

HSD NR. 743

Das Verkündungsblatt der Hochschule
Herausgeberin: Die Präsidentin

26.02.2021
Nummer 743

Prüfungsordnung (Studiengangsspezifische Bestimmungen) für den Bachelorstudiengang Kommunikations- und Multimediamanagement an der Hochschule Düsseldorf

Vom 26.02.2021

Aufgrund der §§ 2 Abs. 4, 64 Abs. 1 des Gesetzes über die Hochschulen des Landes Nordrhein-Westfalen (Hochschulgesetz - HG) vom 16.09.2014 (GV. NRW. S. 547) in der aktuell gültigen Fassung hat die Hochschule Düsseldorf die folgende Prüfungsordnung als Satzung erlassen.

Inhaltsverzeichnis

- § 1 Studienvoraussetzungen
- § 2 Studienumfang
- § 3 Umfang und Art der Bachelorprüfung
- § 4 Studiengangsspezifische Prüfungsformen
- § 5 In-Kraft-Treten

Anlage 1: Studienverlaufsplan

Anlage 2: Eingeschränkt wiederholbare Modulabschlussprüfungen und Modulteilprüfungen

§ 1 – STUDIENVORAUSSETZUNGEN

(1) Zur Studienaufnahme sind Deutschkenntnisse vom Niveau C1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen nachzuweisen.

(2) Die berufspraktische Tätigkeit bzw. das Praktikum muss eine Dauer von mindestens 12 Wochen umfassen.

(3) Bei einem Praktikum nach Absatz 2 müssen während der gesamten Praktikumszeit mindestens drei der folgenden Bereiche durchlaufen werden:

- Leistungserstellung
- Marketing / Vertrieb / Marktforschung
- Personalwirtschaft
- Rechnungswesen / Controlling
- Finanzierung
- Informationsmanagement / IT / Multimedia
- Kommunikation
- Organisation
- Medienwirtschaft/ Medienproduktion
- E-Business

§ 2 – STUDIENUMFANG

Der Gesamtstudienumfang des Bachelorstudiengangs beträgt 108 Semesterwochenstunden. Für die gesamte Arbeitsbelastung des Studiums einschließlich der Präsenzzeiten, Vor- und Nachbereitungen sowie der Bachelor-Thesis werden insgesamt 180 Credits vergeben. Davon entfallen 121 Credits auf den Pflichtbereich (Core Modules, Support Modules sowie Organization and Communication Skills Modules), 30 Credits auf den Wahlpflichtbereich (Spezialisierung Modules) und 29 Credits auf den Transferpflichtbereich (Transferable Skills Modules). Ein Credit entspricht einem studentischen Aufwand von 25 Arbeitsstunden.

§ 3 – UMFANG UND ART DER BACHELORPRÜFUNG

Die Bachelorprüfung besteht aus

1. einem Pflichtbereich im Umfang von 121 Credits (Core Modules, Support Modules sowie Organization and Communication Skills Modules) mit Modulprüfungen in den Modulen:

- | | |
|---|------------|
| a) Medien- und Kommunikationsbranche: Akteure, Prozesse, Geschäftsmodelle | 5 Credits |
| b) Marketing | 10 Credits |
| c) Kommunikationsmanagement | 5 Credits |
| d) Konsumentenforschung, Data Analytics & digitale Ethik | 5 Credits |
| e) Kommunikationsinstrumente | 10 Credits |
| f) E-Business | 5 Credits |
| g) Multimediamanagement | 10 Credits |
| h) Unternehmensführung | 9 Credits |
| i) Empirische Forschungsmethoden | 6 Credits |
| j) Grundlagen der Bilanzierung und der Kosten- und Leistungsrechnung | 7 Credits |

k) Recht	10 Credits
l) Grundlagen des Controllings und der Wirtschaftsinformatik	8 Credits
m) Designmanagement	11 Credits
n) Projektmanagement und Präsentationstechnik	5 Credits
o) Business English Communication Skills	10 Credits
p) Web- und Multimediatools	5 Credits

2. einem Wahlpflichtbereich (Spezialisationsmodulen) im Umfang von 30 Credits mit Modulprüfungen in drei von sieben nachfolgend aufgeführten Modulen:

a) Messemanagement	10 Credits
b) PR und Social Media Relations	10 Credits
c) Web- und App-Konzeption	10 Credits
d) Digitales Storytelling	10 Credits
e) Start-up: Gründung und Businessplan	10 Credits
f) Marketing Analytics	10 Credits
g) Online Marketing	10 Credits

3. einem Transferbereich (Transferable Skills Modules) im Umfang von 29 Credits mit Modulprüfungen in den Modulen:

a) einer Projektarbeit	14 Credits
b) der Bachelor-Thesis	12 Credits
c) dem Kolloquium	3 Credits.

§ 4 – STUDIENGANGSPEZIFISCHE PRÜFUNGSFORMEN

(1) Mit einer Projektdokumentation soll die bzw. der Studierende die Fähigkeit zur Teamarbeit und zur Entwicklung, Durchsetzung und Präsentation von Konzepten im Rahmen eines Projekts nachweisen und dokumentieren können.

(2) Das Portfolio ist eine Prüfungsform, bei der die bzw. der Studierende im Verlauf des Semesters verschiedene Arbeitsaufgaben bearbeitet und dabei reflexiv ihren bzw. seinen Entwicklungsstand und Lernfortschritt dokumentiert. Die Portfoliobeiträge basieren auf durch die Prüferin bzw. den Prüfer vorgegebenen Aufgaben, die sich auf den Modulinhalt beziehen. Sie sollen die Studierende bzw. den Studierenden zur Lösung und Reflexion von komplexen Aufgaben befähigen.

§ 5 – IN-KRAFT-TRETEN

(1) Diese Prüfungsordnung für den Bachelorstudiengang Kommunikations- und Multimediamanagement des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften an der Hochschule Düsseldorf tritt am 01.09.2021 in Kraft und wird im Verkündungsblatt der Hochschule Düsseldorf bekannt gegeben. Sie gilt für alle Studierenden des Bachelorstudiengangs Kommunikations- und Multimediamanagement, die ihr Studium ab dem Wintersemester 2021/22 aufnehmen.

(2) Studierende, die bereits vor In-Kraft-Treten dieser Prüfungsordnung in den Bachelorstudiengang Kommunikations- und Multimediamanagement immatrikuliert waren, werden auf Antrag in den Geltungsbereich dieser Prüfungsordnung übernommen; der Wechsel kann nur einmalig beantragt werden und ist unwiderruflich. Bisherige Prüfungsleistungen und Prüfungsfehlversuche werden soweit möglich

übertragen. Die Prüfungsordnung vom 13.08.2014 (Verkündungsblatt der Hochschule Düsseldorf, Amtliche Mitteilung Nr. 381), geändert durch Satzung vom 16.03.2015 (Verkündungsblatt der Hochschule Düsseldorf, Amtliche Mitteilung Nr. 393), tritt zum Ende des Wintersemesters 2024/25 außer Kraft. Dieses Datum gilt auch für Wiederholungsprüfungen. Studierende nach Satz 1 1. Halbsatz, die zum Zeitpunkt des Außer-Kraft-Tretens gemäß Satz 3 ihr Studium noch nicht beendet oder den Wechsel noch nicht beantragt haben, werden von Amts wegen nach Maßgabe von Satz 2 in die Prüfungsordnung übertragen.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Fachbereichsrates des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften vom 15.01.2020 sowie der Feststellung der Rechtmäßigkeit durch das Präsidium am 24.02.2021.

Düsseldorf, den 26.02.2021

gez.
Die Dekanin
des Fachbereichs
Wirtschaftswissenschaften
der Hochschule Düsseldorf
Prof. Dr. Felicitas G. Albers

HINWEIS AUF DIE RECHTSFOLGEN NACH § 12 ABS. 5 HG

Nach Ablauf eines Jahres seit der Bekanntgabe dieser Ordnung kann die Verletzung von Verfahrens- oder Formvorschriften des Hochschulgesetzes oder des Ordnungs- oder des sonstigen autonomen Rechts der Hochschule Düsseldorf nur unter den Voraussetzungen des § 12 Abs. 5 Nr. 1 - 4 HG geltend gemacht werden; ansonsten ist eine Rüge ausgeschlossen.

ANLAGE 1: STUDIENVERLAUFSPLAN

BKMV 2019		1 SWS	1 SWS	1 SWS	1 SWS	1 SWS	1 SWS	1 SWS	1 SWS	1 SWS	1 SWS	1 SWS	1 SWS	1 SWS	1 SWS	1 SWS	1 SWS	1 SWS	1 SWS	1 SWS	1 SWS
Fachsemester	1. WS	Medien- und Kommunikationsbranche: Akteure, Prozesse, Geschäftsmodelle 4 SWS 5 C	Unternehmensführung 6 SWS 9 C				Empirische Forschungsmethoden 6 SWS 6 C		Grundlagen der Bilanzierung und der Kosten- und Leistungsrechnung 4 SWS 7 C		Recht (Teilmodul 1: Wirtschafts- und Privatrecht) ¹ 4 SWS 4 C			24 SWS 31 C							
	2. SS	Marketing 6 SWS 10 C			Recht (Teilmodul 2: Medienrecht) 4 SWS 6 C		Grundlagen des Controllings und der Wirtschaftsinformatik 4 SWS 8 C		Projektmanagement und Präsentationstechnik 4 SWS 5 C		Business English Communication Skills (Teilmodul 1: Business English) ¹ 2 SWS 2 C			20 SWS 31 C							
Fachsemester	3. WS	Kommunikationsmanagement 4 SWS 5 C		Konsumentenforschung, Data Analytics & digitale Ethik 4 SWS 5 C		Business English Communication Skills (Teilmodul 2: Communication Skills - B2) 4 SWS 8 C		1. Spezialisierungsmodul (Wahlpflicht) 6 SWS 10 C				18 SWS 28 C									
	4. SS	Kommunikationsinstrumente 6 SWS 10 C			E-Business 4 SWS 5 C		Multimediamanagement 8 SWS 10 C				Web- und Multimediatools 4 SWS 5 C		22 SWS 30 C								
Fachsemester	5. WS	Designmanagement 8 SWS 11 C				2. Spezialisierungsmodul (Wahlpflicht) 6 SWS 10 C			3. Spezialisierungsmodul (Wahlpflicht) 6 SWS 10 C				20 SWS 31 C								
	6. SS	Projektarbeit 4 SWS 14 C		Thesis und Kolloquium 12 C und 3 C										4 SWS 29 C							
		Core Modules 36 SWS 50 C [28% Credits]		Support Modules 36 SWS 51 C [28% Credits]		Organization- and Communication Skills Modules 14 SWS 20 C [11% Credits]		Specialization Modules 18 SWS 30 C [17% Credits]				Transferable Skills Modules (Project) 4 SWS 14 C [8% Credits]		Transferable Skills Modules (Graduation) 0 SWS 15 C [8% Credits]		Summe SWS: 108 C: 180					

Anmerkungen:
¹Erst im zweiten Semester des Moduls werden nach erfolgreich bestandener Modulabschlussprüfung die gesamten Credits für das Modul vergeben.

ANLAGE 2: EINGESCHRÄNKT WIEDERHOLBARE MODUL- ABSCHLUSSPRÜFUNGEN UND MODULTEIL- PRÜFUNGEN

Modulname	Prüfungsform
Medien- und Kommunikationsbranche: Akteure, Prozesse, Geschäftsmodelle	Klausur von 120 Minuten
Marketing	Klausur von 120 Minuten
Kommunikationsmanagement	Klausur von 120 Minuten
Konsumentenforschung, Data Analytics & digitale Ethik	Projektdokumentation (Umfang 10-15 Seiten)
Kommunikationsinstrumente	Mündliche Prüfung (20 Minuten)
E-Business	Hausarbeit (Umfang: 8-10 Seiten)
Multimediamanagement	Hausarbeit (Umfang: 15-20 Seiten)
Unternehmensführung	Klausur von 120 Minuten
Empirische Forschungsmethoden	Klausur von 120 Minuten
Grundlagen der Bilanzierung und der Kosten- und Leistungsrechnung	Klausur von 120 Minuten
Recht	Klausur von 180 Minuten
Grundlagen des Controllings und der Wirtschaftsinformatik	Klausur von 120 Minuten
Designmanagement	Projektdokumentation (Umfang: 20-25 Seiten)
Projektmanagement und Präsentations- technik	Portfolio (Bearbeitung von 4-6 schriftlichen Hausaufgaben (50 %) als Modulteilprüfung für das Teilmodul „Projektma- nagement“ und 15-minütige Präsentation (50 %) als Mo- dulteilprüfung für das Teilmodul „Präsentationstechnik“
Business English Communication Skills	Klausur von 120 Minuten (50 %) und 15-minütige Präsen- tation (50 %)
Web- und Multimediatools	Portfolio (Bearbeitung von 4-6 dokumentierten Hausauf- gaben)
Messemanagement	Mündliche Prüfung (20 Minuten)
PR und Social Media Relations	Projektdokumentation (Umfang: 20-25 Seiten)
Web- und App-Konzeption	Projektdokumentation (Umfang: 20-25 Seiten)
Digitales Storytelling	Projektdokumentation (Umfang: 20-25 Seiten)
Start-up: Gründung und Businessplan	Projektdokumentation (Umfang: 20-25 Seiten)
Marketing Analytics	Projektdokumentation (Umfang: 20-25 Seiten)
Online Marketing	Projektdokumentation (Umfang: 20-25 Seiten)
Projektarbeit	Projektdokumentation (Umfang: 30-35 Seiten)
Bachelor-Thesis	Thesisarbeit (Richtumfang: 50 Seiten; ohne Gliederung, Verzeichnisse, Anhang) Prüfungsvoraussetzung: Nachweis von 120 Credits bei Anmeldung zur Thesis
Kolloquium	Mündliche Prüfung (30 Minuten) Prüfungsvoraussetzung: Bachelor-Thesis mindestens mit der Note „ausreichend“ bestanden