

## **Neunzehnte Satzung zur Änderung der Studien- und Prüfungsordnung der Hochschule für Technik, Wirtschaft und Medien Offenburg für Master-Studiengänge**

**Vom 20. April 2020**

Aufgrund von § 32 Absatz 3 des Landeshochschulgesetzes in der Fassung vom 1. April 2014 (GBl. S. 99, im Folgenden: LHG), das zuletzt durch Artikel 1 des Gesetzes vom 13. März 2018 (GBl. S. 85) geändert worden ist, hat der Senat der Hochschule für Technik, Wirtschaft und Medien Offenburg am 17. April 2020 folgende Satzung zur Änderung der Studien- und Prüfungsordnung für Master-Studiengänge vom 7. August 2013 beschlossen.

Der Rektor hat dieser Satzung zur Änderung der Studien- und Prüfungsordnung am 20. April 2020 zugestimmt.

### **Artikel I**

Die Studien- und Prüfungsordnung der Hochschule für Technik, Wirtschaft und Medien Offenburg für Master-Studiengänge vom 7. August 2013, zuletzt geändert durch Satzung vom 17. Januar 2020, wird wie folgt geändert:

1. Die Inhaltsübersicht wird wie folgt geändert:

a) Nach der Zeile zu § 48 wird folgende neue Zeile eingefügt:

„§ 49 Studiengang Digitales Management und E-Commerce“

b) Der bisherige § 49 (Inkrafttreten) wird zu § 50.

2. In § 1 wird nach Nr. 20 folgende Nummer eingefügt:

„21. Digitales Management und E-Commerce, DME § 49

3. § 25 Absatz 1 Nr. 1 wird wie folgt ersetzt:

“1. in den Studiengängen International Business Consulting (IBC), General Management (Part-time-Program) (PGM), Finance, Risk and Insurance (FRI) und Digitales Management und E-Commerce (DME) den Titel „Master of Business Administration“, abgekürzt: „MBA“,

4. Nach § 48 wird folgender neuer § 49 eingefügt:

## § 49 Studiengang Digitales Management und E-Commerce

(1) **Studienumfang:**

Für den erfolgreichen Abschluss des Studiums müssen mindestens 90 Credits erreicht werden. Die Lehrveranstaltungen sind als Vorschlag den einzelnen Studiensemestern zugeordnet.

(2) **Notenberechnung:**

Die Note eines Moduls errechnet sich aus den Noten der im Modul enthaltenen Prüfungsleistungen entsprechend den jeweiligen Gewichtungen. Besteht eine Prüfungsleistung aus mehreren Klausurarbeiten und sonstigen Arbeiten, so errechnet sich die Modulnote im gleichgewichtigen Verhältnis, es sei denn, im Rahmen der Tabelle ist eine andere Aufteilung vermerkt.

(3) **Studienplan:**

Das Studium setzt sich zusammen aus:

- Pflichtfächern im Umfang von insgesamt 30 SWS und 50 Credits
- Aus dem Modul „Electives“ (DME-08) sind Veranstaltungen im Umfang von 6 Credits beliebig auszuwählen. Dabei sollen mindestens 2 Fächer gewählt werden. Diese können aus dem Katalog der Wahlfächer gewählt werden. Ein verringertes Angebot bleibt nach Maßgabe der Lehrkapazität und nachfrage vorbehalten. Die Liste der vom Studiengang zur Auswahl gestellten Lehrveranstaltungen wird jeweils rechtzeitig vor Semesterbeginn bekannt gegeben (z. B. Technologie und Marktbedingungen oder Interkulturelle Kommunikation) und gilt für das laufende Semester. Weitere Wahlfächer können freiwillig gewählt werden. Fächer aus anderen Master-Studiengängen der Hochschule Offenburg können mit vorheriger schriftlicher Genehmigung des Vorsitzenden des Prüfungsausschusses als Wahlfächer gewählt werden.
- DME Projekte und Labore im Umfang von 6 SWS bzw. 9 Credits
- Modul „Masterarbeit“ (DME-10) im Umfang von 25 Credits und einer Dauer von 12 Monaten. Die Abgabefrist kann maximal um drei Monate verlängert werden.

(4) **Lehrveranstaltungen:**

Die für den erfolgreichen Abschluss des Studiums erforderlichen Lehrveranstaltungen sowie die zugehörigen Prüfungsleistungen ergeben sich aus den folgenden Tabellen. Lehrveranstaltungen können sowohl in deutscher als auch in englischer Sprache abgehalten und geprüft werden. Weitere Informationen sind dem Modulhandbuch zu entnehmen. Inhalte, Anzahl und Wiederholungsrythmus der Wahlmodule können auf Beschluss der Fakultätsräte je nach verfügbarer Lehrkapazität und geänderten Studienanforderungen angepasst werden. Alle Lehrveranstaltungen werden einmal pro Jahr angeboten.

| Module/<br>Lehrveranstaltungen |  | Art | SWS und zugeordnetes<br>Fachsemester |   |   |   | Prüfungs-<br>leistung | Credits | Ge-<br>wicht |
|--------------------------------|--|-----|--------------------------------------|---|---|---|-----------------------|---------|--------------|
|                                |  |     | 1                                    | 2 | 3 | 4 |                       |         |              |
| <b>DME-01</b>                  | <b>Ethik, Gründung und Recht</b>   |     |                                      |   |   |   | <b>7</b>              |         |              |
| DME1001                        | Entrepreneurship   | S   | 1                                    |   |   |   | M                     | 2/7     |              |
| DME1002                        | Unternehmensethik  | S   | 1                                    |   |   |   | K30+RE <sup>1</sup>   | 2/7     |              |
| DME1003                        | Medien- und Onlinerecht  | V   | 2                                    |   |   |   | K60                   | 3/7     |              |
| <b>DME-02</b>                  | <b>Digitales Management, Führung und Strategie</b>                           |     |                                      |   |   |   | <b>7</b>              |         |              |
| DME2001                        | Markenmanagement   | V   | 2                                    |   |   |   | RE+PA <sup>2</sup>    | 3/7     |              |
| DME2002                        | Führung (Leadership)   | V   | 1                                    |   |   |   | HA                    | 2/7     |              |
| DME2003                        | Digitale Transformations-<br>strategien und Cross-<br>Industry-Collaboration | S   | 1                                    |   |   |   | K60                   | 2/7     |              |

| Module/<br>Lehrveranstaltungen |  | Art | SWS und zugeordnetes<br>Fachsemester |           |           |                    | Prüfungs-<br>leistung | Credits | Ge-<br>wicht |
|--------------------------------|--|-----|--------------------------------------|-----------|-----------|--------------------|-----------------------|---------|--------------|
|                                |  |     | 1                                    | 2         | 3         | 4                  |                       |         |              |
| <b>DME-03</b>                  | <b>Data Analytics</b>  |     |                                      |           |           |                    | <b>6</b>              |         |              |
| DME3001                        | Business Analytics I   | S   | 2                                    |           |           | PA                 | 3                     | 1/2     |              |
| DME3002                        | Business Analytics II  | S   | 2                                    |           |           |                    | 3                     | 1/2     |              |
| <b>DME-04</b>                  | <b>Digitales Marketing</b>                                     |     |                                      |           |           |                    | <b>9</b>              |         |              |
| DME4001                        | Kundenbeziehungs-<br>management                                | V   |                                      | 2         |           | PA                 | 3                     | 1/3     |              |
| DME4002                        | Social Media Advertising                                       | V   |                                      | 2         |           | RE                 | 3                     | 1/3     |              |
| DME4003                        | Digitales Marketing  | S   |                                      | 2         |           | RE                 | 3                     | 1/3     |              |
| <b>DME-05</b>                  | <b>Multi-Channel-Fulfillment und Multi-Channel Management</b>  |     |                                      |           |           |                    | <b>6</b>              |         |              |
| DME5001                        | Multi-Channel-Fulfillment                                      | V   |                                      | 2         |           | RE                 | 3                     | 1/2     |              |
| DME5002                        | Multi-Channel Retailing  | S   |                                      | 2         |           | PA+RE <sup>2</sup> | 3                     | 1/2     |              |
| <b>DME-06</b>                  | <b>Electives (zwei Kurse müssen gewählt werden)</b>            |     |                                      |           |           |                    | <b>6</b>              |         |              |
| DME6001                        | Wahlpflichtfach 1  | V   |                                      | 2         |           |                    | 3                     | 1/2     |              |
| DME6002                        | Wahlpflichtfach 2  | V   |                                      | 2         |           |                    | 3                     | 1/2     |              |
| <b>DME-07</b>                  | <b>E-Commerce</b>  |     |                                      |           |           |                    | <b>9</b>              |         |              |
| DME7001                        | E-Commerce   | V   |                                      |           | 2         | RE                 | 3                     | 1/3     |              |
| DME7002                        | Konsumentenpsychologie   | S   |                                      |           | 2         | RE+HA <sup>3</sup> | 3                     | 1/3     |              |
| DME7003                        | Data Management  | S   |                                      |           | 2         | HA                 | 3                     | 1/3     |              |
| <b>DME-08</b>                  | <b>Mensch-Computer-Interaktion</b>                             |     |                                      |           |           |                    | <b>6</b>              |         |              |
| DME8001                        | Mensch-Computer-<br>Interaktion                                | S   |                                      |           | 2         | PA                 | 6                     | 1       |              |
| <b>DME-09</b>                  | <b>Digitales Management und E-Commerce Projekte und Labore</b> |     |                                      |           |           |                    | <b>9</b>              |         |              |
| DME9001                        | E-Commerce Management<br>(Projekt)                             | S   |                                      |           | 2         | PA                 | 3                     | 1/3     |              |
| DME9002                        | Digitales Management und<br>E-Commerce (Labor)                 | L   |                                      |           | 2         | LA                 | 3                     | 1/3     |              |
| DME9003                        | Content Management und<br>Produktion (Projekt)                 | S   |                                      |           | 2         | HA                 | 3                     | 1/3     |              |
| <b>DME-10</b>                  | <b>Master-Thesis</b>   |     |                                      |           |           |                    | <b>25</b>             |         |              |
| DME1010                        | Master-Thesis  | WA  |                                      |           | -         | AA                 | 22                    | 1       |              |
| DME1011                        | Master-Thesis (Kolloquium)                                     | S   |                                      |           | 2         | KO                 | 3                     | -       |              |
| <b>Summe SWS</b>               |  |     | <b>12</b>                            | <b>14</b> | <b>8</b>  | <b>6</b>           |                       |         |              |
| <b>Summe Credits</b>           |  |     | <b>20</b>                            | <b>21</b> | <b>26</b> | <b>23</b>          |                       |         |              |

<sup>1</sup> Gewichtung: 50 % Klausur, 50 % Referat

<sup>2</sup> Gewichtung: 50 % Praktische Arbeit, 50 % Referat

<sup>3</sup> Gewichtung: 50 % Referat, 50 % Hausarbeit

(5) **Masterzeugnis:**

Das Masterzeugnis enthält alle in der Tabelle aufgeführten Modulnoten des Studiums. Die Gesamtnote des Studiums berechnet sich aus den Noten, die entsprechend der angegebenen Credits der Module gewichtet werden.

5. § 49 wird in „§ 50“ umbenannt.

6. Im neuen § 50 wird nach Absatz 8 einer neuer Absatz 9 mit folgendem Wortlaut hinzugefügt:

„(9) Diese Studien- und Prüfungsordnung tritt für den Studiengang nach § 1 Absatz 1 Nr. 21 mit Wirkung zum 1. September 2020 in Kraft.“

## **Artikel II**

Die Änderungen treten mit Wirkung zum 1. September 2020 in Kraft und gelten für die Studienanfänger ab dem Wintersemester 2020/21.

Offenburg, 20. April 2020



Professor Dr.-Ing. Dr. h. c. Winfried Lieber  
Rektor