



Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

Amtliche Bekanntmachungen

Herausgegeben im Auftrag des Präsidenten der Hochschule Niederrhein

43. Jahrgang Ausgegeben zu Krefeld und Mönchengladbach am 17. Dezember 2018 Nr. 60

Inhalt

Ordnung zur Änderung der Prüfungsordnungen für den Deutsch-Französischen Bachelorstudiengang Internationales Marketing und den Deutsch-Französischen Masterstudiengang Internationales Marketing an der Hochschule Niederrhein vom 12. Dezember 2018

**Ordnung
zur Änderung der Prüfungsordnungen
für den Deutsch-Französischen Bachelorstudiengang Internationales Marketing
und den Deutsch-Französischen Masterstudiengang Internationales Marketing
an der Hochschule Niederrhein**

Vom 12. Dezember 2018

Aufgrund des § 2 Abs. 4 und des § 64 Abs. 1 des Gesetzes über die Hochschulen des Landes Nordrhein-Westfalen (Hochschulgesetz – HG) in der Fassung des Artikels 1 des Hochschulzukunftsgesetzes vom 16. September 2014 (GV. NRW. S. 547) und zuletzt geändert durch Gesetz vom 7. April 2017 (GV. NRW. S. 414) hat der Fachbereichsrat des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften der Hochschule Niederrhein die folgende Änderungsordnung erlassen:

Artikel I

Die Prüfungsordnung für den Deutsch-Französischen Bachelorstudiengang Internationales Marketing an der Hochschule Niederrhein vom 29. August 2017 (Amtl. Bek. 57/2017), geändert durch Ordnung vom 23. März 2018 (Amtl. Bek. 23/2018), wird wie folgt geändert:

1. § 3 wird wie folgt geändert:

a) Nach Absatz 3 wird folgender Absatz 4 eingefügt:

„(4) Abweichend von Absatz 3 Satz 2 haben Studierende der Hochschule Niederrhein, die die Hochschulzugangsberechtigung im französischsprachigen Ausland erworben haben, die Wahl zwischen dem Studienverlauf nach Anlage I und dem Studienverlauf nach Anlage II. Die Festlegung muss bei der Einschreibung erfolgen.“

b) Die bisherigen Absätze 4 bis 7 werden Absätze 5 bis 8.

2. § 4 Abs. 3 Satz 4 bis 6 wird gestrichen.

3. In § 7 Abs. 1 Satz 2 wird der Klammerzusatz am Ende des Satzes gestrichen.

4. Die **Anlagen** erhalten die Fassung der dieser Änderungsordnung beigelegten Anlage I.

Artikel II

Die Prüfungsordnung für den Deutsch-Französischen Masterstudiengang Internationales Marketing an der Hochschule Niederrhein vom 29. August 2017 (Amtl. Bek. 62/2017), geändert durch Ordnung vom 23. März 2018 (Amtl. Bek. 23/2018), wird wie folgt geändert:

1. § 4 Abs. 3 Satz 4 bis 6 wird gestrichen.

2. In § 7 Abs. 1 Satz 2 wird der Klammerzusatz am Ende des Satzes gestrichen.

3. Die **Anlage** erhält die Fassung der dieser Änderungsordnung beigelegten Anlage II.

Artikel III

Diese Änderungsordnung tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung in den Amtlichen Bekanntmachungen der Hochschule Niederrhein (Amtl. Bek. HN) in Kraft.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Fachbereichsrates des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften vom 11. Oktober 2018 und der Feststellung der Rechtmäßigkeit durch das Präsidium der Hochschule Niederrhein vom 4. Dezember 2018.

Mönchengladbach, den 12. Dezember 2018

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

Von Studierenden der Hochschule Niederrhein zu absolvierende Module

Zeit- lage	Modulnummer	Modul	Veranstaltungsart/SWS						Kredit- Punkte
			V	SL	S	Ü	PS	P	
1. Semester	IMB 101	Organisation		4					5 cp
	IMB 102	Buchhaltung	2						2,5 cp
	IMB 103	Wirtschaftsmathematik		4					5 cp
	IMB 104	Bürgerliches Recht	3			1			5 cp
	IMB 105	Wirtschaftsinformatik Grundlagen	2			2			5 cp
	IMB 106	Lernmethoden	B			B			2 cp
	IMB 107	Marketing	2						2,5 cp
2. Semester	IMB 201	Personal	4						5 cp
	IMB 202	Internes Rechnungswesen	4						5 cp
	IMB 203	Wirtschaftsstatistik		4					5 cp
	IMB 204	Handels- und Arbeitsrecht	2	2					5 cp
	IMB 205	Wirtschaftsinformatik-Anwendungssysteme		2		2			5 cp
	IMB 206	Wirtschaftsenglisch I		3		1			5 cp
3. Semester	IMB 301	Marketing I			4				5 cp
	IMB 302	International Management I		4					5 cp
	IMB 303	Externes Rechnungswesen	3			1			5 cp
	IMB 304	Interkulturelle Kompetenz deutsch-französisch			4				5 cp
	IMB 305	Mikroökonomie		4					5 cp
	IMB 306	Wirtschaftsfranzösisch I		4					5 cp
	IMB 307	Wissenschaftliches Arbeiten	1			1			3 cp
4. Semester	IMB 401	Marketing II			4				5 cp
	IMB 402	International Management II			4				5 cp
	IMB 403	Makroökonomie		4					5 cp
	IMB 404	Deutsch-französische Diskurse zur Wirtschaftspolitik		4					5 cp
	IMB 405	Wirtschaftsfranzösisch II		4					5 cp
	IMB 406	Internationales Marketing		4					5 cp
		Studium an der französischen Partnerhochschule							
5. Semester	UE LMI 5.1	UE Management des entreprises II Stratégie de développement à l'international Négociations commerciales à l'international							3 cp
	UE LMI 5.2	UE Marketing stratégique II Distributions, Réseaux de commercialisation E-Commerce / Marketing digital Analyse de données marketing II							9 cp
	UE LMI 5.3	UE Projets II Consommateurs et innovation II							9 cp
	UE LMI 5.4	UE Langues Anglais							3 cp
		UE Méthodologie Méthodologie de la recherche / recherche documentaire Comparaisons socio-économiques transfrontalières (France-Allemagne) Ethno Marketing							3 cp
6. Semester	UE LMI 6.1	UE Management des entreprises II Relations économiques internationales International Marketing							6 cp
	UE LMI 6.2	UE Marketing stratégique II Démarche de marketing stratégique II Distributions et Réseaux de commercialisation E-commerce							6 cp
	UR LMI 6.3	UE Projets II Consommateurs et innovation II Simulation marketing							3 cp
	UE LMI 6.4	UE Langues II Anglais UE Bachelor Thesis Rapport Soutenance orale							9 cp
		UE Libre Matière au choix dans le catalogue							3 cp

B:	Blockveranstaltung
cp:	credit points
P:	Projekt
PS:	Projektseminar
S:	Seminar
SL:	Seminaristische Lehrveranstaltung
Ü:	Übung
V:	Vorlesung

Von Studierenden der Universität de Haute-Alsace zu absolvierende Module

Zeit- lage	Modul-Nr.	Modul	Veranstaltungsart/SWS						Kredit- punkte
			V	SL	S	Ü	PS	P	
1. Semester	IMB 101	Organisation		4					5 cp
	IMB 102	Buchhaltung	2						2,5 cp
	IMB 103	Wirtschaftsmathematik		4					5 cp
	IMB 108	Sprachkompetenz Deutsch				2			5 cp
	IMB 105	Wirtschaftsinformatik-Grundlagen	2			2			5 cp
	IMB 106	Lernmethoden	B			B			2 cp
	IMB 107	Marketing	2						2,5 cp
2. Semester	IMB 201	Personal	4						5 cp
	IMB 202	Internes Rechnungswesen	4						5 cp
	IMB 203	Wirtschaftsstatistik		4					5 cp
	IMB 205	Wirtschaftsinformatik-Anwendungssysteme		2		2			5 cp
	IMB 206	Wirtschaftsenglisch I		4					5 cp
	IMB 207	Wirtschaftsdeutsch I		3		1			5 cp
3. Semester	IMB 301	Marketing I			4				5 cp
	IMB 302	International Management I		4					5 cp
	IMB 303	Externes Rechnungswesen	3			1			5 cp
	IMB 304	Interkulturelle Kompetenz deutsch-französisch			4				5 cp
	IMB 305	Mikroökonomie		4					5 cp
	IBM 307	Wissenschaftliches Arbeiten	1			1			3 cp
	IMB 308	Wirtschaftsdeutsch II		3		1			5 cp
4. Semester	IMB 401	Marketing II			4				5 cp
	IMB 402	International Management II			4				5 cp
	IMB 403	Makroökonomie		4					5 cp
	IMB 404	Deutsch-französische Diskurse zur Wirtschaftspolitik		4					5 cp
	IMB 405	Schlüsselqualifikation (Die Studierenden müssen aus diesem Katalog ein Fach auswählen.)*		4					5 cp
	IMB 406	Internationales Marketing		4					5 cp
5. Semester	Studium an der französischen Partnerhochschule								
	UE LMI 5.1	UE Management des entreprises II Stratégie de développement à l'international Négociations commerciales à l'international							3 cp
	UE LMI 5.2	UE Marketing stratégique II Distributions, Réseaux de commercialisation E-Commerce / Marketing digital Analyse de données marketing II							9 cp
	UE LMI 5.3	UE Projets II Consommateurs et innovation II							9 cp
	UE LMI 5.4	UE Langues Anglais							3 cp
		UE Méthodologie Méthodologie de la recherche / recherche documentaire Comparaisons socio-économiques transfrontalières (France-Allemagne) Ethno Marketing							3 cp
6. Semester	UE LMI 6.1	UE Management des entreprises II Relations économiques internationales International Marketing							6 cp
	UE LMI 6.2	UE Marketing stratégique II Démarche de marketing stratégique II Distributions et Réseaux de commercialisation E-commerce							6 cp
	UR LMI 6.3	UE Projets II Consommateurs et innovation II Simulation marketing							3 cp
	UE LMI 6.4	UE Langues II Anglais UE Bachelor Thesis Rapport Soutenance orale							9 cp
		UE Libre Matière au choix dans le catalogue							3 cp

B:	Blockveranstaltung
cp:	credit points
P:	Projekt
PS:	Projektseminar
S:	Seminar
SL:	Seminaristische Lehrveranstaltung
Ü:	Übung
V:	Vorlesung

* Der Katalog der aktuell wählbaren Module wird vom Fachbereichsrat zu Beginn jedes Semesters beschlossen und anschließend auf den Webseiten des Fachbereichs bekannt gegeben.
Eine Gesamtübersicht aller Module findet sich im Katalog der Modulbeschreibungen.

Prüfungs-und Studienplan

Zeit- lage	Modulnummer	Modulbezeichnung	Veranstaltungsart/SWS						Kredit- punkte
			V	SL	S	Ü	PS	P	
1. Semester	IMM 101	Marketing I			4				5 cp
	IMM 102	Internationales Management I			4				5 cp
	IMM 103	International Strategic Purchasing and International Marketing	1		1	2			5 cp
	IMM 104	Wahlpflicht I (ein Modul ist auszuwählen)*	4						5 cp
	IMM 105	Business Economics		4					5 cp
	IMM 106	Interkulturelles Management Deutschland-Frankreich		4					5 cp
2. Semester	IMM 201	Marketing II			4				5 cp
	IMM 202	Internationales Management II			4				5 cp
	IMM 203	Sales Management			2	2			5 cp
	IMM 204	International Economics		4					5 cp
	IMM 205	Interkulturelle Kommunikation in der Fachsprache Wirtschaftsfranzösisch		4					5 cp
	IMM 206	Schwerpunktbezogenes Forschungsprojekt (ein Modul ist auszuwählen)*						4	5 cp
Studium an der französischen Partnerhochschule								60 cp	
3. Semester	Management et Ingénierie de la Fanchise et des Entreprises en Réseau (Option I)								
	UE MIFER 3.1	UE Marketing des réseaux de franchise et du commerce organisé							6 cp
	UE MIFER 3.2	UE Ingénierie et développement des réseaux							6 cp
	UE MIFER 3.3	UE Management et animation des réseaux							6 cp
	UE MIFER 3.4	UE Etudes et recherche sur les réseaux							
	UE MIFER 3.5	UE Langues							3 cp
	Marketing et relation client (Option II)								
	UE MRC 3.1	UE Marketing relationnel							9 cp
	UE MRC 3.2	UE Communication online et offline							9 cp
	UE MRC 3.3	UE Etudes et recherches en marketing							6 cp
	UE MRC 3.4	UE Outils complémentaires en Marketing							3 cp
	UE MRC 3.5	UE Culture Entrepreneuriale							3 cp
	Marketing Etudes et Innovation Produits (MEIP)								
	UE MEIP 3.1	UE Marketing management							9 cp
	UE MEIP 3.2	UE Etudes marketing							6 cp
	UE MEIP 3.3	UE Management des innovations alimentaires							6 cp
	UE MEIP 3.4	UE Communication numérique							3 cp
	UE MEIP 3.5	UE Langues							3 cp
	UE MIFER, MEIP, MRC 4.1	UE Mission professionnelle (MIFER; MEIP & MRC) Rapport écrit Soutenance							30 cp

B:	Blockveranstaltung
cp:	credit points
P:	Projekt
PS:	Projektseminar
S:	Seminar
SL:	Seminaristische Lehrveranstaltung
Ü:	Übung
V:	Vorlesung

* Der Katalog der aktuell wählbaren Module wird vom Fachbereichsrat zu Beginn jedes Semesters beschlossen und anschließend auf den Webseiten des Fachbereichs bekannt gegeben. Eine Gesamtübersicht aller Module findet sich im Katalog der Modulbeschreibungen.