

**Studien- und Prüfungsordnung für den
Bachelorstudiengang Strategisches kundenorientiertes Management
an der Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach
(SPO SKM/HSAN-20132)**

Vom 23. September 2013

Aufgrund von Art. 13 Abs. 1 Satz 2, Abs. 2 Satz 2, Art. 43 Abs. 4, Art. 58 Abs. 1, Art. 61 Abs. 2, Art. 66 Abs. 1 Satz 3 des Bayerischen Hochschulgesetzes – BayHSchG – (BayRS 2210–1–1–WFK) vom 23. Mai 2006 (GVBl S. 245) in der derzeit gültigen Fassung erlässt die Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach folgende Satzung:

§ 1

Zweck der Studien- und Prüfungsordnung

Diese Studien- und Prüfungsordnung dient der Ausfüllung und Ergänzung der Rahmenprüfungsordnung für die Fachhochschulen – RaPO – (BayRS 2210–4–1–4–1–WFK) vom 17. Oktober 2001 (GVBl S. 686) und der Allgemeinen Prüfungsordnung der Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach (APO/FHAN-20072) vom 19. Juni 2008 in deren jeweils gültiger Fassung.

§ 2

Studienziele und Studieninhalte

(1) ¹Das Ziel des Bachelorstudiengangs Strategisches kundenorientiertes Management ist es, Wissen und Methoden zu vermitteln, welche für eine nachhaltige Unternehmensführung auf höchstem Niveau sorgen. ²Der Studiengang und seine Inhalte Studienganges orientieren sich am European Foundation for Quality Modell, geht jedoch einen eigenen Weg und bindet kreative Ansätze zur kontinuierlich Optimierung der Unternehmensprozesse mit ein. ³Absolventinnen und Absolventen des Studienganges werden mit dem notwendigen Hintergrundverständnis, sowie mit den erforderlichen Interaktions-, Kommunikations- und Handlungsmuster ausgestattet. ⁴Es sollen technologische kreative und administrative Unterstützungsmittel systematisch und zielführend eingesetzt und angewendet werden, mit dem Ziel,

das eigene Unternehmen in Richtung Management Exzellenz weiterzuentwickeln.

(2) ¹Zielgruppe dieses Studienganges sind insbesondere Personen mit entsprechender abgeschlossener Berufsausbildung, z.B. Fachwirte, Fachkaufleute und Betriebswirte sowie Industriemeister und Techniker, welche im Schwerpunkt Administration und Management eingesetzt werden. ²Sie sollen, auf ihre bereits erworbenen Kompetenzen und Fähigkeiten aufbauend, Aufgabenstellungen und Problemlösungsprozesse in ihrem beruflichen Umfeld wissenschaftlich-methodisch bewältigen und auf der Basis aktueller wissenschaftlicher Erkenntnisse neue Aufgabefelder systematisch erschließen.

(3) ¹Hierfür werden vertiefend die Methoden und Verfahren der Gestaltung der Unternehmensprozesse sowie die dazu erforderlichen Softskills gelehrt. ²In Verbindung mit den angegliederten Studienzentren der Hochschule wie z.B. die Lehrfabrik und den kooperierenden Unternehmen wird eine intensive praktische Umsetzung trainiert. ³Im Fokus stehen dabei einerseits Methoden wie Teamarbeit, Veränderungsmanagement, Projektmanagement, erweiterte Führung, Personalmanagement, andererseits Prozesswissen in allen operativen Bereichen, wie Beschaffung, Produktion, Marketing, Logistik, Lean Management, ständige Verbesserungsprozesse, Problemlösungskompetenzen, Innovation und Strategie in allen Bereichen des Unternehmens.

(4) ¹Als Basis erfordert der Studiengang Strategisches kundenorientiertes Management von den Studierenden, in den ersten drei Semestern zunächst die erforderlichen Grundlagen zu schaffen, um die vertiefenden Lerninhalte eines exzellenten Managements in sechs weiteren Semestern zu verstehen und anwenden zu können. ²Dabei sind insbesondere die betriebswirtschaftlichen, fach- und führungsspezifischen Kompetenzen von Bedeutung.

§ 3

Aufbau und Gliederung des Studiums

(1) Der Bachelorstudiengang Strategisches kundenorientiertes Management wird als ein berufsleitender Studiengang angeboten.

(2) ¹Die Regelstudienzeit beträgt 10 Semester einschließlich eines praktischen Studiensemesters mit Studien- und Prüfungsleistungen und im Gesamtumfang von 210 ECTS-Punkten. ²Das theoretische Studium gliedert sich in Basismodule und Aufbaumodule. ³Die Basismodule untergliedern sich in 6 Pflichtmodule, in 8 Wahlpflichtmodule I, von denen mindestens 4 Module gewählt werden müssen, und in 5 Wahlpflichtmodule II, von denen mindestens 1 Modul gewählt werden muss. ⁴Die Aufbaumodule sind Pflichtmodule. ⁵Das praktische Studiensemester wird grundsätzlich durch die abgeschlossene Berufserfahrung und die anschließende Berufstätigkeit der Bewerberinnen und Bewerber anerkannt.

(3) ¹Die Module, deren ECTS-Punkte sowie Art und Umfang der Prüfungsleistungen sind in Anlage 1 zu dieser Satzung festgelegt. ²Jedes Modul ist mit den jeweiligen Lernzielen (Learning Outcomes) beschrieben.

(4) ¹Der studentische Arbeitsaufwand beträgt 25 bis 30 Stunden pro ECTS-Punkt und verteilt sich auf die Präsenz- oder Kontaktzeit, das Selbststudium, die praktische Anwendung oder Übung des erworbenen Wissens in einem Betrieb sowie die Prüfungsvorbereitung. ²Dabei ist das Studium so organisiert, dass die Belange Berufstätiger berücksichtigt werden.

§ 4

Modulstruktur

(1) Jedes Modul gliedert sich in folgende verschiedene Phasen, die sich anhand der Organisation und Ort der Wissensvermittlung bzw. Wissensgewinnung, der Art des studentischen Arbeitsaufwands und den beteiligten Akteuren unterscheiden.

(2) ¹Die Seminarphasen werden für die Gesamtgruppe der Studierenden als Kontakt- und Präsenzstudium durchgeführt. ²Dozentinnen bzw. Dozenten vermitteln den Studierenden das wissenschaftliche Fachwissen von den Grundlagen bis zur Vertiefung der jeweiligen Modul Inhalte. ³Dabei wird neben der Theorie auch die praktische Umsetzung des Fachwissens durch Praxisprojekte vorbereitet. ⁴Gleichzeitig können Übungen in dem Lehrbüro bzw. in der Lehrfabrik der Hochschule durchgeführt werden.

(3) ¹In den Projektphasen werden auf Grundlage des vermittelten Fachwissens Methoden bzw. Prozesse in Betrieben geplant, durchgeführt und deren Ergebnisse nachverfolgt und dokumentiert. ²Die Projekte werden einzeln oder – sofern dies möglich ist – in Gruppen durchgeführt.

(4) ¹Außerdem wird im Rahmen des Selbststudiums anhand von Studienmaterialien und geeigneter Vermittlungsplattformen Fachwissen von den Studierenden selbstständig reflektiert und angeeignet. ²Darüber hinaus werden in dieser Phase die Seminarphasen vor- und nachbereitet.

(5) ¹In einer Abschlussphase werden die Praxisprojekte präsentiert und vor dem gewonnen wissenschaftlichen Hintergrund reflektiert. ²Die jeweiligen studienbegleitenden Prüfungsleistungen werden erbracht.

(6) Die Phasen können in ihrem Umfang insbesondere hinsichtlich des jeweiligen studentischen Aufwands je nach Modul voneinander abweichen.

§ 5

Qualifikationsvoraussetzungen

(1) Qualifikationsvoraussetzungen für die Zulassung zum Bachelorstudiengang Strategisches kundenorientiertes Management sind neben den Qualifikationsmöglichkeiten nach Art. 43 Abs. 2 Halbsatz 1, Art. 45 Abs. 1 und 2 BayHSchG i.V.m. § 20 Abs. 1 Satz 1 der Verordnung über die Qualifikation für ein Studium an den Hochschulen des Freistaats Bayern und den staatlich anerkannten nichtstaatlichen Hochschulen (QualVO) der Nachweis einer vor der Aufnahme des Studiums praktischen Tätigkeit in einem technisch-gewerblichen oder kaufmännischen Bereich von mindestens einem Jahr.

(2) Bewerberinnen oder Bewerber, die die Qualifikationsvoraussetzungen nach Abs. 1 nicht erfüllen, erhalten einen Ablehnungsbescheid.

§ 6

Anrechnung von außerhalb des Hochschulwesens erworbenen Kompetenzen für ausgewählte Ausbildungsberufe

(1) ¹Qualifikationen, die außerhalb des Hochschulwesens in Berufsausbildung oder in einer praktischen Tätigkeit erworben wurden, können auf Antrag der Studierenden auf das Bachelorstudium angerechnet werden. ²Dadurch soll sichergestellt werden, dass bereits erworbene Qualifikationen nicht doppelt abgeprüft werden. ³Grundlage der Anrechnung ist hierbei ein Abgleich, ob die beruflichen Qualifikationen hinsichtlich der erworbenen Kompetenzen, Fähigkeiten und Kenntnisse mit den jeweiligen Qualifikationszielen der Module nach Inhalt, Umfang und Niveau gleichwertig sind bzw. übereinstimmen. ³Dabei kommen ein pauschales Anrechnungsverfahren nach Abs. 2 oder ein individuelles Anrechnungsverfahren nach Abs. 4 zur Anwendung.

(2) ¹Den Absolventinnen und Absolventen der in Anlage 2 zu dieser Satzung abschließend aufgezählten Ausbildungen und Tätigkeiten sind auf Antrag ohne weitere Prüfung die ebenfalls in An-

lage 2 jeweils aufgeführten Module anzuerkennen. ²Anlage 2, dessen Inhalt aufgrund eines qualifizierten Äquivalenzvergleichs im pauschalen Anrechnungsverfahren ermittelt wurde, ist Gegenstand dieser Satzung. ³Die dortige Aufzählung ist abschließend.

(4) ¹Im individuellen Anrechnungsverfahren wird das berufliche Portfolio der Bewerberin oder des Bewerbers hinsichtlich der bereits erworbenen Qualifikationen untersucht und mit den modularen Qualifikationszielen des Bachelorstudiengangs verglichen. ²Sind die Qualifikationsziele eines Moduls bereits erreicht worden, erfolgt die Anrechnung des Moduls durch die Prüfungskommission.

(5) ¹In beiden Anrechnungsverfahren können keine Module teilweise angerechnet werden. ²Insgesamt können Studien- und Prüfungsleistungen im Gesamtumfang von höchstens 60 ECTS-Punkten im pauschalen Abrechnungsverfahren und höchstens 30 ECTS-Punkte im individuellen Anrechnungsverfahren angerechnet werden. ³Das praktische Studiensemester kann aufgrund der beruflichen Tätigkeit mit 30 ECTS-Punkten angerechnet werden.

(6) Die Anrechnung ist gemäß § 26 Abs. 2 APO zu beantragen.

§ 7

Studienplan

¹Die Fakultät Wirtschafts- und Allgemeinwissenschaften erstellt einen Studienplan. ²Der Studienplan dient der Sicherstellung des Lehrangebots und enthält die Informationen, aus denen sich der Ablauf des Studiums ergibt. ³Der Studienplan wird vom Fakultätsrat beschlossen und ist spätestens bis zum Beginn der Vorlesungszeit öffentlich bekanntzumachen. ⁴Der Studienplan enthält insbesondere Regelungen und Angaben über die zeitliche Aufteilung sowie die Form und Organisation der einzelnen Modulphasen.

§ 8

Bachelorarbeit

(1) ¹Die Bachelorarbeit soll zeigen, dass die oder der oder die Studierende in der Lage sind, eine Fragestellung aus dem Bereich Strategisches kundenorientiertes Management mit wissenschaftlichen Methoden selbstständig zu bearbeiten. ²Um für die Bachelorarbeit zugelassen zu werden, sind Studien- und Prüfungsleistungen im Gesamtumfang von mindestens 140 ECTS-Punkten zu erbringen.

(2) Die Bachelorarbeit kann auch in Englisch erstellt werden.

§ 9

Prüfungsgesamtnote

¹Die Gewichtung der Endnoten der Bachelorprüfung zur Bildung der Prüfungsgesamtnote ergibt sich aus der in Anlage 1 zu dieser Satzung festgelegten ECTS Punktzahl der Module. ²Davon abweichend wird die Bachelorarbeit doppelt gewertet. ³Die Basismodule fließen nicht in die Prüfungsgesamtnote ein.

§ 10

Akademischer Grad

Aufgrund des erfolgreichen Abschlusses des Studiums wird der akademische Grad „Bachelor of Arts“, Kurzform: "B.A.", verliehen.

§ 11

Inkrafttreten

Diese Studien- und Prüfungsordnung tritt mit Wirkung vom 15. August 2013 in Kraft.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des ~~Senats~~ der Hochschule vom 18. September 2013 und der rechtsaufsichtlichen Genehmigung der Präsidentin vom 23. September 2013.

Ansbach, den 23. September 2013


Prof. Dr. Ute Ambrosius
Präsidentin

Diese Satzung wurde am 23. September 2013 in der Hochschule niedergelegt. Die Niederlegung wurde am 23. September 2013 durch Anschlag in der Hochschule bekannt gegeben. Tag der Bekanntmachung ist daher der 23. September 2013.

Anlage 1: Übersicht über die Module sowie deren Prüfungsleistungen für den Bachelorstudiengang Strategisches kundenorientiertes Management

Lfd. Nr.	Modul	ECTS-Punkte	Prüfungsleistungen
B1.1	Grundlagen der Betriebswirtschaft	5	Art Dauer ## schrLN / mündLN 60-120 / 15-20
B 1.2	Produktionsplanung/Logistik	5	schrLN / mündLN 60-120 / 15-20
B1.3	Kosten- und Leistungsrechnung	5	schrLN / mündLN 60-120 / 15-20
B1.4	Personalführung	5	schrLN / mündLN 60-120/15-20
B1.5	Mathematik und Statistik	5	schrLN / mündLN 60-120 / 15-20
B1.6	Englisch	5	schrLN / mündLN 60-120/15-20
B2.1	Naturwissenschaftliche Grundlagen	5	schrLN / mündLN 60-120 / 15-20
B2.2	Sozial- Arbeits- Wirtschaftsrecht	5	schrLN / mündLN 60-120 / 15-20
B2.3	Organisation und Betriebsmanagement	5	schrLN / mündLN 60-120/15-20
B2.4	Arbeitstechnik	5	schrLN / mündLN 60-120/15-20
B2.5	Kommunikationstechnik	5	schrLN / mündLN 60-120/15-20
B2.6	Projektplanung	5	schrLN / mündLN 60-120 / 15-20
B2.7	Qualitätstechnik	5	schrLN / mündLN 60-120 / 15-20
B2.8	Qualitäts- Umwelt und Gesundheitsmanagement	5	schrLN / mündLN 60-120 / 15-20
B3.1	Werkstofftechnik	5	schrLN / mündLN 60-120 / 15-20
B3.2	Verfahrenstechnik	5	schrLN / mündLN 60-120 / 15-20
B3.3	Fertigungstechnik	5	schrLN / mündLN 60-120 / 15-20
B3.4	Elektrotechnik	5	schrLN / mündLN 60-120 / 15-20
B3.5	Prozessorganisation	5	schrLN / mündLN 60-120 / 15-20

Lfd. Nr.	Modul	ECTS-Punkte	Art	Dauer ##
A 1	Grundlagen I: TOM Excellence	5	schrLN / mündLN	60-120 / 15-20
A 2	Präsentations- und Moderationstechniken	5	StA / Ref	10-20 Seiten/5-15
A 3	Führung I: Selbst-/Zeitmanagement	5	StA / Ref	10-20 Seiten/5-15
A 4	Prozesse I: Produktionsmanagement	5	schrLN / mündLN	60-120 / 15-20
A 5	Grundlagen II: EFQM	5	schrLN / mündLN	60-120 / 15-20
A 6	Führung II: Veränderungsmanagement	5	schrLN / mündLN	60-120 / 15-20
A 7	Teamarbeit	5	StA / Ref	10-20 Seiten/5-15
A 8	Prozesse II: Einkaufsmanagement	5	schrLN / mündLN	60-120 / 15-20
A 9	Partnerschaften I: Finanzmanagement	5	schrLN / mündLN	60-120 / 15-20
A 10	Prozesse III: Lean Management	5	StA / Ref	10-20 Seiten/5-15
A 11	Strategie / Vision / Werte	5	schrLN / mündLN	60-120 / 15-20
A 12	Prozesse IV: Six Sigma	5	StA / Ref	10-20 Seiten/5-15
A 13	Partnerschaften II: Lieferantenmanagement	5	StA / Ref	10-20 Seiten/5-15
A 14	Prozesse V: Office Excellence	5	StA / Ref	10-20 Seiten/5-15
A 15	Controlling	5	schrLN / mündLN	60-120 / 15-20
A 16	Prozesse VI: Supply Chain Management	5	schrLN / mündLN	60-120 / 15-20
A 17	Logistikmanagement	5	schrLN / mündLN	60-120 / 15-20
A 18	Prozesse VII: TPM	5	StA / Ref	10-20 Seiten/5-15
A 19	Kreativität und Innovation	5	StA / Ref	10-20 Seiten/5-15
A 20	Prozesse VIII: Marketingmanagement	5	schrLN / mündLN	60-120 / 15-20
A 21	praktisches Studiensemester	30		
A 22	Personalmanagement	5	schrLN / mündLN	60-120 / 15-20
A 23	International Business	5	schrLN / mündLN	60-120 / 15-20
A 24	Bachelor-Arbeit	10	BAR	

Aus den Modulen B 2.1 bis B2.8 sind mind. 4 Module zu wählen

Aus den Modulen B 3.1 bis B3.5 sind mind 1 und max 2 Module zu wählen

Workload in Stunden

Dauer in Minuten wenn nicht anders angegeben

Abkürzungen

B	Basismodul
A	Aufbaumodul
V	Vertiefungsmodul
BAR	Bachelorarbeit
StA	Studienarbeit
schrLN	schriftliche Prüfungsleistung
mündLN	mündliche Prüfungsleistung
Ref	Referat