

**Erste Ordnung
zur Änderung der Prüfungsordnung
für den Bachelorstudiengang
Wirtschaftsinformatik
an der Fachhochschule Bielefeld
(University of Applied Sciences)
vom 13.03.2012**

Aufgrund des § 2 Abs. 4 und des § 64 Abs. 1 des Gesetzes über die Hochschulen des Landes Nordrhein-Westfalen (Hochschulgesetz - HG) vom 31.10.2006 (GV. NRW. S. 474), zuletzt geändert durch Artikel 2 des Gesundheitsfachhochschulgesetzes vom 8. Oktober 2009 (GV. NRW. S.516), hat der Fachbereich Wirtschaft und Gesundheit der Fachhochschule Bielefeld folgende Ordnung als Änderungssatzung erlassen:

Artikel I

Die Bachelorprüfungsordnung (BPO) für den Studiengang Wirtschaftsinformatik an der Fachhochschule Bielefeld vom 09.06.2011 (Verkündungsblatt der Fachhochschule Bielefeld –Amtliche Bekanntmachungen– 2011, Nr. 18, Seite 747-859) in der zurzeit gültigen Fassung wird wie folgt geändert:

In § 8 (Ziel, Umfang und Form der Modulprüfungen) Absatz 8 wird gestrichen bzw. ergänzt:

Eine Modulprüfung ist bestanden, wenn die Leistung im Sinne des Absatzes 3 mindestens als ausreichend bewertet worden ist. ~~Bei Kombinationen von Prüfungsleistungen (Absatz 4) muss jede einzelne Prüfungsleistung bestanden sein. Einzelne bestandene Leistungen einer Kombinationsprüfung verfallen und können nicht auf Folgesemester übertragen werden.~~ Eine Modulprüfung bestehend aus mehreren Teilprüfungen/Prüfungsleistungen (Kombinationsprüfung) ist bestanden, wenn die durch Gewichtung erzielte Note mindestens ausreichend ist.

§ 14 (Zeitliche Lage, Prüferbestellung und Art der Prüfungen) wird in Absatz 5 Satz 3 wie folgt geändert:

„Sollten zu einer Klausur nur **zehn** (*bisher: fünf*) oder weniger Anmeldungen vorliegen, kann der Prüfungsausschuss auf Anregung des Erstprüfers festlegen, dass statt der Klausur eine mündliche Prüfung stattfindet, soweit die entsprechende Modulbeschreibung diese Prüfungsform vorsieht.“

In Anlage 1 Nr. 2 (Wahlpflichtmodule zur BWL) wird die Modulnummer geändert:

Fachrichtung Management

MG 07	Management	4 SU
P/O 01	Personalführung	4 SU

In 5 SP 01 (Wirtschaftsenglisch) wird bei den Qualifikationszielen ergänzt:

Erwerb des Niveaus B2 gemäß GER (Gemeinsamer Europäischer Referenzrahmen).

In 5 M/S 03 (Mathematik für Wirtschaftsinformatiker) wurde das Qualifikationsziel überarbeitet:

Die Studierenden erarbeiten sich grundlegendes Wissen über mathematische Methoden in der Informatik. Sie können datenverarbeitende Fragestellungen (z.B. Verschlüsselung) analysieren. Die Studierenden haben die Verfahren an praktischen Beispielen geübt und die Erkenntnisse auf spezifische Fragestellungen übertragen.

In 5 M/S 01 (Mathematik für Ökonomen) wurde das Qualifikationsziel überarbeitet:

Die Studierenden erarbeiten sich grundlegendes Wissen über die mathematischen Methoden in der Ökonomie und BWL. Sie können betriebswirtschaftliche Fragestellungen (z.B. interne Kostenverrechnung, Annuitätenberechnung, Ertrags- und Kostenfunktionen) analysieren und lösen. Die Studierenden haben die Verfahren an praktischen Beispielen eingeübt und die Erkenntnisse auf spezifische Fragestellungen übertragen.

In 5 SP 04 (Englisch für Wirtschaftsinformatiker) wird bei den Qualifikationszielen ergänzt: Erwerb des Niveaus B2 gemäß GER (Gemeinsamer Europäischer Referenzrahmen).

In 5 WI 16 (Projekt zur Wirtschaftsinformatik) wurde das Qualifikationsziel überarbeitet:

Die Teilnehmer haben eine umfangreiche Projektarbeit in einer Gruppe von 4-6 Studierenden während des Semesters zu bearbeiten. Die Ergebnisse sind während des Semesters in Statussitzung vorzustellen. Der Lehrende begleitet in Präsenzstunden die Projekte als Coach und Berater.

Im Rahmen dieser Veranstaltung stehen neben fachlichen Inhalten als weitere Lernziele projektbezogenes Arbeiten, Projektmanagement, Schlüsselkompetenzen sowohl in Kommunikations- und Präsentationstechniken als auch in der Teamarbeit.

Die zentralen Qualifikationsziele des Moduls sind die Stärkung der Handlungskompetenz und somit das Beherrschen der Projektarbeit als Gegenstand der beruflichen Praxis. Darüber hinaus sind die Studierenden in der Lage,

- die fachlichen Qualifikationen, die sie in den ersten 4 Fachsemestern erworben haben, in ein reales Projekt einzubringen;
- ihre Fertigkeiten, Stärken und Schwächen vor dem Hintergrund einer komplexen Projektaufgabe zu reflektieren;
- die Relevanz von Fach- und Schlüsselkompetenz zu analysieren;
- ihre Präsentations-/Kommunikations-/ Moderationskompetenz passgenau einzusetzen.

In 5 WI 49 (Bachelor-Thesis) wurde das Qualifikationsziel überarbeitet:

In der Bachelor-Arbeit stellen die Studierenden unter Beweis, dass sie in der Lage sind, praktische Probleme der Wirtschaftsinformatik mit wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten.

In 5 CFR 38 (Finanzmanagement 2) wurde das Qualifikationsziel überarbeitet:

Die Studierenden sollen ausgewählte Theorien zum Finanzmanagement beschreiben und entsprechende Instrumente anwenden können.

Die Studierenden können das Wissen zu finanzwirtschaftlichen Problemstellungen vertiefen. Dabei geht es darum, dass sie im Bereich der theoretischen Grundlagen ein erweitertes Verständnis für finanzwirtschaftliche Zusammenhänge entwickeln. Sie sollen ausgewählte fundamentale theoretische Modelle wie das Markowitzmodell oder das Capital Asset Pricing Modell interpretieren können.

Die Studenten sollen auf finanzmathematischer Grundlage Anleihen bewerten können. Ein wesentliches Ziel ist es, dass Aufbau und Bewertungskonstruktion von Derivaten, insbesondere zu Hedgingzwecken, erlernt werden. Sie sollen in der Lage sein, geeignete Instrumente auszuwählen und deren Chancen und Risiken abzuschätzen.

In 5 P/L 31 (Logistik 1) wurde das Qualifikationsziel überarbeitet:

Die Studierenden erhalten einen Überblick über Logistiksysteme. Die dort kennengelernten Grundlagen werden dann an praktischen Beispielen überprüft und in praxisorientierten Projekten in Unternehmen (z.B. bei Miele, ThyssenKrupp) umgesetzt. Die erarbeiteten Lösungen müssen anschließend u.a. vor der Geschäftsleitung begründet und verteidigt werden. Die Projektarbeiten und die Präsentationen finden in der Regel in Gruppenarbeiten statt. Zusätzlich findet ein reger Informationsaustausch in Fachgesprächen mit den Mitarbeitern des jeweiligen Unternehmens statt. Durch die Werksbesichtigungen wird das Verständnis über logistische Zusammenhänge erhöht.

In 5 P/L 32 (Logistik 2) wurde das Qualifikationsziel überarbeitet:

Die Studierenden erhalten einen Überblick im Bereich der Beschaffungs- und Entsorgungslogistik. Die dort kennengelernten Grundlagen werden dann an praktischen Beispielen überprüft und in praxisorientierten Projekten in Unternehmen (z.B. bei Miele, ThyssenKrupp) umgesetzt. Die erar-

beiteten Lösungen müssen anschließend u.a. vor der Geschäftsleitung begründet und verteidigt werden. Die Projektarbeiten und die Präsentationen finden in der Regel in Gruppenarbeiten statt. Zusätzlich findet ein reger Informationsaustausch in Fachgesprächen mit den Mitarbeitern des jeweiligen Unternehmens statt. Durch die Werksbesichtigungen wird das Verständnis über logistische Zusammenhänge erhöht.

In 5 P/L 34 (Produktionsmanagement 1) wurde das Qualifikationsziel überarbeitet:

Zunächst sollen die Studierenden einen Überblick über die praktischen Problem- und Aufgabenfelder des Produktionsbereiches gewinnen.

Die Studierenden lernen die wesentlichen Hilfsmittel der produktionsnahen Unternehmensbereiche kennen, erproben ihre Anwendung an praktischen Beispielen und können ihre Einsatzmöglichkeiten einschätzen und beurteilen.

Aufgrund des Wissens und Verstehens der grundlegenden Theorien, Modelle und Forschungsergebnisse auf dem Gebiet der Produktionsplanung sind die Studierenden in der Lage, eine kritische Meinung bezüglich der Anwendung theoretischer Konzepte zu entwickeln und diese in der Praxis eigenständig anzuwenden.

In 5 P/L 35 (Produktionsmanagement 2) wurde das Qualifikationsziel überarbeitet:

Die Studierenden sollen anhand praxisorientierter Problemstellungen zielgerichtet auf die beruflichen Anforderungen von Betriebswirten im Produktionsumfeld vorbereitet werden.

Ein Schwerpunkt liegt in der Befähigung der Studierenden ihr fachliches Wissen selbständig zu vertiefen und auf unterschiedliche Problemstellungen anzuwenden und anzupassen.

Die Studierenden lernen effektiv und effizient in Gruppen zu arbeiten, dazu gehört u.a. die Organisation von Arbeitsgruppen, die zielorientierte Kommunikation in Arbeitsgruppen und die Umsetzung und Durchsetzung von Entscheidungen.

Die Studierenden erwerben Kompetenzen in der eigenständigen Gestaltung von fachlichen Präsentationen und in der Begründung und Verteidigung ihrer Problemlösungen.

In 5 MKT 34 (Vertriebsmanagement) wurde das Qualifikationsziel überarbeitet:

Die Studierenden kennen die wesentlichen Grundlagen des Vertriebsmanagements. Sie verfügen dabei sowohl auf konzeptionell-strategischer als auch auf operativer Ebene über ein vertriebspezifisches Verständnis und vertiefen bzw. ergänzen bereits erworbenes Marketingwissen auf diesem Gebiet.

Die Studierenden können die Rolle des Vertriebs im Gesamtkontext des Marketings und vor dem Hintergrund von aktuellen Marktherausforderungen einordnen. Sie können konkrete unternehmerische Problemstellungen analysieren und bewerten. Die Bedeutung eines systematisch-strukturierten Vorgehens wird erkannt. Die Studierenden sind in der Lage, geeignete Problemlösungen zu erarbeiten und relevante betriebswirtschaftliche Methoden dabei kritisch zu bewerten.

In 5 MKT 39 (Spezielle Marketingformen) wurde das Qualifikationsziel überarbeitet:

Das Modul „Spezielle Marketingformen“ zielt darauf ab, den Studierenden einen Überblick über ausgewählte Besonderheiten des Marketings zu geben. Dies geschieht am Beispiel des Mobile Business und des Handelsmarketing, die jeweils gleichgewichtig behandelt werden.

Durch die intensive Beschäftigung mit den Besonderheiten des (Einzel-)Handels erwerben die Studierenden ein breites Verständnis für die spezifischen Probleme des Handels als Absatzpartner der Konsumgüterhersteller. Sie werden vertraut gemacht mit den spezifischen Lösungsansätzen des Handelsmarketing und sind nach dem Besuch der Veranstaltung in der Lage, auch komplexe Fragestellungen im Rahmen des Handelsmarketings angemessen auf der Grundlage wissenschaftlicher Erkenntnisse bewerten zu können.

Im Teil Mobile Business geht es primär darum, die neuen Instrumente des „Mobile Marketings“ darzustellen. Hierbei ist es wichtig zu verstehen, dass neben dem klassischen Marketing auch andere Formen der Kundenansprache im heutigen Marketingmix nicht mehr wegzudenken sind. Vor allem bei der Ansprache von Jugendlichen sollte Mobile Marketing im Marketingmix eingebettet sein. Die Studierenden erarbeiten sich grundlegendes Wissen des Mobile Marketings, erlangen Kenntnis über dessen Theorien und haben dieses Wissen an praktischen Beispielen überprüft.

Dabei haben sie auch ein kritisches Verständnis des Marketinginstruments Mobile Marketing erworben. Sie sind in der Lage, die wesentlichen Prinzipien des Mobile Marketings und die daraus entstehenden Vorteile und Herausforderungen einschätzen zu können. Studenten, die später im Marketingbereich arbeiten wollen, sollten dieses Instrument und seine Anwendungen kennen.

Das Modul 5 MG 07 (Management) wurde ergänzt für 5 MG 03:

Modul-Nr./ Code	5 MG 07
Modulbezeichnung	Management
Semester oder Trimester	ab dem 4. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	-
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jedes Semester
Zugangsvoraussetzungen	- Formale Prüfungsvoraussetzungen keine - Inhaltliche Voraussetzungen Grundkenntnisse BWL, Grundkenntnisse Mikro- ökonomie
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	LL.B. Wirtschaftsrecht B.Sc. Wirtschaftspsychologie
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Carstensen
Name der/des Hochschullehrer/s	alle im Rahmen ihrer Lehrgebietsbeschreibung
Lehrsprache	Deutsch, ggf. Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	180 (60 h Kontaktzeit, 120 h Selbststudium)
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Projektarbeit, Klausur
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	
Qualifikationsziele des Moduls	Überblick über Managementfunktionen, Managementrollen sowie -kompetenzen und deren kritische Reflexion. Beherrschen der Grundlagen moderner Organisations- und Managementansätze. Erkennen der Relevanz der Neuen Institutionenökonomik für z.B. wirtschaftsjuristische Fragestellungen. Bearbeiten und Lösen eines authentischen Managementproblems, das ökonomische und rechtliche Aspekte gemeinsam adressiert. Die Studierenden sind am Ende der Veranstaltung in der Lage, Transaktionen bzw. Austauschbeziehungen als zentrale Ausgangspunkte der Betrachtungen zu begreifen und die Rolle des menschlichen Verhaltens

	sowie die Bedeutung von Umweltunsicherheiten einzuordnen. Sie können dieses Wissen auf Fälle aus der Praxis anwenden, wobei die Bearbeitung eines Managementproblems in Kleingruppen vorgesehen ist.
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Konzeptionelle Grundlagen und Unternehmenskontext • Planung und Kontrolle, Organisation, Personaleinsatz und Führung, Unternehmenskultur und Change Management • Verfügungsrechte, Transaktionskosten-Ökonomie, Prinzipal-Agenten-Ansatz • Governance und Unternehmensgrenzen • Anreizsysteme • Wertorientierte Unternehmensführung
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Veranstaltung im Seminarstil
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Verzahnung von Wissenschaft und Praxis durch problembasiertes Lernen, nach Möglichkeit tutorenbegleiteter Lernprozess
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p><u>Pflichtlektüre:</u> Schreyögg/Koch (2010, ggf. neue Aufl.), Grundlagen des Managements. Söllner (2008, ggf. neue Aufl.), Einführung in das Internationale Management: Eine institutionenökonomische Perspektive.</p> <p><u>Zusätzlich empfohlene Literatur:</u> Kräkel (2010), Organisation und Management. Milgrom/Roberts (1992), Economics, Organization and Management. Roberts (2007), Management (The Modern Firm). Teale et al. (2004), Management Decision Making. Tushman et al. (2010), Organizational designs and innovation streams, Industrial and Corporate Change 19, 1331-1366. Wolf (2011), Organisation, Management und Unternehmensführung.</p>

Artikel II

Diese Ordnung wird im Verkündungsblatt der Fachhochschule Bielefeld – Amtliche Bekanntmachungen – bekannt gegeben. Sie tritt einen Tag nach ihrer Veröffentlichung in Kraft.

Ausgefertigt aufgrund eines Beschlusses des Fachbereichsrates des Fachbereichs Wirtschaft und Gesundheit vom 18.01.2012.

Bielefeld, 13.03.2012

Die Präsidentin
der Fachhochschule Bielefeld

gez. Rennen-Allhoff

Prof. Dr. B. Rennen-Allhoff