

**3. Änderung
der Studien- und Prüfungsordnung
für den Masterstudiengang Business Management
(Vollzeit- und Teilzeitstudium)**

Abschluss: Master of Arts

Auf der Grundlage von §§ 20 Abs. 2, 23 Abs. 2, 81 Abs. 2 Nr. 1 des Brandenburgischen Hochschulgesetzes (BbgHG) vom 09. April 2024 (GVBl.I/24, Nr. 12), zuletzt geändert am 21. Juni 2024 (GVBl.I/24, Nr. 30) i.V.m. § 14 Abs. 3 der Grundordnung der TH Wildau in der Fassung der Bekanntmachung vom 21. August 2019 (Amtl. Mitteilungen der TH Wildau 45/2019) zuletzt geändert am 22. August 2022 (Amtliche Mitteilungen 29/2022) sowie den Bestimmungen der Rahmenordnung der TH Wildau in der Fassung der Bekanntmachung vom 4. Juli 2019 (Amtl. Mitteilungen Nr. 42/2019) zuletzt geändert am 29. Mai 2024 (Amtliche Mitteilungen der TH Wildau Nr. 12/2024) erlässt der Fachbereichsrat des Fachbereichs Wirtschaft, Informatik, Recht der Technischen Hochschule Wildau mit Beschlussfassung vom 11. November 2024 die folgende Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Management, genehmigt von der Präsidentin der Technischen Hochschule Wildau mit Schreiben vom 20. November 2024.

Artikel I

Der Stundenplan der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Business Management vom 15. Juni 2023 (Amtliche Mitteilungen der TH Wildau 12/2023) wird wie folgt geändert:

Masterstudiengang Business Management Studientyp Vollzeit - gültig ab WiSe 2025/2026

Module	V	Ü	L	P	S	ges. SWS	WiSe			SoSe			WiSe			SoSe		
							1. Sem.			2. Sem.			3. Sem.			4. Sem.		
							SWS	PA	CP	SWS	PA	CP	SWS	PA	CP	SWS	PA	CP
General Management																		
Human Resource Management (engl.)	2	2				4	4	SMP	6									
Technologiemanagement	2	2				4	4	KMP	6									
Strategisches IT-Management	2	2				4				4	FMP	6						
Internationale Wirtschaftskommunikation	2	2				4							4	SMP	6			
Strategische Unternehmensplanung	2	2				4							4	FMP	6			
Marketingmanagement																		
Internationale Marketingstrategien	2	2				4	4	FMP	6									
Käuferverhalten	2	2				4	4	SMP	6									
Quantitative Methoden	2		2			4	4	FMP	6									
Organisationsmanagement	2	2				4				4	SMP	6						
Marketing-Instrumente	2	2				4				4	SMP	6						
Dienstleistungsmarketing	2	2				4				4	SMP	6						
Industriegüter- und Innovationsmarketing	2	2				4							4	SMP	6			
Marketingprojekt	2	2				4							4	SMP	6			
Finanzmanagement/Rechnungswesen																		
<i>(alternativ zu Marketingmanagement)</i>																		
Kostenmanagement	2	2				4	4	FMP	6									
Investitionsplanung	2	2				4	4	SMP	6									
Quantitative Methoden	2		2			4	4	SMP	6									
Internationale Rechnungslegung	2	2				4				4	KMP	6						
Finanzmanagement	2	2				4				4	SMP	6						
Group Accounting	2	2				4				4	SMP	6						
Ausgewählte Themen in Steuern, Accounting und Valuation	2	2				4							4	SMP	6			
Finanzcontrolling	2	2				4							4	FMP	6			
Wahlpflichtkatalog																		
Management I ¹	2	2				4				4	***	6						
Management II ¹	2	2				4							4	***	6			
Summen für Marketingmanagement:																		
Summe der SWS	30	28	2	0	0	60	20			20			20			0		
Summe CP Lehre						90			30			30			30			0
CP für Masterarbeit						24												24
CP für Kolloquium						6												6
Summe CP (für Marketingmanagement)						120			30			30			30			30
Summen für Finanzmanagement/Rechnungswesen:																		
Summe der SWS	30	28	2	0	0	60	20			20			20			0		
Summe CP Lehre						90			30			30			30			0

CP für Masterarbeit						24												24
CP für Kolloquium						6												6
Summe CP						120			30			30			30			30

¹ Aus einem Katalog muss ein Wahlpflichtmodul gewählt werden.

Abkürzungen

V	Vorlesung	WiSe	Wintersemester	FMP	Feste Modulprüfung
Ü	Übung	SoSe	Sommersemester	SMP	Studienbegleitende Modulprüfung
L	Labor	SWS	Semesterwochenstunden	KMP	Kombinierte Modulprüfung
P	Projekt	PA	Prüfungsart		
S	Seminar	CP	Credit Points		

*** Die Prüfungsart ist einem gesonderten Wahlpflichtkatalog zu entnehmen.

Masterstudiengang Business Management Studententyp Teilzeit - gültig ab WiSe 2025/2026

Module	V	Ü	L	P	S	WiSe				SoSe				WiSe				SoSe				WiSe				SoSe				WiSe				SoSe											
						ges.	1. Sem.				2. Sem.				3. Sem.				4. Sem.				5. Sem.				6. Sem.				7. Sem.				8. Sem.										
						SWS	SWS	SWS	PA	CP	SWS	PA	CP	SWS	PA	CP	SWS	PA	CP	SWS	SWS	PA	CP	SWS	PA	CP	SWS	PA	CP	SWS	PA	CP	SWS	PA	CP	SWS	PA								
General Management																																													
Human Resource Management (engl.)	2	2				4	4	SMP	6																																				
Technologiemanagement	2	2				4	4	KMP	6																																				
Strategisches IT-Management	2	2				4				4	FMP	6																																	
Internationale Wirtschaftskommunikation	2	2				4										4	SMP	6																											
Strategische Unternehmensplanung	2	2				4										4	FMP	6																											
Marketingmanagement																																													
Internationale Marketingstrategien	2		2			4							4	FMP	6																														
Käuferverhalten	2	2				4							4	SMP	6																														
Quantitative Methoden	2	2				4	4	FMP	6																																				
Organisationsmanagement	2	2				4				4	SMP	6																																	
Marketing-Instrumente	2	2				4								4	SMP	6																													
Dienstleistungsmarketing	2	2				4												4	SMP	6																									
Industriegüter- und Innovationsmarketing	2	2				4																		4	SMP	6																			
Marketingprojekt	2	2				4																	4	SMP	6																				
Finanzmanagement/Rechnungswesen																																													
<i>(alternativ zu Marketingmanagement)</i>																																													
Kostenmanagement	2	2				4							4	FMP	6																														
Investitionsplanung	2	2				4							4	SMP	6																														
Quantitative Methoden	2		2			4	4	SMP	6																																				
Internationale Rechnungslegung	2	2				4								4	KMP	6																													
Finanzmanagement	2	2				4												4	SMP	6																									
Group Accounting	2	2				4				4	SMP	6																																	
Ausgewählte Themen in Steuern, Accounting und Valuation	2	2				4																		4	SMP	6																			
Finanzcontrolling	2	2				4																		4	FMP	6																			
Wahlpflichtkatalog																																													
Management I ¹	2	2				4								4	***	6																													
Management II ¹	2	2				4										4	***	6																											
Summen für Marketingmanagement:																																													
Summe der SWS	30	28	2	0	0	60	12			8			8			12			4				8																						
Summe CP Lehre						90			18			12		12			12			18			6			12																			
CP für Masterarbeit						24																																							
CP für Kolloquium						6																																							
Summe CP (für Marketingmanagement)						120			18			12		12			12			18			6			12																			

Artikel II

Diese Studien- und Prüfungsordnung tritt am Tag nach der Veröffentlichung in den Amtlichen Mitteilungen der Technischen Hochschule Wildau in Kraft und gilt für alle Immatrikulationsjahrgänge ab Wintersemester 2025/2026.

Wildau, 20. November 2024

gez. Prof. Dr. rer. nat. Ulrike Tippe
Präsidentin
der Technischen Hochschule Wildau