



Hochschule Niederrhein  
University of Applied Sciences

# Amtliche Bekanntmachungen

Herausgegeben im Auftrag des Präsidenten der Hochschule Niederrhein

---

39. Jahrgang

Ausgegeben zu Krefeld und Mönchengladbach am 03. Juli 2014

Nr. 10

---

## Inhalt

Ordnung zur Änderung der Prüfungsordnungen für die Masterstudiengänge Business Management, Information Systems und Wirtschaftsinformatik an der Hochschule Niederrhein vom 30. Juni 2014

**Ordnung  
zur Änderung der Prüfungsordnungen für die Masterstudiengänge  
Business Management, Information Systems und Wirtschaftsinformatik  
an der Hochschule Niederrhein**

**Vom 30. Juni 2014**

Aufgrund des § 2 Abs. 4 und des § 64 Abs. 1 des Gesetzes über die Hochschulen des Landes Nordrhein-Westfalen (Hochschulgesetz – HG) vom 31. Oktober 2006 (GV. NRW. S. 474), zuletzt geändert durch Gesetz vom 28. Mai 2013 (GV. NRW. S. 272), hat der Fachbereichsrat des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften der Hochschule Niederrhein die folgende Änderungsordnung erlassen:

**Artikel I**

**Anlage I** der Prüfungsordnung für die Masterstudiengänge Business Management und Information Systems an der Hochschule Niederrhein vom 28. Februar 2007 (Amtl. Bek. HN 5/2007), zuletzt geändert durch Ordnung vom 28. Februar 2011 (Amtl. Bek. HN 9/2011), erhält die Fassung der dieser Änderungsordnung beigefügten Anlage I.

**Artikel II**

Die Prüfungsordnung für die Masterstudiengänge Business Management und Wirtschaftsinformatik an der Hochschule Niederrhein vom 21. März 2012 (Amtl. Bek. HN 4/2012) wird wie folgt geändert:

1. **Anlage I** erhält die Fassung der dieser Änderungsordnung beigefügten Anlage II.
2. **Anlage III** erhält die Fassung der dieser Änderungsordnung beigefügten Anlage III.

**Artikel III**

Diese Ordnung tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung in den Amtlichen Bekanntmachungen der Hochschule Niederrhein (Amtl. Bek. HN) in Kraft. Die Änderung gemäß Artikel II Nr. 2 findet auf Studierende, die nach bisheriger Regelung ein Wahlpflichtmodul des Bereichs „Kern Wahlpflicht 4“ belegt haben, insoweit keine Anwendung, als dieses Wahlpflichtmodul an die Stelle des Pflichtmoduls „International Economics“ nach neuer Regelung tritt.

Ausgefertigt aufgrund der Beschlüsse des Fachbereichsrates des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften vom 31. Januar 2013, 25. April 2013 und 28. November 2013 und der Feststellung der Rechtmäßigkeit durch das Präsidium der Hochschule Niederrhein vom 17. Juni 2014.

Mönchengladbach, den 30. Juni 2014

Der Dekan  
des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften  
der Hochschule Niederrhein  
Prof. Dr. rer. nat. Siegfried Kirsch

Prüfungs- und Studienplan für den Masterstudiengang Business Management

Zeit- lage	Modul- nummer	Modulname	Veranstaltungsart/ SWS						Kredit- punkte
			V	SL	S	Ü	PS	P	
1. Semester	MBM 101	Schwerpunkt 1 (Die Studierenden müssen aus diesem Katalog ein Fach auswählen.)							5 cp
		<i>Außenwirtschaft I</i>			4				
		<i>Controlling I</i>			4				
		<i>Einkauf und Logistik I</i>		4					
		<i>Kommunale Wirtschaftsförderung – Planung und Kontrolle I</i>		4					
		<i>Strategisches Marketing I</i>			4				
		<i>Organisation und Informationsmanagement I</i>		4					
		<i>Human Resource Management I</i>			4				
	MBM 102	Marktorientierte Managemententscheidungen	2			2			5 cp
	MBM 103	Schwerpunkt 2 (Die Studierenden müssen aus diesem Katalog ein Fach auswählen; Doppelbelegungen von Fächern sind nicht zulässig.)							5 cp
		<i>Außenwirtschaft I</i>			4				
		<i>Controlling I</i>			4				
		<i>Einkauf und Logistik I</i>		4					
		<i>Kommunale Wirtschaftsförderung – Planung und Kontrolle I</i>		4					
		<i>Strategisches Marketing I</i>			4				
		<i>Organisation und Informationsmanagement I</i>		4					
		<i>Human Resource Management I</i>			4				
	MBM 104	Empirische Analyse (Die Studierenden müssen aus diesem Katalog ein Fach auswählen.)							5 cp
		<i>Empirische ökonomische Modellanalyse</i>		2	2				
		<i>Multivariate Analyse von Erhebungsdaten insbesondere mit SPSS</i>		4					
		<i>Kommunale Wirtschaftsförderung/Entwicklung und Einsatz eines regionalen Monitorings für den mittleren Niederrhein</i>							
	MBM 105	Unternehmensrecht in der internationalen betrieblichen Praxis		2		2			5 cp
	MBM 106	Volkswirtschaftlicher Rahmen von Managemententscheidungen (Die Studierenden müssen aus diesem Katalog ein Fach auswählen.)							5 cp
		<i>Konjunkturdiagnose und -prognose</i>		4					
		<i>Außenwirtschaftstheorie und -politik</i>		4					
		<i>Öffentliche Finanzen</i>			4				

Zeit- lage	Modul- nummer	Modulname	Veranstaltungsart/ SWS						Kredit- punkte
			V	SL	S	Ü	PS	P	
2. Semester	MBM 201	Schwerpunkt 1 (Fortführung des Schwerpunktfaches aus MBM 101)							5 cp
		<i>Außenwirtschaft II</i>			4				
		<i>Controlling II</i>	4						
		<i>Einkauf und Logistik II</i>		4					
		<i>Kommunale Wirtschaftsförderung – Planung und Kontrolle II</i>			4				
		<i>Strategisches Marketing II</i>			4				
		<i>Organisation und Informationsmanagement II</i>			4				
		<i>Human Resource Management II</i>			4				
	MBM 202	<i>Ressourcenorientierte Managemententscheidungen</i>		4					5 cp
	MBM 203	Schwerpunkt 2 (Fortführung des Schwerpunktfaches aus MBM 102)							5 cp
		<i>Außenwirtschaft II</i>			4				
		<i>Controlling II</i>	4						
		<i>Einkauf und Logistik II</i>		4					
		<i>Kommunale Wirtschaftsförderung – Planung und Kontrolle II</i>			4				
		<i>Strategisches Marketing II</i>			4				
		<i>Organisation und Informationsmanagement II</i>			4				
	<i>Human Resource Management II</i>			4					
	MBM 204	Steuerliche Aspekte der Unternehmenspolitik	2						5 cp
	MBM 205	IT-Support für das Management (Die Studierenden müssen aus diesem Katalog ein Fach auswählen.)							5 cp
		<i>Methoden der Unternehmensberatung</i>		2		2			
<i>Qualitäts- und Risikomanagement in Projekten</i>			3		1				
MBM 206	Internationale Kommunikation (Die Studierenden müssen aus diesem Katalog ein Fach auswählen.)							5 cp	
	<i>Wirtschaftsenglisch</i>			4					
	<i>Wirtschaftsfranzösisch</i>		4						
	<i>Wirtschaftsspanisch</i>		4						
	<i>Wirtschaftsniederländisch</i>				4				

Zeit- lage	Modul- nummer	Modulname	Veranstaltungsart/ SWS						Kredit- punkte
			V	SL	S	Ü	PS	P	
3. Semester	MBM 301	Schwerpunkt 1 Zusatzwahl: Fachbezogenes Projekt (Die Studierenden müssen aus diesem Katalog ein Fach auswählen.)							5 cp
		<i>Außenwirtschaft: Praxisprojekt internationales Management</i>					4		
		<i>Controlling: Strategische und wertorientierte Unternehmensführung</i>	4						
		<i>Einkauf und Logistik: Innovationsmanagement</i>		4					
		<i>Ausgewählte Forschungsfragenstellungen des Markenmanagements</i>					4		
		<i>Kommunale Wirtschaftsförderung – Planung und Kontrolle: Entwicklung und Einsatz eines Regionalen Monitorings für den Mittleren Niederrhein</i>					4		
		<i>Organisation und Informationsmanagement: Organisationsentwicklung</i>				2			
		<i>Human Resource Management: Personalentwicklung</i>			4				
	MBM 302	Forschungsorientierte Managemententscheidungen (Die Studierenden müssen aus diesem Katalog ein Fach auswählen.)							5 cp
		<i>Marktorientiertes Forschungspraktikum: Value to the customer</i>	2			2			
		<i>Ressourcenorientiertes Forschungspraktikum: Tools, Systeme und Methoden des Human Resource Management</i>					4		
	MBM 303	Schwerpunkt 2 Zusatzwahl: Fachbezogenes Projekt (Die Studierenden müssen aus diesem Katalog ein Fach auswählen; Doppelbelegungen von Fächern sind nicht zulässig.)							5 cp
		<i>Außenwirtschaft: Praxisprojekt internationales Management</i>					4		
		<i>Controlling: Strategische und wertorientierte Unternehmensführung</i>	4						
		<i>Einkauf und Logistik: Innovationsmanagement</i>		4					
		<i>Strategisches Marketing: Einkaufsstättenimage und -wahlverhalten</i>					4		
		<i>Kommunale Wirtschaftsförderung- Planung und Kontrolle: Entwicklung und Einsatz eines Regionalen Monitorings für den Mittleren Niederrhein</i>					4		
		<i>Organisation und Informationsmanagement: Organisationsentwicklung</i>				2			
		<i>Human Resource Management: Personalentwicklung</i>			4				
	MBM 304	Ressourceneinsatz (Die Studierenden müssen aus diesem Katalog ein Fach auswählen.)							5 cp
		<i>Eignungs- und Potenzialdiagnostik</i>			4				
		<i>Human Resource Management, Unternehmensumwandlung und -verschmelzung</i>			4				
		<i>Internationales Investitionsgütermarketing</i>	2			2			
		<i>Personalkompetenz Wirtschaftsethik</i>			4				
		<i>Aktuelle Problemstellungen und Lösungskonzepte in der materialwirtschaftlichen Forschung</i>		2			2		
	MBM 305	Strukturen (Die Studierenden müssen aus diesem Katalog ein Fach auswählen.)							5 cp
		<i>Bank- and Finance Management</i>	2	2					
		<i>Modernes Pricing</i>				4			
		<i>Rechtsfragen der Unternehmensfinanzierung</i>		4					
	MBM 306	Informationen (Die Studierenden müssen aus diesem Katalog ein Fach auswählen.)							5 cp
<i>IT-Anwendungen in der Umweltökonomie</i>			4						
<i>Kostenrechnung und Controlling in der Produktion</i>				4					
<i>Operations Research</i>			4						
<i>Planspiele der Produktion</i>				4					
<i>Qualitative und quantitative Methoden der Informationswirtschaft</i>				4					

Zeit- lage	Modul- nummer	Modulname	Veranstaltungsart/ SWS						Kredit- punkte
			V	SL	S	Ü	PS	P	
4. Semester	MBM 400	Masterarbeit und Kolloquium							30 cp

V = Vorlesung

SL = Seminarische Lehrveranstaltung

S = Seminar

Ü = Übung

PS = Projektseminar

P = Praktikum

SWS = Semesterwochenstunden

cp = credit points

Prüfungs- und Studienplan für den Masterstudiengang Business Management									
Zeit- lage	Modul- nummer	Modulname	Veranstaltungsart/SWS						Kredit- punkte
			V	SL	S	Ü	PS	P	
1. Semester	MBM 101	<b>Schwerpunkt 1 (Die Studierenden müssen aus diesem Katalog ein Fach auswählen)</b>							
	MBM 10101	<i>Einkauf und Logistik I</i>		4					
	MBM 10102	<i>Marketing I</i>			4				
	MBM 10103	<i>Controlling I</i>			4				
	MBM 10104	<i>Human Resource Management I</i>			4				
	MBM 10105	<i>Internationales Management I</i>			4				
	MBM 102	<b>Schwerpunkt 1 (Die Studierenden müssen aus diesem Katalog ein Fach auswählen)</b>							
	MBM 10201	<i>Einkauf und Logistik I</i>		4					
	MBM 10202	<i>Marketing I</i>			4				
	MBM 10203	<i>Controlling I</i>			4				
	MBM 10204	<i>Human Resource Management I</i>			4				
	MBM 10205	<i>Internationales Management I</i>			4				
	MBM 103	<b>Purchasing and International Marketing</b>		2			2		
	MBM 104	<b>Kern Wahlpflicht 1</b>							
	MBM 10401	<i>Multivariate Analyse von Erhebungsdaten mit SPSS</i>				2		2	
	MBM 10402	<i>Empirische ökonomische Modellanalyse</i>		4					
	MBM 10403	<i>Regional ökonomisches Forschungsprojekt</i>						4	
	MBM 105	<b>Kern Wahlpflicht 2</b>							
	MBM 10501	<i>Business Economics</i>			4				
	MBM 10502	<i>Öffentliche Finanzen</i>			4				
MBM 106	<b>Zusatz Wahlpflicht 1</b>								
MBM 10601	<i>Führungskompetenz</i>			4					
MBM 10602	<i>Eignungs- und Potenzialdiagnostik</i>				4				
2. Semester	MBM 201	<b>Schwerpunkt 2 (Fortführung des Schwerpunktfaches aus MBM 101)</b>							
	MBM 20101	<i>Einkauf und Logistik II</i>		4					
	MBM 20102	<i>Marketing II</i>			4				
	MBM 20103	<i>Controlling II</i>		2		2			
	MBM 20104	<i>Human Resource Management II</i>				4			
	MBM 20105	<i>Internationales Management II</i>				4			
	MBM 202	<b>Schwerpunkt 2 (Fortführung des Schwerpunktfaches aus MBM 102)</b>							
	MBM 20201	<i>Einkauf und Logistik II</i>		4					
	MBM 20202	<i>Marketing II</i>			4				
	MBM 20203	<i>Controlling II</i>		2		2			
	MBM 20204	<i>Human Resource Management II</i>				4			
	MBM 20205	<i>Internationales Management II</i>				4			
	MBM 203	<b>Bank and Finance Management</b>		2	2				
	MBM 204	<b>Kern Wahlpflicht 3</b>							
	MBM 20401	<i>Beschaffungsmanagement</i>			2			2	
	MBM 20402	<i>Sales Management</i>					2	2	
	MBM 205	<b>Kern Wahlpflicht 4</b>							
	MBM 20501	<i>Organisationskultur und Informationsmanagement</i>			2		2		
	MBM 20502	<i>Tools, Systeme und Methoden des Human Resource Management</i>						4	
	MBM 206	<b>Zusatz Wahlpflicht 2</b>							
MBM 20601	<i>Interkulturelle Kommunikation in der Fachsprache Wirtschaftsenglisch</i>				4				
MBM 20602	<i>Interkulturelle Kommunikation in der Fachsprache Wirtschaftsfranzösisch</i>			4					
MBM 20603	<i>Interkulturelle Kommunikation in der Fachsprache Wirtschaftsspanisch</i>			4					
MBM 20604	<i>Intercultural Communication and Cooperation</i>			4					
3. Semester	MBM 301	<b>Schwerpunktbezogenes Forschungsprojekt (Die Studierenden müssen aus diesem Katalog ein Fach auswählen)</b>							
	MBM 30101	<i>Aktuelle Fragestellungen des Beschaffungsmanagement</i>			2			2	
	MBM 30102	<i>Wertorientiertes Beschaffungsmanagement</i>			2			2	
	MBM 30103	<i>Ausgewählte Fragestellungen des Markenmanagements</i>						4	
	MBM 30104	<i>Dienstleistungsmarketing</i>				4			
	MBM 30105	<i>Value to the customer</i>		2			2		
	MBM 30106	<i>Controlling in Energieversorgungsunternehmen</i>		2			2		
	MBM 30107	<i>Vertriebscontrolling in Handel und Telekommunikation</i>				4			
	MBM 30108	<i>Personalentwicklung</i>				4			
	MBM 30109	<i>Aktuelle Problemstellungen im internationalen Management</i>						4	
	MBM 30110	<i>Internationales Investitionsgütermarketing</i>		2			2		
	MBM 302	<b>Schwerpunktbezogenes Forschungsprojekt (Die Studierenden müssen aus diesem Katalog ein Fach auswählen)</b>							
	MBM 30201	<i>Aktuelle Fragestellungen des Beschaffungsmanagement</i>			2			2	
	MBM 30202	<i>Wertorientiertes Beschaffungsmanagement</i>			2			2	
	MBM 30203	<i>Ausgewählte Fragestellungen des Markenmanagements</i>						4	
	MBM 30204	<i>Dienstleistungsmarketing</i>				4			
	MBM 30205	<i>Value to the customer</i>		2			2		
	MBM 30206	<i>Controlling in Energieversorgungsunternehmen</i>		2			2		
	MBM 30207	<i>Vertriebscontrolling in Handel und Telekommunikation</i>				4			
	MBM 30208	<i>Personalentwicklung</i>				4			
MBM 30209	<i>Aktuelle Problemstellungen im internationalen Management</i>						4		
MBM 30210	<i>Internationales Investitionsgütermarketing</i>		2			2			
MBM 303	<b>International Economics</b>		2			2			
MBM 304	<b>Kern Wahlpflicht 5</b>								
MBM 30401	<i>Reporting und Controlling</i>				4				
MBM 30402	<i>Lean Production</i>			4					
MBM 305	<b>Kern Wahlpflicht 6</b>								
MBM 30501	<i>Innovationsmanagement</i>				4				
MBM 30502	<i>Change Management</i>		2			2			
MBM 30503	<i>Energy Management Accounting</i>		4						
MBM 306	<b>Zusatz Wahlpflicht 3</b>								
MBM 30601	<i>Personalkompetenz Wirtschaftsethik</i>				4				
MBM 30602	<i>HRM: Qualitätskonzepte für Veränderungen</i>				4				
4. Sem	MBM 401	<b>Masterthesis</b>							24 cp
	MBM 402	<b>Kolloquium</b>							6 cp

V	Vorlesung
SL	Seminarische Lehrveranstaltung
S	Seminar
Ü	Übung
PS	Projektseminar
P	Praktikum
SWS	Semesterwochenstunden
cp	credit points

Prüfungs- und Studienplan für das Deutsch-Französische Studienprogramm Internationales Marketing								
Zeit- lage	Modul- nummer	Modulname	Veranstaltungsart/SWS					Kredit- punkte
			V	SL	S	Ü	PS	
1. Semester	MBM 101	<b>Schwerpunkt 1</b>						5 cp
	MBM 10102	<i>Marketing I</i>			4			
	MBM 102	<b>Schwerpunkt 1</b>						5 cp
	MBM 10205	<i>Internationales Management I</i>			4			
	MBM 103	<b>Purchasing and International Marketing</b>	2			2		5 cp
	MBM 104	<b>Kern Wahlpflicht 1 (ein Modul ist auszuwählen)</b>						5 cp
	MBM 10401	<i>Multivariate Analyse von Erhebungsdaten mit SPSS</i>			2		2	
	MBM 10402	<i>Empirische ökonomische Modellanalyse</i>		4				
	MBM 10403	<i>Regional ökonomisches Forschungsprojekt</i>					4	
	MBM 105	<b>Kern Wahlpflicht 2</b>						5 cp
	MBM 10501	<i>Business Economics</i>		4				
	MBM 106	<b>Zusatz Wahlpflicht 1</b>						5 cp
MBM 10601	<i>Führungskompetenz</i>		4					
MBM 10602	<i>Eignungs- und Potenzialdiagnostik</i>			4				
2. Semester	MBM 201	<b>Schwerpunkt 2 (Fortführung des Schwerpunktfaches aus MBM 101)</b>						5 cp
	MBM 20102	<i>Marketing II</i>		4				
	MBM 202	<b>Schwerpunkt 2 (Fortführung des Schwerpunktfaches aus MBM 102)</b>						5 cp
	MBM 20205	<i>Internationales Management II</i>			4			
	MBM 204	<b>Kern Wahlpflicht 3</b>						5 cp
	MBM 20402	<i>Sales Management</i>				2	2	
	MBM 303	<b>International Economics</b>	2			2		5 cp
	MBM 206	<b>Zusatz Wahlpflicht 2</b>						5 cp
	MBM 20602	<i>Interkulturelle Kommunikation in der Fachsprache Wirtschaftsfranzösisch</i>		4				
	MBM 301	<b>Schwerpunktbezogenes Forschungsprojekt (Die Studierenden müssen aus diesem Katalog ein Fach auswählen)</b>						
	MBM 30103	<i>Ausgewählte Fragestellungen des Markenmanagements</i>					4	5 cp
MBM 30104	<i>Dienstleistungsmarketing</i>			4				
MBM 30107	<i>Vertriebscontrolling in Handel und Telekommunikation</i>			4				
MBM 30109	<i>Aktuelle Problemstellungen im internationalen Management</i>					4		
MBM 30110	<i>Internationales Investitionsgütermarketing</i>	2			2			
MBM 30205	<i>Value to the Customer</i>	2			2			
3. Semester		<b>Module wählbar gemäß Modulangebot an der französischen Partnerhochschule innerhalb folgender Wahlmöglichkeiten:</b>						30 cp
		<i>Management de la Fanchise</i>						
		<i>Management de la Realtion au Consommateur</i>						
		<i>Management Innovation Agroalimentaire et Marketing</i>						
		<i>Consumer Behaviour and Innovation</i>						
4. Sem.	MBM 401	<b>Masterthesis</b>						24 cp
	MBM 402	<b>Kolloquium</b>						6 cp

V	Vorlesung
SL	Seminarische Lehrveranstaltung
S	Seminar
Ü	Übung
PS	Projektseminar
P	Praktikum
SWS	Semesterwochenstunden
cp	credit points