

**Prüfungsordnung für die weiterbildenden Fernstudiengänge mit Hochschulzertifikat
Vertriebsingenieur/Vertriebsingenieurin, Marketing-Management, Motorsport-Management, Sport-
Management, Innovations-Management und Intelligent Enterprise Management
an der Hochschule Kaiserslautern
vom 19.08.2020**

(Hochschulanzeiger Nr. 7 vom 31. August 2020, S. 33)

Geändert durch Ordnung vom:

- 12.12.2022 (Hochschulanzeiger Nr. 8/2022 vom 23. Dezember 2022, S. 12)
- 21.06.2023 (Hochschulanzeiger Nr. 5/2023 vom 30. Juni 2023, S. 2)

Diese nichtamtliche Lesefassung gilt für alle Studierenden der oben genannten Studiengänge, die sich ab dem Wintersemester 2020/2021 für das Studium in einen der Fernstudiengänge mit Hochschulzertifikat einschreiben, sowie für eingeschriebene Studierende, die ihr Studium ab dem Wintersemester 2014/2015 begonnen haben.

Studierende, die zu einem früheren Zeitpunkt ihr Studium aufgenommen haben, können sich im Prüfungsamt über die für Sie geltende Fassung und einen möglichen Wechsel in diese aktuelle Fassung informieren.

Zur Information: Im Portal/QIS wird die Bezeichnung PO 2014 verwendet, für den Studiengang Intelligent Enterprise PO 2020.

Inhalt

- § 1 Geltungsbereich
- § 2 Studienziel
- § 3 Regelstudienzeit, Studienaufbau und Umfang des Lehrangebots
- § 4 Zulassungsvoraussetzungen
- § 5 Fachkommission
- § 6 Lehreinheiten
- § 7 Präsenzveranstaltungen und Studienmaterialien
- § 8 Module und Prüfungen
- § 9 Bewertungen
- § 10 Weiterbildungs-Zertifikat/ Einzel-Zertifikate
- § 11 Geltungsbereich, Inkrafttreten, Außerkrafttreten, Übergangsregelung

Anlage 1 a: Curricula Fernstudiengänge

Anlage 1 b: Curricula Motorsport-Management und Innovations-Management– englischsprachige Varianten

§ 1 Geltungsbereich

(1) Diese Prüfungsordnung regelt die fachbezogenen Voraussetzungen für die Teilnahme an den Prüfungen, die Prüfungsanforderungen, das Prüfverfahren sowie die Bezeichnungen der entsprechenden Zertifikate in den gebührenpflichtigen Weiterbildungsfernstudiengängen mit Hochschulzertifikat Vertriebsingenieur/Vertriebsingenieurin, Marketing-Management, Motorsport-Management, Sport-Management, Innovations-Management und Intelligent Enterprise Management (im Folgenden Fernstudiengänge genannt). Für die allgemeinen und besonderen Verfahrensvorschriften findet die Prüfungsordnung für die weiterbildenden Fernstudiengänge MBA Vertriebsingenieur/Vertriebsingenieurin, MBA Marketing-Management, MBA Motorsport-Management, MBA Sport-Management, MBA Innovations-Management und MBA Intelligent Enterprise Management an der Hochschule Kaiserslautern in ihrer jeweils geltenden Fassung entsprechend Anwendung, soweit diese Prüfungsordnung keine anderslautende Regelung trifft.

(2) Die im Inhaltsverzeichnis genannten Anlagen sind Bestandteil dieser Prüfungsordnung.

§ 2 Studienziel

Das Studienziel der Fernstudiengänge ist erreicht, wenn alle oder einzelne der in § 8 geforderten Modulprüfungen erfolgreich abgelegt worden sind. Beim Erreichen des Studienziels wird das Weiterbildungs-Zertifikat Vertriebsingenieur/in, Marketing-Management, Motorsport-Management, Sport-

Management Innovations-Management oder Intelligent Enterprise Management oder Zertifikate für einzelne Module mit oder ohne Prüfungsteilnahme ausgestellt.

§ 3 Regelstudienzeit, Studienaufbau und Umfang des Lehrangebots

(1) Die Studiengänge werden als Fernstudiengänge in berufsintegrierender Form mit Präsenzphasen angeboten. Die berufsintegrierenden Fernstudiengänge erfolgen parallel zu einer beruflichen Tätigkeit. Die Hochschule Kaiserslautern kooperiert mit dem Zentrum für Fernstudien im Hochschulverbund (zfh) in Koblenz.

(2) Das Studium kann zum Winter- oder Sommersemester aufgenommen werden.

(3) Die Studienzeit, in der das Studium in der Regel abgeschlossen werden kann (Regelstudienzeit), beträgt drei Semester. Insgesamt ist dem Studium eine Arbeitsbelastung entsprechend 60 ECTS-Punkten gemäß dem European Credit Transfer System (ECTS) zugeordnet (vgl. Anlage). Pro ECTS-Punkt wird ein Arbeitsaufwand von 25 Arbeitsstunden angesetzt.

(4) Die Fernstudiengänge Zertifikat Motorsport-Management und Innovation Management werden auch in englischen Varianten angeboten (siehe Anlage 1b). Der zeitliche Umfang der für den erfolgreichen Abschluss des Studiums erforderlichen Lehrveranstaltungen in Form von Präsenzen und Kurseinheiten ergibt sich aus den Anlagen. Das Studium ist modular strukturiert. Die einzelnen Module umfassen inhaltlich zusammenhängende Studieninhalte. Die Leistungen aller Module werden studienbegleitend erbracht. Die zeitliche Reihenfolge des Lehrangebotes wird durch die Hochschule garantiert. Den Teilnehmern wird empfohlen, an den Lehrveranstaltungen in der zeitlichen Abfolge teilzunehmen, wie sie in den Anlagen angegeben ist. Eine erfolgreiche Leistungserbringung verlangt hohe studentische Eigenleistungen.

(5) Die Fernstudiengänge umfassen jeweils neun in sich geschlossene Lehreinheiten (3 Module je Semester).

(6) Als freiwillige zusätzliche Leistung können Studierende an einem Internationalen Out-of-Campus-Event teilnehmen.

§ 4 Zulassungsvoraussetzungen

(1) Die Fernstudiengänge stehen denjenigen offen, von denen ein erfolgreicher Studienverlauf erwartet werden kann. Dies gilt insbesondere für diejenigen, die

- a) für ein Studium an einer Fachhochschule notwendigen Voraussetzungen (Hochschulzugangsberechtigung) nachweisen oder
- b) eine berufliche Ausbildung abgeschlossen und danach eine mindestens einjährige berufliche Tätigkeit ausgeübt haben.

(2) Bewerberinnen und Bewerber müssen ihre Angaben über Berufsabschlüsse, berufliche Tätigkeiten und erfolgreich absolvierte Weiterbildungsmaßnahmen durch Zeugnisse, Arbeitsnachweise oder auf sonstige Weise belegen.

§ 5 Fachkommission

Für die Entwicklung, Durchführung und Auswertung der Fernstudiengänge ist eine Fachkommission eingerichtet. Ihr gehören Professorinnen und Professoren von Fachhochschulen der Länder Rheinland-Pfalz und Hessen an. Der/die Studiengangsleiter/in der Fernstudiengänge ist Vorsitzende der Fachkommission.

§ 6 Lehreinheiten

Dem Studienziel entsprechend umfasst das Studium für die Fernstudiengänge die in den Anlagen dargestellten Module.

§ 7 Präsenzveranstaltungen und Studienmaterialien

(1) Im Studienablauf sind Präsenzveranstaltungen als mehrtägige Blockveranstaltungen vorgesehen (s. Anlagen). Die Zeiten für die Präsenzveranstaltungen werden den Studierenden rechtzeitig vor Semesterbeginn mitgeteilt.

(2) Den fachlichen Besonderheiten entsprechend können Lehrvorträge, Übungen, Seminare, Projekte, Praktika, Exkursionen sowie zusätzliche, geeignete Lehrveranstaltungen angeboten werden.

(3) Die Teilnehmerzahl für bestimmte Lehrveranstaltungen darf nur dann beschränkt werden, wenn dies im Hinblick auf einen geordneten Lehr- und Studienbetrieb zwingend erforderlich ist.

(4) Das Hauptmedium für die Vermittlung der Lehrinhalte sind Kurseinheiten in Form von selbstinstruierenden Studienbriefen. Ergänzende Materialien erhalten die Studierenden in Form von multimedialen Einheiten (Lernsoftware).

§ 8 Module und Prüfungen

(1) Im Studium müssen Prüfungs- und Studienleistungen (Prüfungen) erbracht werden. Prüfungen sind Modulen zugeordnet. Die Modulprüfung umfasst alle Prüfungen eines Moduls. In der Regel besteht die Modulprüfung aus einer Prüfung, die sich auf die Stoffgebiete aller Lehrveranstaltungen des Moduls erstreckt. Die Modulprüfung gilt als bestanden, wenn alle zu diesem Modul gehörenden Prüfungen bestanden wurden. In diesem Fall werden die dem Modul zugeordneten ECTS-Punkte. Die Zuordnung einzelner Veranstaltungen zu den Prüfungsleistungen geht aus der Anlage dieser Prüfungsordnung hervor.

(2) Jede Lehreinheit schließt mit einer Leistungsüberprüfung (Prüfung) ab, die in Form von Klausuren, Seminararbeiten, Fallstudien, Präsentationen, mündlichen Prüfungen oder bewerteten Seminaren absolviert wird. Zum Teil wird dies auch über interaktive Medien stattfinden. Prüfungsleistungen werden zur Bildung der Gesamtnote herangezogen.

(3) Prüfungs- und Studienleistungen dürfen zweimal wiederholt werden. Sind Teile einer Prüfung nicht bestanden, so müssen nur diese wiederholt werden. Die Wiederholung einer bestandenen Prüfung ist nicht zulässig. Die Wiederholung einer nicht bestandenen Prüfung kann frühestens im darauffolgenden Semester abgelegt werden.

§ 9 Bewertungen

(1) Die Noten für die einzelnen Prüfungsleistungen werden von den jeweiligen Prüfenden festgesetzt. Für die Bewertung der Prüfungsleistungen sind folgende Noten zu verwenden:

- 1 sehr gut (eine hervorragende Leistung)
- 2 gut (eine Leistung, die erheblich über den durchschnittlichen Anforderungen liegt)
- 3 befriedigend (eine Leistung, die durchschnittlichen Anforderungen entspricht)
- 4 ausreichend (eine Leistung, die trotz ihrer Mängel noch den Anforderungen genügt)
- 5 nicht ausreichend (eine Leistung, die wegen erheblicher Mängel den Anforderungen nicht mehr genügt).

(2) Zur differenzierten Bewertung von Einzelleistungen können die Noten um 0,3 vermindert oder erhöht werden. Noten schlechter als 4,0 sind nicht ausreichend. Die Noten 0,7; 4,3; 4,7 und 5,3 sind ausgeschlossen. Studienleistungen können auch mit „bestanden“ bzw. „nicht bestanden“ bewertet werden.

(3) Eine Prüfung ist bestanden, wenn sie bzw. ihre Teilleistungen mit mindestens „ausreichend“ oder „bestanden“ bewertet wurden.

(4) Die Bewertung der bestandenen Modulprüfung (Modulnote) bildet sich aus den entsprechend Anlage nach ECTS-Punkten gewichteten Noten aller Prüfungsleistungen des Moduls. Beim Ergebnis dieser Bewertung wird nur die erste Dezimalstelle hinter dem Komma berücksichtigt; alle weiteren Stellen werden ohne Rundung gestrichen.

§ 10 Weiterbildungs-Zertifikat und Einzel-Zertifikate

(1) Der Erwerb der Weiterbildungs-Zertifikate setzt die mit mindestens ausreichend bewerteten Prüfungsleistungen voraus.

(2) Die Weiterbildungs-Zertifikate Vertriebsingenieur/Vertriebsingenieurin, Marketing-Management, Motorsport-Management, Sport-Management, Innovations-Management und Intelligent Enterprise Management bescheinigen, dass der/die Studierende die für die Berufspraxis notwendigen gründlichen Fachkenntnisse der im Weiterbildungsstudium enthaltenen Teilgebiete erworben hat und die zu Grunde liegenden wissenschaftlichen Methoden und Erkenntnisse selbständig anwenden kann.

(3) Das Weiterbildungs-Zertifikat enthält folgende fachliche Angaben:

- die Gesamtnote,
- die Modulbezeichnungen
- die Prüfungsnote für jedes Modul,
- den Umfang des Studiums in ECTS-Punkten.

(4) Aus dem arithmetischen, nach den ECTS-Punkten gewichteten Durchschnitt der Noten der Modulprüfungen wird die Gesamtnote des Weiterbildungs-Zertifikats gebildet. Bei der Bildung der Gesamtnote wird nur die erste Dezimalstelle hinter dem Komma berücksichtigt; alle weiteren Stellen werden ohne Rundung gestrichen. Die Noten lauten:

- | | | |
|--------------------------|------------------|--------------------|
| - bei einem Durchschnitt | bis 1,5 | sehr gut |
| - bei einem Durchschnitt | über 1,5 bis 2,5 | gut |
| - bei einem Durchschnitt | über 2,5 bis 3,5 | befriedigend |
| - bei einem Durchschnitt | über 3,5 bis 4,0 | ausreichend |
| - bei einem Durchschnitt | über 4,0 | nicht ausreichend. |

(5) Nach einer mit mindestens ausreichend bewerteten Prüfungsleistung in einem Modul wird ein benotetes Einzel-Zertifikat vergeben. Es bestätigt, dass die oder der Studierende die für die Berufspraxis notwendigen gründlichen Fachkenntnisse des entsprechenden Moduls erworben hat und die zu Grunde liegenden wissenschaftlichen Methoden und Erkenntnisse selbständig anwenden kann. Absatz 8 gilt sinngemäß.

(6) Das Einzel-Zertifikat enthält folgende fachliche Angaben:

- die Prüfungsnote für das absolvierte Modul,
- Inhaltsangaben zu dem Modul,
- den Umfang des Moduls in ECTS-Punkten,
- die erbrachten Prüfungsleistungen für das Modul.

(7) Über die Teilnahme an einem Modul oder an einem Fernstudiengang ohne Absolvieren von Prüfungen oder ohne erfolgreich abgelegte Prüfungen wird ein Zertifikat ausgestellt. Es bestätigt die Teilnahme an dem belegten Modul mit den belegten Lehreinheiten.

(8) Das Weiterbildungs-Zertifikat wird vom Dekan des Fachbereichs Betriebswirtschaft und vom Vorsitzenden der Fachkommission unterzeichnet. Als Ausfertigungsdatum wird das Datum genannt, an dem die letzte Prüfungsleistung erbracht wurde.

§ 11 Geltungsbereich, Inkrafttreten, Außerkrafttreten, Übergangsregelung

(1) Diese Prüfungsordnung gilt für Studierende, die sich ab dem Wintersemester 2020/2021 in einen der Fernstudiengänge einschreiben, sowie für eingeschriebene Studierende, die ihr Studium ab dem Wintersemester 2014/2015 begonnen haben..

(2) Sie tritt am Tag nach ihrer Veröffentlichung im Hochschulanzeiger der Hochschule Kaiserslautern in Kraft. Gleichzeitig treten folgende Richtlinien außer Kraft:

1. Richtlinie für die Weiterbildungs-Fernstudiengänge mit Hochschulzertifikat Vertriebsingenieur und Marketing-Management an der Fachhochschule Kaiserslautern vom 12.06.2013 (Hochschulanzeiger Nr. 9 vom 31. Januar 2014, S. 8), zuletzt geändert mit Änderung vom 07.04.2014 (Hochschulanzeiger Nr. 11 vom 30.05.2014, S. 25);

2. Richtlinie für die Weiterbildungs-Fernstudiengänge mit Hochschulzertifikat Vertriebsingenieur/Vertriebsingenieurin, Marketing-Management, Motorsport-Management, Sport-Management und Innovations-Management an der Hochschule Kaiserslautern vom 25.06.2015 (Hochschulanzeiger Nr. 21 vom 31.07.2015, S. 2).

Zweibrücken, den 19.08.2020

Prof. Dr. Gunter Kürble
Dekan des Fachbereiches Betriebswirtschaft
der Hochschule Kaiserslautern

Anlage 1 a: Curricula Fernstudiengänge

Basissemester für alle Fernstudiengänge

1. Semester	ECTS	Präsenzen UE	KE	Prüfung
Modul 1: Management-Framework	10	18		KL
<ul style="list-style-type: none"> - Ganzheitliches Management - Betriebswirtschaftliche Grundlagen I - Betriebswirtschaftliche Grundlagen II - Traditionelle Wertschöpfungskette - Neue Konzepte - Nachhaltigkeit in betrieblichen Wertschöpfungsprozessen - Bedeutung und Deutung von Innovation - Prozesse und Abläufe im Innovationsmanagement - Innovation von Produkten, Prozessen, Geschäftsmodellen und Organisationen 				
Modul 2: Kommunikation & Soft Skills für Führungskräfte	5	16		SA
<ul style="list-style-type: none"> - Rhetorik für den Kundenkontakt - Verhandlung- und Argumentationstechniken - Interkulturelles Management - Methodenkompetenz 				
Modul 3: Marketing-Politik und Strategie	5	10		SA
<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen und Strategie I: Marktorientierte Führung von Marketing und Vertrieb - Grundlagen und Strategie II: Strategische Analyse und Strategieentwicklung 				
Gesamt:	20	44	15	

2. Semester	ECTS	Präsenzen (UE)	KE	Prüfung
Modul 4: Erfolgs- und finanzorientierte Unternehmensführung	10	22	6	KL
Management Accounting: Kosten- und Gewinnmanagement: Kosten- und Leistungsrechnung I Kosten- und Leistungsrechnung II Finanzen & Controlling (inkl. Marketingcontrolling, Scorecard): Finanz- und Investitionsrechnung Controlling Finanzberichterstattung: Jahresabschluss, Bilanzen				
Modul 5: Marketing: Market Research und Kundenmanagement	5	10	4	SA
Informationsmanagement für das Marketing Marktpsychologie Topic of the Year Case Study-Seminar zum Marketing				
Modul 6: Management: Economics & Quantitative Analysen	5	10	2	KL+ SA
Volkswirtschaftslehre: Makroökonomie Datenanalyse: Statistik				
Gesamt:	20	42	12	

**Anlage 1 a: Curricula Fernstudiengänge
Vertriebsingenieur/Vertriebsingenieurin**

3. Semester Vertriebsingenieur/ Vertriebsingenieurin		ECTS	Präsenzen (UE)	KE	Prüfung
Modul 7:	Instrumente für den Technischen Vertrieb: Marketing-Mix	6	10	2	KL
	Vertrieb und Distributions-Management Gegenleistung und Preispolitik				
Modul 8:	Personal-, Projekt- und Managementtechniken	6	16	3	SA
	Personalführung Projektmanagement (inkl. Projektierung, Engineering) Unternehmensplanung und Risikomanagement				
Modul 9:	Management des Technischen Vertriebes	8	16	5	KL
	CRM, e Business Vertriebsorganisation I Vertriebsorganisation II Kundenservice Verkaufsförderung				
Gesamt:		20	42	10	

Marketing-Management

3. Semester Marketing-Management		ECTS	Präsenzen (UE)	KE	Prüfung
Modul 10:	Managementtechniken im internationalen Wirtschaftsraum	6	16	3	SA
	Projektmanagement (inkl. Projektierung, Engineering) Unternehmensplanung und Risikomanagement Internationales Management				
Modul 11:	Internationales Marketing-Management	7	14	3	KL
	Internationales Marketing / Außenhandel I Internationales Marketing / Außenhandel II Internationales Eventmanagement				
Modul 12:	Marketing-Instrumente: Strategie, Operation, Politik	7	12	4	KL
	Angebot und Produkt-Management Gegenleistung und Preispolitik Kommunikation und Werbemanagement Vertrieb und Distributions-Management				
Gesamt:		20	42	10	

Anlage 1 a: Curricula Fernstudiengänge

Motorsport-Management

3. Semester Motorsport-Management		EC TS	Präsenzen (UE)	KE	Prüfung
Modul 15: Organisation im Motorsport		5	14	2	SA
	Grundlagen des Motorsport-Managements Prozesse, Abläufe und Reglements in Motorsportserien				
Modul 16: Personal-, Projekt- und Managementtechniken im Motorsport		5	14	3	KL
	Personal- und Teamführung im Motorsport Projektmanagement und Motorsportlogistik Veranstaltungs- und Streckenmanagement von Motorsportevents				
Modul 17: Marketing im Motorsport		10	20	5	SA
	Marktforschung und Social Media im Motorsport Projektseminar: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Motorsport Sponsoring und Finanzierung im Motorsport Innovations- und Markenmanagement Rechtliche Fragestellungen im Motorsport				
Gesamt:		20	48	10	

Sport-Management

3. Semester Sport-Management		ECTS	Präsenzen (UE)	KE	Prüfung
Modul 18: Organisation und Finanzierung im Sport		5	14	2	SA
	Grundlagen Organisation des Sports, Vereins- und Verbandsmanagement Finanzierung im Sport				
Modul 19: Personal-, Projekt- und Managementtechniken im Sport		5	14	3	KL
	Personalführung und Ethik im Sport Projektmanagement im Sport Planung, Organisation und Durchführung von Großevents				
Modul 20: Marketing im Sport		10	20	5	KL
	Marktforschung und Social Media im Sport Projektseminar Marktforschung Sportsponsoring, Testimonials und Merchandising Sportrechtevermarktung Sportlervermarktung und Vertragsrecht				
Gesamt:		20	48	10	

Anlage 1 a: Curricula Fernstudiengänge

Innovations-Management

3. Semester Innovations-Management	ECT S	Präsenzen (UE)	KE	Prüfung
Modul 21: Innovations-Management in Unternehmen	7	16	6	KL
<ul style="list-style-type: none"> - Innovationsprozesse erfolgreich gestalten - Intellectual Property Management – Grundlagen des Rechts und des Umgangs mit Wissen, Geschäftsgeheimnissen und geistigem Eigentum - Wertebasiertes Innovationsmanagement - Digitalisierung und Nachhaltigkeit als prägende Innovationscharakteristika - Digital Disruption im Innovationsmanagement - Entstehung und Entwicklung innovativer Erfolgsunternehmen - Fallbeispiele 				
Modul 22: Personalführung als Teil einer innovationsförderlichen Unternehmenskultur	6	16	3	SA
<ul style="list-style-type: none"> - Innovationsförderliche Strategieentwicklung und -umsetzung - Kreativität verstehen und innovationsförderliche Führungskompetenzen entwickeln - New Work: Gestaltung innovationsförderlicher Arbeitsformen 				
Modul 23: Methodik für ein systematisches Innovations-Management	7	16	3	SA
<ul style="list-style-type: none"> - Innovations-Methodik TRIZ: Innovative Ideenfindung und Problemlösung - Innovations-Methodik DESIGN THINKING: Human Centered Innovation - Innovations-Vorschau mit Mustern, Trends und evolutionären Methoden 				
Gesamt:	20	48	12	

Anlage 1 a: Curricula Fernstudiengänge

Intelligent Enterprise Management

3. Semester: Intelligent Enterprise Management	ECTS	Präsenzen (UE)	KE	Prüfung
Modul 24: Digitale Transformation und digitale Technologien	7	20	3	KL
<ul style="list-style-type: none"> - Einführung: Entwicklung der digitalen Technologien - Digitale Technologien als Grundlage „Intelligenter Unternehmen“ - Case Study: Digitale Transformation in Unternehmen ausgewählter Branchen 				
Modul 25: Digitale Transformation und Sustainability	5	12	3	SA
<ul style="list-style-type: none"> - Sustainability Management - Digitalisierung und Sustainability – eine unternehmerische Perspektive - Die nachhaltige Entwicklung der Wertschöpfungskette und Circular Economy 				
Modul 26: Digitale Transformation und Geschäftsmodelle	8	24	3	SA
<ul style="list-style-type: none"> - Digitale Transformation, Organisation, Geschäftsmodelle - Methoden zur Unterstützung der Transformation von Menschen und Organisationen, insbesondere neueste Ansätze (Topic of the Year) - Teamarbeit/Präsentation: Digitale Transformation als Treiber für innovative Geschäftsmodelle 				
Gesamt:	20	56	9	

Abschlusssemester für alle Fernstudiengänge (als freiwillige zusätzliche Leistung)

4. Semester Abschlusssemester	ECTS	Präsenzen (UE)	KE	Prüfung
Modul 13: Internationales Master-Thesis Seminar	4	32		SL
Out-of-Campus-Event				

ECTS= ECTS-Punkte, UE = Unterrichtseinheiten (1 UE = 45 min); KE = Kurseinheiten;
 KL = Klausur; SA = Seminararbeiten, SL=Studienleistung
 KL+SA = Prüfungsleistung, schriftlich, mit zwei Teilleistungen

Anlage 1b: Curricula Motorsport-Management und Innovations-Management– englischsprachige Varianten

Basicsemesters for all study programmes

1. Semester	ECTS	Teaching Units/TU	exam
Module 1: Management-Framework	10	18	KL
Holistic Management Business Administration Basics I Business Administration Basics II Traditional Value Chain New Concepts Sustainability in operational Value Creation Processes Meaning and interpretation of Innovation Processes and Procedures in Innovation Management Innovation of Products, Processes, Business models and Organisations			
Module 2: Communication & Soft Skills for Leadership	5	16	SA
Rhetoric for Customer Contact Negotiation and Argumentation Techniques Intercultural Management Methodological Competence			
Modul 3: Marketing-Politics and Strategy	5	10	SA
Fundamentals and Strategy I: Market-oriented Management of Marketing and Sales Fundamentals and Strategy II: Strategic Analysis and Strategy Development			
	20	44	
2. Semester	ECTS	Teaching Units/TU	exam
Module 4: Performance and Financial Management	10	22	KL
Management Accounting and Financial Reporting: Cost and Profit Management Financial Management and Controlling			
Module 5: Marketing: Market Research and Customer Management	5	10	SA
Information Management for Marketing, Market Psychology Topic of the Year Case Study Seminar on Marketing			
Module 6: Management: Economics & Quantitative Analysis	5	10	KL/SA
Economics: Macroeconomics Data Analysis: Statistics			
Total	20	42	

Anlage 1b: Curricula Motorsport-Management und Innovations-Management– englischsprachige Varianten

3. Semester Motorsport-Management	ECTS	Teaching Units/TU	exam
Module15: Organization in Motorsport	5	14	SA
Basics of Motorsport Management Processes, procedures and regulations in Motorsport			
Module 16: Human Resource-, Project- and Management Techniques in Motorsport	5	14	KL
Team Management in Motorsport Project Management and Motorsport Logistics Event and track Management of Motorsport Events			
Module 17: Marketing in Motorsport	10	20	SA
Market Research and Social Media in Motorsport Project Seminar: Press and Public Relations in Motorsport Sponsoring and Financing in Motorsport Innovation and Brand Management Legal issues in Motorsport			
Total:	20	48	

Anlage 1b: Curricula Motorsport-Management und Innovations-Management– englischsprachige Varianten

3. Semester Innovations-Management	ECTS	Teaching Units/ TU	exam
Module 21: Innovation Management in Companies	7	16	KL
<ul style="list-style-type: none"> - Successfully designing innovation processes - Intellectual Property Management - Fundamentals of Law and the Handling of Knowledge, Trade Secrets and Intellectual Property - Value-based innovation management - Digitization and sustainability as significant innovation characteristics - Digital disruption in innovation management - Emergence and development of innovative successful companies - case studies 			
Module 22: Human Aspects of a Corporate Strategy and Culture Promoting Innovation	6	16	SA
<ul style="list-style-type: none"> - Strategy development and implementation to promote innovation - Understanding creativity and developing leadership skills that promote innovation - New work: Designing forms of work that promote innovation 			
Module 23: Methodologies for Systematic Innovation Management	7	16	SA
<ul style="list-style-type: none"> - Innovation Methodology TRIZ: Innovative Idea Generation and Problem Solving - Innovation Methodology DESIGN THINKING: Human Centered Innovation - Innovation preview with patterns, trends and evolutionary methods 			
In total:	20	48	