwenden und Aufgabenstellungen der gewählten Gebiete bearbeiten.

<sup>4</sup> Es werden fachspezifische Kenntnisse in ausgewählten Fachgebieten vermittelt (Beschreibung der spezifischen Qualifikationsziele im Modulhandbuch). Die Studierenden können die vermittelten Kenntnisse anwenden und betriebswirtschaftliche Aufgabenstellungen der gewählten Gebiete bearbeiten.

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Art der Lehrveranstaltung	ECTS	SWS	Zulassung zum Modul	Zulassung zur Prüfung <sup>1</sup>	Art, Dauer der Prüfung, ggf. Teilleistung <sup>1</sup>	Benotung	ECTS Gewichtung
1.28	Bachelorarbeit		15	10	130 ECTS + Workshop Wiss. Arbeiten + Beginn Prak. Studiensemester				2
1.28.1	Bachelorarbeit			8			BA	ja	12/15
1.28.2	Kolloquium			2			mdl. Präs. (10–30 min.)	mE/oE	3/15
1.29-	Studienschwerpunkt 1 (siehe die Satzung über die Studienschwerpunkte in den Studiengängen der Fakultät Wirtschaft und Recht an der Technischen Hochschule Aschaffenburg)		15	10	90 ECTS			ja	2
1.30	Studienschwerpunkt 2 (siehe die Satzung über die Studienschwerpunkte in den Studiengängen der Fakultät Wirtschaft und Recht an der Technischen Hochschule Aschaffenburg)		15	10	90 ECTS			ja	2

<sup>1</sup> Das Nähere wird im Studienplan festgelegt.

<sup>2</sup> Zeit für Exkursion wird durch entsprechend entfallende Lehrveranstaltungen gewonnen.

<sup>3</sup> Es werden Kenntnisse in ausgewählten allgemeinwissenschaftlichen Gebieten vermittelt (ggf. auch Fremdsprachen, Beschreibung der spezifischen Qualifikationsziele im Modulhandbuch). Die Studierenden können die vermittelten Kenntnisse anwenden und Aufgabenstellungen der gewählten Gebiete bearbeiten.

<sup>4</sup> Es werden fachspezifische Kenntnisse in ausgewählten Fachgebieten vermittelt (Beschreibung der spezifischen Qualifikationsziele im Modulhandbuch). Die Studierenden können die vermittelten Kenntnisse anwenden und betriebswirtschaftliche Aufgabenstellungen der gewählten Gebiete bearbeiten.

## 2. Übersicht über das Praktische Studiensemester

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Art der Lehrveranstaltung	ECTS	SWS	Zulassung zum Modul	Zulassung zur Prüfung <sup>1</sup>	Art, Dauer der Prüfung, ggf. Teilleistung <sup>1</sup>	Benotung	ECTS Gewichtung
1.31	Praktisches Studiensemester		6	30	90 ECTS				1
1.31.1	Praxissemester	Praxissemester				TN	Praxisbericht	mE/oE	24/30
1.31.2	Praxisergänzende Vertiefung 1 <sup>1</sup>	SU, Ü, S, P, Ex <sup>2</sup>	2			TN=ZV	1 prLN	mE/oE	2/30
1.31.3	Praxisergänzende Vertiefung 2 <sup>1</sup>	SU, Ü, S, P, Ex <sup>2</sup>	2			TN=ZV	1 prLN	mE/oE	2/30
1.31.4	Workshop Wissenschaftliches Arbeiten	SU, Ü, S, P, Ex2		2		TN=ZV	1 prLN	mE/oE	2/30

<sup>1</sup> Das Nähere wird im Studienplan festgelegt.

<sup>2</sup> Zeit für Exkursion wird durch entsprechend entfallende Lehrveranstaltungen gewonnen.

<sup>3</sup> Es werden Kenntnisse in ausgewählten allgemeinwissenschaftlichen Gebieten vermittelt (ggf. auch Fremdsprachen, Beschreibung der spezifischen Qualifikationsziele im Modulhandbuch). Die Studierenden können die vermittelten Kenntnisse anwenden und Aufgabenstellungen der gewählten Gebiete bearbeiten.

<sup>4</sup> Es werden fachspezifische Kenntnisse in ausgewählten Fachgebieten vermittelt (Beschreibung der spezifischen Qualifikationsziele im Modulhandbuch). Die Studierenden können die vermittelten Kenntnisse anwenden und betriebswirtschaftliche Aufgabenstellungen der gewählten Gebiete bearbeiten.

## Erläuterungen und Abkürzungen:

A1) (Grundlagen E-Commerce): Drei bis vier Teilleistungen, von welchen eine mündlich erfolgen kann. Die Übrigen erfolgen schriftlich. Die schriftlichen Teilleistungen umfassen insgesamt nicht mehr als 15 Seiten.

A2) (Grundlagen Web-Programmierung): Drei bis vier Teilleistungen, von welchen eine mündlich erfolgen kann. Die Übrigen erfolgen schriftlich. Die schriftlichen Teilleistungen umfassen insgesamt nicht mehr als 15 Seiten.

A3) (Selbstmanagement und Teamarbeit und Einkauf und Logistik): Drei bis vier Teilleistungen, davon ist eine mündlich und die übrigen schriftlich zu erbringen. Die schriftlichen Leistungen umfassen insgesamt nicht mehr als 15 Seiten.

A4) (Marketing): Drei bis vier Teilleistungen, von welchen eine mündlich erfolgen kann. Im Übrigen handelt es sich um schriftliche Teilleistungen, die insgesamt nicht mehr als 15 Seiten umfassen.

A5) (Projektmanagement): Drei schriftliche Teilleistungen, die insgesamt nicht mehr als 10 Seiten umfassen.

A6) (User Experience): Drei bis vier Teilleistungen, von welchen eine mündlich erfolgen kann. Die Übrigen erfolgen schriftlich. Die schriftlichen Teilleistungen umfassen insgesamt nicht mehr als 15 Seiten.

A7) (Webshop Praxisprojekt): Drei bis vier Teilleistungen, von welchen eine mündlich erfolgen kann. Die Übrigen erfolgen schriftlich. Die schriftlichen Teilleistungen umfassen insgesamt nicht mehr als 15 Seiten.

A8) (Digitales Vertriebsmanagement): Drei Teilleistungen, davon sind zwei schriftliche Einreichungen und eine schriftliche Klausur von 60 Minuten.

AWPM	Allgemeinwissenschaftliches Wahlpflichtmodul	P	Praktikum
B	Bachelor	Präs.	Präsentation
BA	Bachelorarbeit	prLN	Praktischer Leistungsnachweis
BL	Blended Learning	RaPO	Rahmenprüfungsordnung
Ex	Exkursion	S	Seminar
FWPM	Fachbezogenes Wahlpflichtmodul	schrP	schriftliche Prüfung
gem.	gemäß	SPO	Studien- und Prüfungsordnung
GewE	Gewicht der Fachendnote bei Bildung der Prüfungsgesamtnote	StA	Studien- bzw. Projektarbeit: 10 – 20 Seiten
KI	Klausur	SU	seminaristischer Unterricht
LN	Leistungsnachweis	SWS	Semesterwochenstunden
LV	Lehrveranstaltung	T	Teil
mdl.	mündlich(er)	TN	Teilnahmenachweis
mE	mit Erfolg abgelegt	Ü	Übung
oE	ohne Erfolg abgelegt	ZV	Zulassungsvoraussetzung

**Anlage 2** zur Studien- und Prüfungsordnung für den **Bachelorstudiengang Digitales Marketing und E-Commerce** an der Technischen Hochschule Aschaffenburg

**1. Übersicht über die Prüfungsinhalte der theoretischen Studiensemester**

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Prüfungsinhalte
1.1	<b>Grundlagen der Betriebswirtschaft</b>	
1.1.1	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Betriebswirtschaftslehre als wissenschaftliche Disziplin und Sozialwissenschaft</li> <li>• Basiskonzepte der Betriebswirtschaftslehre</li> <li>• Grundlagen des Marketing-Mix und der Konsumentenpsychologie, Marktpositionierung, Marktsegmentierung</li> <li>• Grundzüge des strategischen Managements</li> <li>• betriebliche Leistungserstellung</li> <li>• betriebliche Funktionsbereiche</li> <li>• betriebliche Kosten- und Leistungsrechnung</li> <li>• Leistungserstellung, Leistungsverwertung und finanzielle Sphäre</li> </ul>
1.1.2	Fallstudien zur Wirtschaftsinformatik	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlegende Aspekte der Wirtschaftsinformatik und Bedeutung der Digitalisierung</li> <li>• Basiskonzepte zur Beschreibung der Architektur von Informationssystemen insbesondere von betriebswirtschaftlicher Standardanwendungssoftware für kleinere und mittlere Unternehmen (KMU)</li> <li>• Ökonomische und technischen Grundlagen aktueller Informationstechnologien mit besonderer Bedeutung für kleinere und mittlerer Unternehmen (KMU) (z.B. des Cloud Computings)</li> </ul>
1.2	<b>Grundlagen E-Commerce</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen, Bedeutungen und Rahmenbedingungen von E-Commerce</li> <li>• Marktformen und Marktakteure</li> <li>• Betriebstypen und Geschäftsmodelle</li> <li>• Grundlagen der digitalen Wertschöpfungskette <ul style="list-style-type: none"> <li>- Beschaffung und Einkauf</li> <li>- Produktpräsentation im Shopsystem</li> <li>- Marketing und Vertrieb</li> <li>- Kaufabwicklung und Bezahlsysteme</li> <li>- Logistik und Fulfillment</li> <li>- Kundenservice</li> </ul> </li> <li>• Markt- und Wettbewerbsstrategien (auch Marktentwicklung internationale Märkte und Globalisierung)</li> <li>• Controlling im E-Commerce</li> <li>• Technologien und Trends</li> <li>• Nachhaltigkeit im E-Commerce</li> </ul>
1.3	<b>Grundlagen Web-Programmierung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufbau, Struktur des Webs</li> <li>• Medienformate und ihre Verwendung im Web</li> <li>• Grundlagen der Programmierung</li> <li>• Funktion, Anwendung von HTML (HyperText Markup Language) und CSS (Cascading Style Sheets)</li> <li>• JavaScript Basics</li> <li>• Frontent-Frameworks</li> <li>• Backend-Programmiersprache</li> <li>• API-Entwicklung</li> <li>• Sicherheit</li> <li>• Web Performance</li> <li>• Tools und Methoden für die Webentwicklung mit Content-Management-Systemen</li> <li>• Grundlagen des Hostings und der Veröffentlichung</li> </ul>

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Prüfungsinhalte
1.4	<b>Wirtschaftsmathematik</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mathematische Grundkenntnisse</li> <li>• Funktionen mit einer und mehreren unabhängigen Variablen</li> <li>• Ökonomische Anwendung von Funktionen</li> <li>• Differentiationsregeln</li> <li>• Kurvendiskussion</li> <li>• Partielle Ableitungen auch höherer Ordnung</li> <li>• Extremwertbestimmung unter Nebenbedingungen</li> <li>• Lagrange-Ansatz</li> <li>• Grundregeln der Integralrechnung</li> <li>• Methoden der Zinsrechnung</li> <li>• Renten- und Tilgungsrechnung</li> <li>• Grundlagen der Investitionsrechnung</li> <li>• Renditerechnung</li> </ul>
1.5	<b>Selbstmanagement und Teamarbeit</b>	<p>Selbstmanagement:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen</li> <li>• Sichten</li> <li>• Strukturieren</li> <li>• Aufbereiten</li> <li>• Abspeichern</li> <li>• Präsentieren</li> <li>• Stress bewältigen</li> <li>• Nützliche IT-Tools</li> </ul> <p>Teamarbeit:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen</li> <li>• Effektives Arbeiten im Team</li> <li>• Nützliche IT Tools</li> </ul>
1.6	<b>Wirtschaftsenglisch</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GER-Fertigkeiten Leseverständnis, Hörverständnis, Schreiben, Sprechen, Sprachmittlung auf Niveau B2+ bis C1</li> <li>• Fachvokabular Wirtschaftsenglisch</li> <li>• Englischsprachige Geschäftskorrespondenz (z. B. Emails, Briefe)</li> <li>• Verfassen verschiedener schriftlicher Textsorten auf Englisch (z. B. Zusammenfassungen, Berichte, Blogs etc.)</li> <li>• Präsentationen, Telefonate, Videokonferenzen, Interviews, Besprechungen und Verhandlungen auf Englisch</li> <li>• Fallstudien, Rollenspiele und Simulationen in der Zielsprache</li> <li>• Benennen, Beschreiben und Interpretieren von Definitionen, Modellen, Theorien, Konzepten, Sachverhalten und Trends aus Betriebswirtschaft und Ökonomie in der Zielsprache</li> <li>• Englischsprachige Artikel aus der Fachpresse</li> </ul>
1.7	<b>Marketing</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundzüge der marktorientierten Unternehmensführung / Marketing-Einführung</li> <li>• Grundlagen der Situationsanalyse</li> <li>• Wettbewerbsanalyse</li> <li>• Ressourcenanalyse</li> <li>• Einflussfaktoren des Kundenverhaltens</li> <li>• Prozess der Marktsegmentierung</li> <li>• Der Einsatz von Marketing Intelligence im Rahmen der Situationsanalyse</li> <li>• Übergreifende Situationsanalyse</li> <li>• Elemente der marktorientierten Strategieplanung</li> <li>• Produktpolitik</li> <li>• Preispolitik</li> <li>• Kommunikationspolitik</li> <li>• Distributionspolitik</li> </ul>

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Prüfungsinhalte
1.8	<b>Rechnungswesen</b>	<p>Externes Rechnungswesen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in das betriebliche Rechnungswesen</li> <li>• Grundlagen der Finanzbuchhaltung</li> <li>• Buchung von ausgewählten Geschäftsvorfällen (z.B. Warenverkehr, industrielle Leistungsprozesse, Sachanlagevermögen, Rechnungsabgrenzung, Geldverkehr, Wertpapiere, Buchungen im Personalbereich, Rückstellungen)</li> </ul> <p>Internes Rechnungswesen / Kosten- und Leistungsrechnung (KLR):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen des Internen Rechnungswesens und Abgrenzung zum Externen Rechnungswesen</li> <li>• Kostenartenrechnung,</li> <li>• Kostenstellenrechnung,</li> <li>• Kostenträgerrechnung,</li> <li>• Betriebsergebnisrechnung,</li> <li>• Grundlagen Deckungsbeitragsrechnung</li> </ul>
1.9	<b>Statistik</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen und Grundbegriffe der deskriptiven und induktiven Statistik</li> <li>• Anwendung und Erklärung von Methoden zur Erhebung, Aufbereitung, Auswertung und grafischen Darstellung von Daten</li> <li>• Berechnung und Interpretation von Lage- und Streuungsmaßen</li> <li>• Berechnung und Interpretation von Zusammenhangsmaßen</li> <li>• Grundlagen der Wahrscheinlichkeitsrechnung</li> <li>• Theoretische Verteilungen von Zufallsvariablen</li> <li>• Grundlagen schließende Statistik inkl. Testverfahren, Punkt- und Intervallschätzungen</li> <li>• sowie Tests für den Zusammenhang und Verteilungsmodelle</li> </ul>
1.10	<b>Digitales Marketing</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen des Marketingverständnisses</li> <li>• Veränderung der Mediennutzung und Kommunikation</li> <li>• Moderne Auslegung der 4Ps</li> <li>• Inbound vs. Outbound Marketing</li> <li>• Content Marketing</li> <li>• Zielgruppenanalyse – Buyer Personas und Customer Journey <ul style="list-style-type: none"> <li>- Marketinginstrumente</li> <li>- Social Media Marketing</li> <li>- Online PR</li> <li>- Podcast &amp; Video Marketing</li> <li>- Case Studies &amp; Webinare</li> <li>- SEO/SEA</li> <li>- Influencer Marketing</li> </ul> </li> <li>• Digitale Marketingkampagnen</li> <li>• Marketing Automation und Performance Marketing</li> </ul> <p>Das Zusammenspiel von Online-Marketinginstrumenten im Omnichannel Marketing</p>
1.11	<b>Allgemeinwissenschaftliches Wahlpflichtmodul und Projektmanagement</b>	
1.11.1	Allgemeinwissenschaftliches Wahlpflichtfach	siehe aktuellen Studienplan

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Prüfungsinhalte
1.11.2	Projektmanagement	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die Studierenden beherrschen Definitionen, Ziele und Aufgabenbereiche des Projektmanagements</li> <li>Sie wissen über die einzelnen Projektmanagementphasen Bescheid und können die wichtigsten Einzelschritte in den jeweiligen Projektmanagementphasen anwenden.</li> <li>Die Studierenden kennen die wichtigsten Methoden des Projektmanagements und können durch Übungen den gezielten Einsatz von Methoden bestimmen.</li> <li>Sie können die wesentlichen Erfolgs- bzw. Misserfolgs-faktoren von Projekten beurteilen.</li> <li>Auch die Bedeutung phasenübergreifender Maßnahmen, wie Risiko- und Change Management, sind ihnen bewusst.</li> <li>Die Studierenden können die spezifischen Belange von Projekten in kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) erkennen und berücksichtigen.</li> <li>Die Studierenden sind in der Lage, auf der Basis eigener Beurteilung und Fallstudienarbeit selbstständig Lösungsvorschläge zu verschiedenen Situationen im Projektmanagement zu entwickeln. Sie erarbeiten sich diese Fähigkeiten durch Fallstudien und Übungen.</li> </ul>
1.12	<b>Digitale Geschäftsmodelle</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Definition und Charakteristika digitaler Geschäftsmodelle</li> <li>Abgrenzung zu traditionellen Geschäftsmodellen</li> <li>Funktionsweise, Chancen und Risiken digitaler Geschäftsmodelle <ul style="list-style-type: none"> <li>- Free und Freemium</li> <li>- Open Source</li> <li>- E-Commerce</li> <li>- Marktplätze (auch Peer-to-Peer)</li> <li>- Abo-Modelle und On-Demand</li> <li>- Digitale Ökosysteme</li> </ul> </li> <li>Plattformökonomie und Netzwerk-Effekte <ul style="list-style-type: none"> <li>- Funktionsweise von Plattformen und ihre Geschäftsmodelle</li> <li>- Skalierungseffekte und Netzwerkeffekte in digitalen Modellen</li> </ul> </li> <li>Wertschöpfung durch digitale Produkte und Dienstleistungen</li> <li>Monetarisierungsstrategien</li> </ul>
1.13	<b>Innovationsmanagement und Digitalisierung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Innovationsökonomik: Definition, Bedeutung von Innovation, Rahmenbedingungen für Innovation, Innovationsprozess im Gesamten</li> <li>Innovationsmanagement: Innovationsprozess im betrieblichen Umfeld, Innovationsstrategie, Organisation und Menschen, Design Thinking (Prozess, Methoden)</li> <li>Technologiemanagement: Technologiezyklen</li> <li>Moderation: Haltung des Moderators, Moderationsprozess, Methoden der Moderation in allen Phasen des Moderationsprozesses</li> <li>Digitalisierung: Ziele, Vorgehen, Umsetzung</li> </ul>

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Prüfungsinhalte
1.14	<b>Bürgerliches Recht</b>	<p>Mittelstandsrelevante Aspekte des BGB und der juristischen Tätigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Juristische Arbeitstechnik, Erstellung von Rechtsgutachten</li> <li>• Allgemeiner Teil des BGB (Willenserklärungen, Vertragsschluss, Anfechtung, Fristen, Stellvertretung, Willensmängel, Minderjährigenrecht)</li> <li>• Allgemeiner Teil des Schuldrechts (Begründung von Schuldverhältnissen, Arten der Schuldverhältnisse, Unmöglichkeit, Verzug, Aufrechnung, Abtretung, Erfüllung, AGB)</li> <li>• Besonderer Teil des Schuldrechts:</li> <li>• Kaufvertragsrecht mit Abschluss, Vertragsinhalt mit typischen Regelungsbeispielen aus dem Mittelstand, Mangelbegriff, Gewährleistungsrecht und Besonderheiten bei Immobilienkaufverträgen,</li> <li>• Werkvertragsrecht mit Abschluss, Vertragsinhalt, Mangelbegriff, Gewährleistungsrecht mit den Unterschieden zum Kaufvertrag und Bauvertrag,</li> <li>• Dienstvertragsrecht, Abschluss, Vertragsinhalt und Besonderheiten des Behandlungsvertrags,</li> <li>• Darlehensvertrag, Abschluss, Arten, Aufbau der Regelungen im Gesetz und Vertragsinhalt im Überblick, erläutert an Vertragsbeispiel, Möglichkeiten der Kündigung</li> <li>• Mietvertragsrecht, Abschluss, Arten von Mietverträgen, Vertragsinhalt (typische Regelungen erläutert an Vertragsbeispiel), Aufbau der gesetzlichen Regelungen, Gewährleistung bei Mängeln, Kündigung (ordentliche und außerordentliche Kündigung)</li> <li>• Sachenrecht: Übereignung beweglicher Sachen mit Übergabesurrogaten, Eigentümer-Besitzer-Verhältnis (nur §§ 985, 986 BGB), Eigentumsverlust durch Verarbeitung, Sicherungsrechte an beweglichen Sachen (Sicherungsübereignung, Eigentumsvorbehalt, Pfandrecht), Übereignung von Immobilien mit grundbuchrechtlicher Umsetzung im Überblick, typische Regelungen in Grundstückskaufverträgen mit Vertragsbeispiel</li> <li>• Erstellung von Rechtsgutachten und praxisbezogenen Arbeitsergebnissen zu Fallstudien</li> <li>• zu den oben genannten Themen</li> </ul>
1.15	<b>Einkauf und Logistik</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der arbeitsteiligen Wertschöpfung</li> <li>• Grundlagen des Einkaufs- und Beschaffungsmanagements</li> <li>• Besondere Anforderungen von KMU an Einkaufs- und Logistikfunktionen</li> <li>• Grundlagen des Beschaffungspotfolio-Managements</li> <li>• Für Einkauf und Logistik relevante Nachhaltigkeitsaspekte</li> </ul>
1.16	<b>User Experience</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen und Grundbegriffe der User Experience (UX)</li> <li>• Schnittstelle zwischen User Experience, Brand Experience und Customer Experience</li> <li>• Kognitive Psychologie (Grundlagen der Wahrnehmung und Informationsverarbeitung)</li> <li>• Affective UX Research (Untersuchung emotionale Reaktionen auf digitale Erlebnisse/Produkte)</li> <li>• Gestaltprinzipien und deren Anwendung</li> <li>• Heuristiken und Richtlinien nach Nielsen</li> <li>• DIN ISO Standards von User Experience und Usability</li> <li>• Methoden der User Experience-Tests im Rahmen des Produktentwicklungsprozesses</li> <li>• Wireframing und Prototyping</li> <li>• Tools für die Messung und Evaluation von User Experience</li> </ul>
1.17	<b>Mobile Systeme und Anwendungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen mobiler Betriebssysteme</li> <li>• Grundlagen der Netzwerktechnik und mobile Konnektivität</li> <li>• Phasen und Durchführung des Requirement Engineerings</li> <li>• Plattformübergreifende Unterschiede und Besonderheiten</li> <li>• Mobile App Entwicklung (Native und Cross-Plattform), Backend-Integration und Deployment</li> <li>• Daten- und Energiemanagement in mobilen Systemen</li> <li>• Mobile App Testing</li> <li>• Sicherheitsstandards in mobilen Systemen (u.a. Datenschutz, Authentifizierung, Sicherheitslücken)</li> <li>• Rechtliche Rahmenbedingungen und Compliance</li> <li>• Mobile Performance Optimierung</li> <li>• Location-based Services in mobilen Anwendungen</li> <li>• Tools zur Optimierung der Customer Experience in mobilen Anwendungen</li> <li>• Trends und Zukunftstechnologien im Mobilbereich</li> <li>• Monetarisierung durch App-Store, In-App-Käufe, Mobile Payment und E-Wallets</li> </ul>

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Prüfungsinhalte
1.18	<b>Digitales Vertriebsmanagement</b>	<p>Grundlagen des Vertriebsmanagements und Besonderheiten des digitalen Vertriebs</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Implikationen der Digitalisierung für die strategische Kundenanalyse</li> <li>• Lead Management: Lead Generierung und Lead Nurturing im digitalen Kontext</li> <li>• Kundenbindungs-/Kundenentwicklungsmanagement im digitalen Kontext</li> <li>• Churn Management im digitalen Kontext</li> <li>• Vertriebscontrolling</li> <li>• Digitale Vertriebstools</li> </ul>
1.19	<b>Unternehmensgründung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen des Entrepreneurship</li> <li>• Geschäftsmodellplanung und Werkzeuge</li> <li>• Empirische Validierung von Geschäftsmodellen</li> <li>• Finanzierung und finanzwirtschaftliche Planung</li> </ul>
1.20	<b>Organisation und Prozessmanagement</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organisationstheorien: Klassische Ansätze, Verhaltenstheoretische Ansätze, Entscheidungstheoretische Ansätze, Systemtheoretische Ansätze, Ökonomische Ansätze, Situativer Ansatz</li> <li>• Aufgabendifferenzierung und -integration</li> <li>• Gestaltung der Aufbauorganisation: Stellen und Gremien, Primärorganisation (funktional, divisional, Matrix, Holding) und Sekundärorganisation (Produktorganisation, Funktionsmanagement, Projektmanagement, SGE), Informale Strukturelemente und Organisationskultur</li> <li>• Gestaltung der Ablauforganisation: Prozessdefinition, Wertkettenmodell, Prozessorientierung, Prozessmodelle, Prozessmanagement nach dem P-D-C-A-Zyklus u.a. mit Prozesszielen und SPC, Prozessmodellierung (ARIS-Konzept, EPK, BPMN)</li> </ul>
1.21	<b>Bilanzierung und Finanzierung</b>	<p>Teil Bilanzierung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Maßgeblichkeitsprinzip</li> <li>• Bilanzielles Vermögen</li> <li>• Bilanzielle Schulden (Verbindlichkeiten, Rückstellungen)</li> <li>• Bilanzielles Eigenkapital</li> <li>• Vorschriften zur Erst- und Folgebewertung</li> <li>• Bilanzgliederung</li> <li>• Handelsrechtliche Gewinn- und Verlustrechnung</li> <li>• Anhang und Lagebericht</li> </ul> <p>Teil Finanzierung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Leverage-Effekt und Verschuldungsgrad, Anwendung auf finanzwirtschaftliche Fragestellungen</li> <li>• Finanzwirtschaftliche Grundbegriffe, Ziele und Instrumente</li> <li>• Kapitalmärkte und Börsen</li> <li>• Abgrenzung und Systematisierung verschiedener Finanzierungsarten</li> <li>• Grundlagen der Innenfinanzierung (u.a. stille und offene Selbstfinanzierung, Abschreibungsförderung und Kapazitätserweiterung)</li> <li>• Kapitalerhöhungen und Grundlagen der Beteiligungsfinanzierung (u.a. Bezugsrechtehandel, bilanzielle Abbildung, Verwässerungseffekt und Operation Blanche)</li> <li>• Anwendung der Innen- und Außenfinanzierung auf finanzwirtschaftliche Fragestellungen</li> <li>• Grundlagen und Differenzierung unterschiedlicher Formen der Kreditfinanzierung</li> <li>• Kreditwürdigkeit, Rating(agenturen) und Kreditsicherheiten</li> <li>• Grundlagen zu festverzinslichen Wertpapieren (Anleihen)</li> </ul>
1.22	<b>Medien und Kommunikation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlegende Medien- und Kommunikationstheorien</li> <li>• Topografie der Medienlandschaft sowie existierender Medientypen</li> <li>• Präsentations- und Gestaltungskompetenzen</li> <li>• Kompetenzen in der Fotografie, der Bildbearbeitung sowie des Videodrehs</li> <li>• Kritischer Umgang mit Medien in den Feldern Stereotype, Gender Marketing und Fake News</li> </ul>

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Prüfungsinhalte
1.23	<b>Data Management &amp; Analytics</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen des Datenmanagements</li> <li>• Datenbanken und Datenstrukturen</li> <li>• Datenqualität und Datenbereinigung</li> <li>• Data Warehousing und ETL-Prozesse</li> <li>• Cloud Computing und Datenmanagement in der Cloud</li> <li>• Datenschutz und Datensicherheit</li> <li>• Digitale Datenanalyse</li> <li>• Datenvisualisierung und Reporting mit digitalen Mitteln</li> <li>• Big Data und Data Mining</li> <li>• Machine Learning und Künstliche Intelligenz</li> <li>• Tools und Plattformen für Datenmanagement und Analytics</li> </ul>
1.24	<b>Social Media und Social Commerce</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen und Plattformen von Social Media</li> <li>• Content-Strategie und -Planung</li> <li>• Social Media Analytics</li> <li>• Community Management</li> <li>• Influencer-Marketing</li> <li>• Social Commerce und Direktverkauf</li> <li>• Trends und neue Technologien im Social Media</li> <li>• Krisenmanagement und Reputationspflege</li> <li>• Paid Media und Kampagnenmanagement</li> </ul>
1.25	<b>Fachwissenschaftliches Wahlpflichtmodul 1</b>	siehe aktuellen Studienplan
1.26	<b>Fachwissenschaftliches Wahlpflichtmodul 2</b>	siehe aktuellen Studienplan
1.27	<b>Webshop Praxisprojekt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planung und Durchführung des Praxisprojektes</li> <li>• Anforderungs- und Wettbewerbsanalyse sowie Zielgruppenfokus</li> <li>• Webshop-Design und Prototyping unter Einhaltung von Corporate Design-Vorgaben</li> <li>• Auswahl und Implementierung von Shop-Systemen und Content Management Systemen</li> <li>• Produktdatenmanagement</li> <li>• Zahlungs- und Versandintegration</li> <li>• Testen und Qualitätssicherung</li> <li>• Launch und Post-Launch-Optimierung</li> </ul>
1.28	<b>Bachelorarbeit</b>	
1.28.1	Bachelorarbeit	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Problemstellung aus dem Studiengang, die selbständig mit wissenschaftlichen Methoden und nach wissenschaftlichen Regeln zu bearbeiten ist</li> </ul>
1.28.2	Kolloquium	Präsentation und Diskussion der in der Bachelorarbeit bearbeiteten wissenschaftliche Problemstellung aus dem Studiengang, die ein Verständnis für das Forschungsgebiet der Problemstellung voraussetzt
1.29	Studienschwerpunkt 1	siehe die Satzung über die Studienschwerpunkte in den wirtschaftswissenschaftlichen Studiengängen der Technischen Hochschule Aschaffenburg
1.30	Studienschwerpunkt 2	siehe die Satzung über die Studienschwerpunkte in den wirtschaftswissenschaftlichen Studiengängen der Technischen Hochschule Aschaffenburg

## 2. Übersicht über die Prüfungsinhalte des Praktischen Studiensemesters

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Prüfungsinhalte
1.31	Praktisches Studiensemester	
1.31.1	Praxissemester	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identifikation von potentiellen Praktikumsgeber-Unternehmen</li> <li>• Bewerbung und Vertragsverhandlung</li> <li>• Selbstorganisation</li> <li>• Schreiben eines Praktikumsberichts</li> </ul>
1.31.2	Praxisergänzende Vertiefung 1	siehe aktuellen Studienplan
1.31.3	Praxisergänzende Vertiefung 2	siehe aktuellen Studienplan
1.31.4	Workshop Wissenschaftliches Arbeiten	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Methoden zur Literaturrecherche</li> <li>• Auswertung wissenschaftlicher Literatur</li> <li>• Zitation/Zitiertechniken und Gestaltung von Literaturverzeichnissen</li> <li>• Beachtung der Standards wissenschaftlicher Arbeitsweise Empirische Methoden =Struktur einer wissenschaftlichen Arbeit</li> </ul>