

Für diese Studien- und Prüfungsordnung gelten die Regelungen der Allgemeinen Studien- und Prüfungsordnung (ASPO)

**Amtsblatt
der Hochschule für angewandte Wissenschaften München**

Jahrgang	Lfd.-Nr.
2020	36

**Studien- und Prüfungsordnung
für den Masterstudiengang Betriebswirtschaft
(englische Bezeichnung: Business Administration)
an der Hochschule für angewandte Wissenschaften München**

vom 20.10.2020

Aufgrund von Art. 13 Abs. 1 Satz 2, Art. 58 Abs. 1, Art. 61 Abs. 2 und 3 sowie Art. 66 Abs. 1 Bayerisches Hochschulgesetz (BayHSchG) erlässt die Hochschule für angewandte Wissenschaften München folgende Satzung:

**§ 1
Studienziel**

Ziel des Masterstudiengangs ist es, die Studierenden zur selbständigen Anwendung und Entwicklung wissenschaftlicher Erkenntnisse und Verfahren in dem Feld der Betriebswirtschaftslehre zu befähigen.

**§ 2
Qualifikation für das Studium**

- (1) ¹Qualifikationsvoraussetzungen für den Zugang zum Masterstudiengang Betriebswirtschaft sind:
1. Der Nachweis eines mindestens 180 ECTS-Kreditpunkte und mindestens sechs theoretische Studiensemester umfassenden, mit dem Prüfungsgesamtergebnis 2,59 oder besser abgeschlossenen Hochschulstudiums der Betriebswirtschaftslehre an einer deutschen Hochschule oder ein gleichwertiger Abschluss.
 2. Der Nachweis von mindestens 20 ECTS-Kreditpunkten aus Studienmodulen der Volkswirtschaftslehre und/oder der Mathematik und/oder der Statistik aus dem abgeschlossenen Hochschulstudium nach Nr. 1.
 3. Der Nachweis der studiengangsspezifischen Eignung im Rahmen eines Eignungsverfahrens nach Abs. 2. Die Teilnahme am Eignungsverfahren ist nicht erforderlich, wenn die Studienbewerberin/der Studienbewerber ein abgeschlossenes Hochschulstudium

der Betriebswirtschaftslehre an einer deutschen Hochschule oder einen gleichwertigen Abschluss mit der Prüfungsgesamtnote 1,3 oder besser nachweist und die ECTS-Kreditpunkte nach Nr. 2 vorliegen.

²Die Vorsitzende bzw. der Vorsitzende der Prüfungskommission entscheidet, ob die Qualifikationsvoraussetzungen für das Studium erfüllt sind, insbesondere auch über die Gleichwertigkeit von Hochschulabschlüssen unter Beachtung von Art. 63 Abs. 1 BayHSchG.

- (2) ¹Das Eignungsverfahren erfolgt aufgrund der form- und fristgerechten elektronischen Anmeldung, der vorgelegten Bewerbungsunterlagen und eines Aufnahmegesprächs, dessen Inhalte die Prüfungskommission festlegt. ²Das Aufnahmegespräch, das als Einzel- oder Gruppengespräch mit 30- bis 60-minütiger Dauer abgehalten wird, dient dazu, die besonderen qualitativen und quantitativen masterstudiengangsspezifischen zusätzlichen Anforderungen an die studiengangsspezifische Eignung, wie die Analyse- und Problemlösungskompetenz, aber auch die Argumentations- und Kommunikationskompetenz anhand von betriebswirtschaftlichen Fallstellungen zu überprüfen. ³Es wird von zwei Professorinnen/zwei Professoren oder einer Professorin/einem Professor und einer wissenschaftlichen Mitarbeiterin/einem wissenschaftlichen Mitarbeiter oder einer Professorin/einem Professor und einer Lehrkraft für besondere Aufgaben, die von der Prüfungskommission bestellt werden und von denen mindestens eine/einer Lehr- und Prüfungsaufgaben in der von der Studienbewerberin/dem Studienbewerber gewählten Studienrichtung des Masterstudiengangs Betriebswirtschaft wahrnimmt, bewertet. ⁴Das Eignungsverfahren ist bestanden, wenn das Aufnahmegespräch von beiden Prüfenden mit dem Prädikat „mit Erfolg abgelegt“ bewertet wird.
- (3) Das Ergebnis des Eignungsverfahrens wird den Studienbewerberinnen/Studienbewerbern i.d.R. spätestens einen Monat vor Studienbeginn bekannt gegeben.
- (4) Im Falle der Ablehnung ist die Bewerbung zu einem weiteren Termin möglich. Eine dritte Bewerbung ist ausgeschlossen.
- (5) ¹Über den Ablauf des Eignungsverfahrens ist eine Niederschrift zu fertigen, aus der Tag und Ort des Aufnahmegesprächs, dessen Inhalte, die Namen der Prüflinge und der Prüfenden sowie das Ergebnis hervorgehen müssen. ²Die Niederschrift ist von den Prüfenden zu unterzeichnen.
- (6) Ein Anspruch darauf, dass der Masterstudiengang bei nicht ausreichender Zahl von Studienbewerberinnen/Studienbewerbern durchgeführt wird, besteht nicht.

§ 3

Beginn und Aufbau des Studiums

- (1) ¹Der Beginn des Masterstudiums ist zum Wintersemester eines Studienjahres möglich. ²Die Bewerbung um einen Studienplatz ist vom 02. Mai bis 31. Mai eines Jahres möglich.
- (2) Der Studiengang wird teilweise auch in englischer Sprache durchgeführt, weshalb englische Sprachkenntnisse auf dem Sprachniveau B2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen des Europarats bereits bei der Bewerbung vorliegen sollen.
- (3) Die Regelstudienzeit beträgt drei theoretische Studiensemester einschließlich der Masterarbeit.
- (4) ¹Folgende Studienrichtungen werden nach Maßgabe des Studienplans angeboten:
 - Applied Business Innovation
 - Finance & Accounting
 - Marketing Management

- Digital Technology Management
- Human Resource Management
- Digital Procurement and Supply Management

²Jede/jeder Studierende muss bei der Bewerbung die von ihr/ihm gewünschte Studienrichtung verbindlich wählen.

§ 4

Nachholung von ECTS-Kreditpunkten

¹Soweit die Studienbewerberinnen und Studienbewerber ein abgeschlossenes Hochschulstudium nachweisen, für das weniger als 210 ECTS-Kreditpunkte (jedoch mindestens 180 ECTS-Kreditpunkte) vergeben wurden, ist Voraussetzung für das Bestehen der Masterprüfung der Nachweis der fehlenden ECTS-Kreditpunkte in Form eines 20-wöchigen zusammenhängenden Praktikums in Vollzeit entsprechend der im Studienplan festgelegten Vorgaben der Fakultät für Betriebswirtschaft der Hochschule München. ²Näheres legt die Prüfungskommission fest. ³Die fehlenden ECTS-Kreditpunkte sind bis zum Eintritt in das dritte Studiensemester nachzuholen.

§ 5

Vorrückensregelungen

Zum Eintritt in das dritte Studiensemester ist nur berechtigt, wer in den Modulen des ersten und zweiten Studiensemesters mindestens 50 ECTS-Kreditpunkte und die ggf. fehlenden ECTS-Kreditpunkte nach § 4 erworben hat.

§ 6

Prüfungskommission

Für den Masterstudiengang Betriebswirtschaft wird in der Fakultät für Betriebswirtschaft eine Prüfungskommission gebildet, die aus der Studiendekanin/dem Studiendekan und vier weiteren Professorinnen und/oder Professoren besteht.

§ 7

Masterarbeit

- (1) ¹Das Thema der Masterarbeit kann frühestens nach dem Termin der Notenbekanntgabe des zweiten Semesters ausgegeben werden. ²Voraussetzung für die Ausgabe des Themas ist der Erwerb von mindestens 50 ECTS-Kreditpunkten.
- (2) ¹Die Masterarbeit und das Masterkolloquium werden von zwei Professorinnen/Professoren der Hochschule München bewertet, von denen mindestens eine/einer an der Fakultät für Betriebswirtschaft Lehr- und Prüfungsaufgaben in der entsprechenden Studienrichtung wahrnimmt. ²Lehrkräfte für besondere Aufgaben und wissenschaftliche Mitarbeiterinnen/Mitarbeiter, die in Vollzeit in der Fakultät für Betriebswirtschaft wirken, können Zweitprüferinnen/Zweitprüfer sein.

§ 8

Bewertung von Prüfungen und Prüfungsgesamtergebnis

¹Für die Berechnung des Prüfungsgesamtergebnisses werden die Endnoten aller Module und die Note der Masterarbeit entsprechend ihrer ECTS-Kreditpunkte gewichtet. ²Das gemäß § 4 nachzuholende Praktikum wird im Masterprüfungszeugnis nachrichtlich aufgeführt, etwaige dabei erzielte Noten fließen nicht in die Berechnung des Prüfungsgesamtergebnisses ein.

§ 9
Akademischer Grad

Aufgrund des erfolgreichen Abschlusses der Masterprüfung wird der akademische Grad „Master of Science“, Kurzform: „M.Sc“, verliehen.

§ 10
In-Kraft-Treten

¹Diese Studien- und Prüfungsordnung tritt mit Wirkung zum 01. Mai 2020 in Kraft. ²Sie gilt für Studierende, die das Studium im Masterstudiengang Betriebswirtschaft nach dem Sommersemester 2020 aufnehmen.

Anhang: Modultabellen der sechs Studienrichtungen

1. Applied Business Innovation

1) Lfd. Nr.	2) Modultitel (Deutsch)	3) Modultitel (Englisch)	4) SWS	5) ECTS	6) LV-Form	7) Prüfungsform und ggf. Gewichtung
M 1.1	Forschungsmethoden: Business Analytics durch Data Mining and Data Science	Research Methods: Business Analytics by Data Mining and Data Science	4	5	S	ModA
M 1.2	Business Development: Zum Management neuer Geschäftsfelder in ausländischen Märkten	Foresight and Uncertainty of Business Development in Foreign Markets	4	5	SU	ModA
M 1.3	Innovation und Führung: Change Management und Intrapreneurship	Innovation Leadership: Cultural Change and Corporate Intrapreneurship	4	5	S	ModA
M 1.4	Prozessinnovation: Modelle und Techniken zur digitalen Transformation	Process Innovation: Models and Techniques for Digital Transformation	4	5	S	ModA (80%) und Präs (20%)
M 1.5	Strategien und Instrumente des New Business Development	Strategies and Instruments for New Business Development	4	5	SU	ModA
M 1.6	Design Thinking: Zur Entwicklung von Innovationskompetenzen in Unternehmen	Innovation Competencies and Design Thinking Skills	4	5	SU	ModA (80%) und Präs (20%)
M 1.7	Forschungsprojekt: Open Innovation - Theorien und Konzepte	Research Project: Open Innovation - Theories and Concepts	4	5	SU	ModA (80%) und Präs (20%)
M 1.8	Innovation Global und Interkulturelle Zusammenarbeit	Global Innovation and Cross-Cultural Collaboration	4	5	SU	ModA oder Präs
M 1.9	Innovationsfinanzierung und Risikokapitalinvestitionen	Innovation Finance and Venture Capital Investment	4	5	SU	ModA oder schrP
M 1.10	Management agiler Innovationsprojekte in Unternehmen	Innovation Skills: Agile Project and Program Management	4	5	SU	ModA
M 1.11	Business Development: Entwicklung und Messung von Innovationsprojekten	Business Development: Creating and Measuring Innovation Projects	4	5	SU	ModA
M 1.12	Innovation und Strategie: Zur Modellierung von Merger and Acquisition Prozessen	Innovation Strategy by Merger & Acquisition Modeling	4	5	SU	ModA
M 1.13	Forschungsstudie: Innovationsmanagement und Zukunftsmanagement in Unternehmen	Research Study: Business Innovation and Future Foresight	4	5	SU	ModA
M 1.14	Co-Innovation: Praxisprojekt zur Entwicklung neuer Geschäftsideen	Co-Innovation Project: Company Case in Business Transformation	4	5	S	ModA
M 1.15	Masterarbeit und Masterkolloquium	Master's Thesis		16		MA
M 1.16	Masterkolloquium	Oral Defense of Master's Thesis	2	4		Präs

2. Finance & Accounting

1) Lfd. Nr.	2) Modultitel (Deutsch)	3) Modultitel (Englisch)	4) SWS	5) ECTS	6) LV-Form	7) Prüfungsform und ggf. Gewichtung
M 2.1	Finanz- und Rechnungswesen: Forschungsmethoden und Data Science	Finance & Accounting: Research Methods and Data Science	4	5	SU	schrP
M 2.2	Europäische Geldpolitik	European Monetary Policy	4	5	SU	schrP
M 2.3	Führungs- und Veränderungsmanagement	Leadership and Change Management	4	5	SU	ModA
M 2.4	Financial Accounting	Financial Accounting	4	5	SU	ModA
M 2.5	Finanzderivate und Risikomanagement	Financial Derivatives and Risk Management	4	5	SU	ModA oder schrP
M 2.6	Steuern	Taxation	4	5	S	ModA (80%) und Präs (20%)
M 2.7	Forschungsprojekt: Bankmanagement, Finanzwirtschaft, Rechnungswesen und Digitalisierung	Research Project: Banking, Finance, Accounting and Digitalization	4	5	S	ModA
M 2.8	Interkulturelle Kommunikation und Digitalisierung	Cross-cultural Communication and Digitalization	4	5	SU	schrP (50%) und Präs (50%)
M 2.9	Investment Banking	Investment Banking	4	5	SU	ModA oder schrP
M 2.10	Konzernrechnungslegung und Verrechnungspreisfindung	Group Accounting and Transfer Pricing	4	5	S	schrP
M 2.11	Controlling und Reporting	Managerial Accounting	4	5	SU	ModA oder schrP
M 2.12	Asset Management	Asset Management	4	5	SU	ModA oder schrP
M 2.13	Treasury Management und Unternehmensfinanzierung	Treasury Management and Corporate Finance	4	5	SU	ModA oder schrP
M 2.14	Projektstudie: Transferprojekt	Project Study: Transfer Project	4	5	S	ModA
M 2.15	Masterarbeit	Master's Thesis		16		MA
M 2.16	Masterkolloquium	Oral Defense of Master's Thesis	2	4		Präs

3. Marketing Management

1) Lfd. Nr.	2) Modultitel (Deutsch)	3) Modultitel (Englisch)	4) SWS	5) ECTS	6) LV-Form	7) Prüfungsform und ggf. Gewichtung
M 3.1	Methoden und Projekte der Marktforschung	Marketing Research Methods and Projects	4	5	S	ModA
M 3.2	Ökonomische Länder- und Marktanalysen	Economic Analysis of Countries and Markets	4	5	SU	schrP
M 3.3	Führung und Change Management	Leadership and Change Management	4	5	S	ModA
M 3.4	Kommunikationsmanagement und Konzeptentwicklung	Communication Management and Concept Development	4	5	SU	ModA
M 3.5	Markenmanagement	Brand Management	4	5	SU	ModA
M 3.6	Vertriebs- und Key Account Management für Industriegüter und -dienstleistungen	Sales and Key Account Management for Industrial Goods and Services	4	5	SU	schrP
M 3.7	Forschungsprojekt: Internationales Marketing Management	Research Project: International Marketing Management	4	5	S	ModA
M 3.8	Interkulturelles Management und Verhandlung	Cross-cultural Management and Negotiation	4	5	SU	ModA oder Präs
M 3.9	Marketingentscheidungen & finanzielle Auswirkungen	Marketing Decisions & Financial Impacts	4	5	S	ModA
M 3.10	New Business Development, Produktmanagement und Innovationsmanagement	New Business Development, Product Management and Innovation Management	4	5	SU	ModA
M 3.11	Verbraucherverhaltensanalyse	Consumer Behaviour Analysis	4	5	SU	ModA
M 3.12	Kundenbeziehungsmanagement	Customer Relationship Management	4	5	SU	schrP
M 3.13	E-Marketing und Multi-Channel-Integration	Digital Commerce	4	5	S	ModA
M 3.14	Projektstudie: Strategisches Marketing- und Technologiemanagement im B2B Industriesegment	Project study: Strategic Marketing and Technology Management in B2B Industries	4	5	SU	ModA
M 3.15	Masterarbeit	Master's Thesis		16		MA
M 3.16	Masterkolloquium	Oral Defense of Master's Thesis	2	4		Präs

4. Digital Technology Management

1) Lfd. Nr.	2) Modultitel (Deutsch)	3) Modultitel (Englisch)	4) SWS	5) ECTS	6) LV-Form	7) Prüfungsform und ggf. Gewichtung
M 4.1	Forschungsmethoden: Digitale Produkte, Prozesse und Systeme	Research Methods: Digital Products, Processes and Systems	4	5	S	ModA (80%) und Präs (20%)
M 4.2	Ökonomie der Digitalisierung	Economics of Digitization	4	5	SU	ModA
M 4.3	Interkulturelle Zusammenarbeit und Teamarbeit	Cross-cultural Communication and Management	4	5	SU	ModA oder Präs
M 4.4	Big Data und künstliche Intelligenz	Big Data and Artificial Intelligence	4	5	SU	ModA
M 4.5	Digitaler Handel & Technologie Marketing	Digital Commerce & Technology Marketing	4	5	S	ModA
M 4.6	Rechtsaspekte bei datengetriebenen Geschäftsmodellen	Legal Issues for Data-driven Business	4	5	S	ModA
M 4.7	Forschungsprojekt: Digitale Geschäftsentwicklung	Research Project: Digital Business Development	4	5	S	ModA (80%) und Präs (20%)
M 4.8	Finanzstrategien für das Management digitaler Technologien	Financial Strategies for Digital Technology Management	4	5	SU	ModA
M 4.9	Digitale Technologie: Führung und Ethik	Digital Technology: Leadership and Ethics	4	5	S	ModA
M 4.10	Digitale Technologie: Rechte an geistigem Eigentum	Digital Technology: Intellectual Property Rights	4	5	SU	ModA
M 4.11	Agiles Management	Agile Management Practices	4	5	S	ModA
M 4.12	Design Thinking für die Entwicklung digitaler Technologien	Design Thinking for Digital Technology Development	4	5	S	ModA
M 4.13	Forschungsstudie: Herausforderungen im Management digitaler Technologien	Research Study: Challenges in Digital Technology Management	4	5	S	ModA (80%) und Präs (20%)
M 4.14	Co-Innovationsprojekt: Digitaler Business Case	Co-Innovation Project: Digital Business Case	4	5	S	ModA
M 4.15	Masterarbeit	Master's Thesis		16		MA
M 4.16	Masterkolloquium	Oral Defense of Master's Thesis	2	4		Präs

5. Human Resource Management

1) Lfd. Nr.	2) Modultitel (Deutsch)	3) Modultitel (Englisch)	4) SWS	5) ECTS	6) LV-Form	7) Prüfungsform und ggf. Gewichtung
M 5.1	Forschungsmethoden: Wissenschaftliche Methoden im HRM	Research Methods: Scientific Methods in HRM	4	5	SU	ModA oder schrP
M 5.2	Arbeitsmarktökonomie	Labour Economics	4	5	SU	ModA oder schrP
M 5.3	Führung & Change Management	Leadership & Change Management	4	5	SU	ModA
M 5.4	Talent Management & Coaching	Talent Management & Coaching	4	5	SU	ModA (80%) und Präs (20%)
M 5.5	Personalgewinnung & Employer Branding	Recruiting & Employer Branding	4	5	SU	ModA
M 5.6	Arbeitsrecht und Digitalisierung	Labour Law & Digitalization	4	5	SU	ModA oder schrP
M 5.7	Forschungsprojekt: Personalcontrolling & Data Analytics	Research Project: HR Controlling & Data Analytics	4	5	S	ModA oder schrP
M 5.8	Interkulturelle Kommunikation & Verhandlung	Intercultural Communication & Negotiation	4	5	SU	schrP
M 5.9	Finanzen im Personalmanagement: Leistung, Vergütung & Sozialleistungen	Finance in HR Management: Performance, Compensation & Benefits	4	5	SU	ModA oder schrP
M 5.10	Internationale Personalarbeit & Entsendung	International HRM & Expatriate Employment	4	5	SU	ModA oder schrP
M 5.11	Innovation & Wissensmanagement	Innovation & Knowledge Management	4	5	SU	ModA
M 5.12	Digitalisierung im HRM & Agile Zusammenarbeit	Digital HRM & Agile Cooperation	4	5	SU	ModA oder schrP
M 5.13	Strategisches Personalmanagement	Strategic HR Management	4	5	SU	ModA oder schrP
M 5.14	Projekt: Aktuelle Themen im HRM	Project: Current topics in HRM	4	5	S	ModA oder schrP
M 5.15	Masterarbeit	Master's Thesis		16		MA
M 5.16	Masterkolloquium	Oral Defense of Master's Thesis	2	4		Präs

6. Digital Procurement and Supply Management

1) Lfd. Nr.	2) Modultitel (Deutsch)	3) Modultitel (Englisch)	4) SWS	5) ECTS	6) LV-Form	7) Prüfungsform und ggf. Gewichtung
M 6.1	Forschungsmethoden im Operations & Supply Management	Research Methods Operations & Supply Management	4	5	SU	ModA
M 6.2	Internationale Wirtschaft & Global Sourcing	International Economics & Global Sourcing	4	5	SU	schrP
M 6.3	Führung im Einkauf	Leadership in Procurement	4	5	SU	ModA
M 6.4	Strategische Digitale Beschaffung	Strategic Digital Procurement	4	5	SU	schrP
M 6.5	Taktische & Operative Beschaffungsprozesse	Tactical & Operative Procurement Processes	4	5	SU	ModA
M 6.6	Internationale Logistik & Supply Chain Management	International Logistics & Supply Chain Management	4	5	SU	schrP
M 6.7	Forschungsprojekt: Digitale Trends in Beschaffung & Supply Chain Management	Research Project: Digital Trends in Procurement & Supply Chain Management	4	5	S	ModA
M 6.8	Interkulturelles Management & Verhandlung im Supply Management	Cross-cultural Management & Negotiation in Supply Management	4	5	SU	ModA oder Präs
M 6.9	Supply Chain Finance & Data Analytics	Supply Chain Finance & Data Analytics	4	5	SU	ModA
M 6.10	Industrielles Marketing & Technologiemanagement	Industrial Marketing & Technology Management	4	5	SU	schrP (70%) und ModA (30%)
M 6.11	Technischer Einkauf & Cost Engineering	Technical Procurement & Cost Engineering	4	5	SU	schrP
M 6.12	Warengruppenmanagement	Category Management	4	5	SU	ModA
M 6.13	Digitale Wertschöpfungsstrategien & Geschäftsmodelle	Digital Operations Strategies & Business Models	4	5	SU	ModA oder Präs
M 6.14	Anwendungen im Operations & Supply Management	Applications in Operations & Supply Management	4	5	S	ModA
M 6.15	Masterarbeit	Master's Thesis		16		MA
M 6.16	Masterkolloquium	Oral Defense of Master's Thesis	2	4		Präs