

**Studien- und Prüfungsordnung für den
Bachelorstudiengang Strategisches kundenorientiertes Management
an der Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach
(SPO SKM/HSAN-20152)**

Vom 13. April 2015

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/HSAN-20122) vom 1. August 2012 in deren jeweils gültigen 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 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 Handlungsmustern ausgestattet. ⁴Es sollen technologische kreative und administrative Unterstützungshilfsmittel 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 Ansbach wie z.B. die Lehr-fabrik 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 sieben 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 berufsbegleitender Studiengang angeboten.

(2) ¹Die Regelstudienzeit beträgt zehn Semester und besteht aus neun theoretischen Semestern mit Studien- und Prüfungsleistungen im Gesamtumfang von 180 ECTS-Punkten und einem praktischen Studiensemester im Umfang von 30 ECTS-Punkten. ²Das praktische Studiensemester wird während des Studiums erbracht und besteht aus zwei Teilen: betrieblicher Praxis und einer theoretischen Ausarbeitung hierzu. ³Das erfolgreiche Ableisten des praktischen Studiensemesters ist mit eine Voraussetzung für die Anmeldung der Bachelorarbeit. ⁴Näheres wird in der Anlage zu dieser Satzung geregelt. ⁵Das theoretische Studium gliedert sich in Basismodule und Aufbaumodule. ⁶Die 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. ⁷Die Aufbaumodule sind Pflichtmodule. ⁸Das Studium hat einen Gesamtumfang von 210 ECTS-Punkten.

(3) ¹Die Module, deren ECTS-Punkte sowie Art und Umfang der Prüfungsleistungen sind in Anlage 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 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 Ansbach 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 diesem Studienabschnitt 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

(1) Gleichwertige Studien- und Prüfungsleistungen einer mit Erfolg abgeschlossenen Ausbildung an Fachschulen, Fachakademien oder vergleichbarer Ausbildungsstätten, die über eine herkömmliche Berufsausbildung hinausgehen, werden zu Beginn des Studiums angerechnet, soweit die damit erworbenen Kompetenzen und Fähigkeiten gleichwertig zu den Zielqualifikationen der darauf anzurechnenden Module sind und der Abschluss staatlich anerkannt ist.

(2) Die Anrechnung des praktischen Studiensemesters erfolgt durch den Nachweis einer mindestens sechsmonatigen einschlägigen berufli-

chen Vollzeittätigkeit, die nach Abschluss einer Berufsausbildung abzuleisten ist oder durch den Nachweis einer mindestens 24-monatigen einschlägigen praktischen beruflichen Vollzeittätigkeit, soweit diese Tätigkeiten den Ausbildungszielen und Ausbildungsinhalten des praktischen Studienseesters des Studiengangs entsprechen.

(3) ¹Die Anrechnung von Kompetenzen ist zu beantragen. ²Der Antrag muss formgerecht mit den Formularen der Hochschule Ansbach erfolgen und ist fristgerecht spätestens bis zum Ende des ersten Studienseesters zu stellen.

(4) Gemäß Art. 63 Abs. 2 Satz 2 BayHSchG dürfen außerhalb des Hochschulbereiches erworbene Kompetenzen höchstens die Hälfte der nachzuweisenden Kompetenzen ersetzen.

§ 7

Studienplan

¹Die zuständige Fakultät 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

Prüfungskommission

Für den Studiengang wird nach Maßgabe der einschlägigen rechtlichen Bestimmungen eine Prüfungskommission gebildet.

§ 9

Bachelorarbeit

(1) ¹Die Bachelorarbeit soll zeigen, dass die Studierenden 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, sowie das erfolgreiche Ableisten des praktischen Studienseesters.

(2) Die Bachelorarbeit kann nach Absprache mit den Betreuern auch in Englisch oder in einer anderen Fremdsprache verfasst werden.

§ 10

Prüfungsgesamtnote

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

§ 11

Akademischer Grad

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

§ 12

Inkrafttreten

Diese Studien- und Prüfungsordnung tritt am 01. Mai 2015 in Kraft und gilt für die Studierenden, die ihr Studium zum 01. Oktober 2015 aufnehmen.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Senats der Hochschule vom 01 April 2015 und der rechtsaufsichtlichen Genehmigung der Präsidentin vom 13. April 2015

Ansbach, den 13. April




Prof. Dr. Ute Ambrosius
Präsidentin

Diese Satzung wurde am 13. April 2015 in der Hochschule niedergelegt. Die Niederlegung wurde am 13. April 2015 durch Anschlag in der Hochschule bekannt gegeben. Tag der Bekanntmachung ist daher der 13. April 2015.

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

Basismodule

Aus den Basis-Pflichtmodulen (SKM-1010 bis SKM-1060) sind 6 von 6 Module zu belegen.

Aus den Basis-Wahlpflichtmodulen I (SKM-2010 bis SKM-2080) sind mindestens 4 von 8 Module zu belegen.

Aus den Basis-Wahlpflichtmodulen II (SKM-3010 bis SKM-3050) sind mindestens 1 von 5 Module zu belegen.

Aus den Basis-Wahlpflichtmodulen I + II (SKM-2010 bis SKM-3050) sind insgesamt 6 Module (30 ECTS-Punkte) zu belegen.

Modulnummer	Modul	ECTS-Punkte	Art **	Prüfungsleistungen *	Dauer ***
Pflichtmodule	SKM-1010	5	schrP /mdlP		60-120 / 15-20
	SKM-1020	5	schrP /mdlP		60-120 / 15-20
	SKM-1030	5	schrP /mdlP		60-120 / 15-20
	SKM-1040	5	schrP /mdlP		60-120 / 15-20
	SKM-1050	5	schrP /mdlP		60-120 / 15-20
	SKM-1060	5	schrP /mdlP		60-120 / 15-20
Wahlpflicht- module I	SKM-2010	5	schrP /mdlP		60-120 / 15-20
	SKM-2020	5	schrP /mdlP		60-120 / 15-20
	SKM-2030	5	schrP /mdlP		60-120 / 15-20
	SKM-2040	5	schrP /mdlP		60-120 / 15-20
	SKM-2050	5	schrP /mdlP		60-120 / 15-20
	SKM-2060	5	schrP /mdlP		60-120 / 15-20
	SKM-2070	5	schrP /mdlP		60-120 / 15-20
	SKM-2080	5	schrP /mdlP		60-120 / 15-20
	SKM-2510	5	schrP /mdlP		60-120 / 15-20
	SKM-2520	5	schrP /mdlP		60-120 / 15-20
Wahlpflicht- module II	SKM-2530	5	schrP /mdlP		60-120 / 15-20
	SKM-2540	5	schrP /mdlP		60-120 / 15-20
	SKM-2550	5	schrP /mdlP		60-120 / 15-20
		5	schrP /mdlP		60-120 / 15-20

Aufbaumodule

Modulnummer	Modul	ECTS-Punkte	Art **	Prüfungsleistungen *	Dauer ***
SKM-3010	Grundlagen I: TQM Excellence	5	schrP /mdIP / StA		60-120 / 15-20 / 10-20 Seiten
SKM-3020	Präsentations- und Moderationstechniken	5	mündIP / StA / Ref		15-20 / 10-20 Seiten/ 5-15
SKM-3030	Führung I: Selbst-/Zeitmanagement	5	mündIP / StA / Ref		15-20 / 10-20 Seiten/ 5-15
SKM-3040	Prozesse I: Produktionsmanagement	5	schrP /mdIP / StA		60-120 / 15-20 / 10-20 Seiten
SKM-3050	Grundlagen II: EFQM	5	schrP /mdIP / StA		60-120 / 15-20 / 10-20 Seiten
SKM-3060	Führung II: Veränderungsmanagement	5	schrP /mdIP / StA / Ref		60-120 / 15-20 / 10-20 Seiten/ 5-15
SKM-3070	Teamarbeit	5	schrP /mdIP / StA / Ref		60-120 / 15-20 / 10-20 Seiten/ 5-15
SKM-3080	Prozesse II: Einkaufsmanagement	5	schrP /mdIP / StA		60-120 / 15-20 / 10-20 Seiten
SKM-3090	Partnerschaften I: Finanzmanagement	5	schrP /mdIP / StA / Ref		60-120 / 15-20 / 10-20 Seiten/ 5-15
SKM-3100	Prozesse III: Lean Management	5	schrP /mdIP / StA / Ref		60-120 / 15-20 / 10-20 Seiten/ 5-15
SKM-3110	Strategie / Vision / Werte	5	schrP /mdIP / StA / Ref		60-120 / 15-20 / 10-20 Seiten/ 5-15
SKM-3120	Prozesse IV: Six Sigma	5	schrP /mdIP / StA / Ref		60-120 / 15-20 / 10-20 Seiten/ 5-15
SKM-3130	Partnerschaften II: Lieferantenmanagement	5	schrP /mdIP / StA		60-120 / 15-20 / 10-20 Seiten
SKM-3140	Prozesse V: Office Excellence	5	schrP /mdIP / StA / Ref		60-120 / 15-20 / 10-20 Seiten/ 5-15
SKM-3150	Controlling	5	schrP /mdIP / StA / Ref		60-120 / 15-20 / 10-20 Seiten/ 5-15
SKM-3160	Prozesse VI: Supply Chain Management	5	schrP /mdIP / StA / Ref		60-120 / 15-20 / 10-20 Seiten/ 5-15
SKM-3170	Logistikmanagement	5	schrP /mdIP / StA		60-120 / 15-20 / 10-20 Seiten
SKM-3180	Prozesse VII: TPM	5	schrP /mdIP / StA		60-120 / 15-20 / 10-20 Seiten
SKM-3190	Kreativität und Innovation	5	schrP /mdIP / StA / Ref		60-120 / 15-20 / 10-20 Seiten/ 5-15
SKM-3200	Prozesse VIII: Marketingmanagement	5	schrP /mdIP / StA / Ref		60-120 / 15-20 / 10-20 Seiten/ 5-15
SKM-3210	Personalmanagement	5	schrP /mdIP / StA / Ref		60-120 / 15-20 / 10-20 Seiten/ 5-15
SKM-3220	International Business	5	schrP /mdIP / StA / Ref		60-120 / 15-20 / 10-20 Seiten/ 5-15
SKM-4000	Praktisches Studiensemester	5	schrP /mdIP / StA / Ref		60-120 / 15-20 / 10-20 Seiten/ 5-15
SKM-4010	Betriebliche Praxis	30	StA o. Praxisbericht o. Ref.		Mind. 20 Wochen
SKM-6010	Bachelor-Arbeit	10	BAR		10-20 Seiten/15-20

Pflichtmodule

Abkürzungen

*

**

Die genaue Art und Dauer der Prüfungsleistungen wird im Studienplan angegeben.

Aus den aufgeführten Prüfungsleistungen werden im Studienplan eine oder mehrere Prüfungsleistungen gewählt.

Dauer in Minuten wenn nicht anders angegeben

BAR

StA

schrP

mdIP

Ref

TN

Bachelorarbeit

Studienarbeit

schriftliche Prüfungsleistung

mündliche Prüfungsleistung

Referat

Teilnahmepflicht