

Jahrgang	<b>2021</b>	<b>Verkündungsblatt Fachhochschule Bielefeld Amtliche Bekanntmachungen</b>
Nummer	<b>87</b>	
ausgegeben am <b>14.12.2021</b>		

Hinweis für Beschäftigte der FH Bielefeld:  
Das gesamte Exemplar finden Sie im Internen Bereich des Webauftritts der FH Bielefeld unter *Veröffentlichungen/Archiv, Amtliche Bekanntmachungen*.

Inhalt	Seite
Nr. 2021 87 a Erste Ordnung zur Änderung der Beitragsordnung für das Zertifikatsangebot „Internationales Projektmanagement“ an der Fachhochschule Bielefeld vom 6. Dezember 2021	1032
Nr. 2021 87 b Erste Ordnung zur Änderung der Beitragsordnung für das Zertifikatsangebot „Länderseminar: Doing Business in ...“ an der Fachhochschule Bielefeld vom 6. Dezember 2021	1033
Nr: 2021 87 c Zweite Ordnung zur Änderung der Studiengangsprüfungsordnung für den Bachelorstudiengang Pflege (ausbildungsintegriert) an der Fachhochschule Bielefeld (University of Applied Sciences) vom 29. November 2021	1034 – 1037
Nr. 2021 87 d Fachbereichsordnung des Fachbereichs Wirtschaft vom 29. November 2021	1038 – 1043
Nr. 2021 87 e Gebührenordnung für das weiterbildende Masterstudium Angewandte Automatisierung, Digitale Technologien sowie das weiterbildende Masterstudium Wirtschaftsingenieurwesen an der Fachhochschule Bielefeld vom 6. Dezember 2021	1044 – 1045

#### Verteiler:

Präsidentin, Vizepräsident\*in I - IV, Vizepräsidentin WP  
 Dekan\*in der Fachbereiche 1, 2, 3, 4, 5, 6  
 Büroleiterinnen 1, 2, 3, 4, 5, 6  
 Hochschulbibliothek  
 Datenverarbeitungszentrale  
 Arbeitsstelle für Hochschuldidaktik  
 Dezernate I, II, III, IV, V, VI  
 Hochschulkommunikation  
 Ressort Wissenschaftliche Weiterbildung  
 Personalrat  
 Personalrat (wiss.)  
 Gleichstellungsbeauftragte  
 Schwerbehindertenvertretung  
 Datenschutzbeauftragte  
 Archiv

AStA (SP und Fachschaftsräte)  
 Universität Bielefeld  
 Universität Bielefeld / ZSB – Zentrale Studienberatung

Nr. 2021 87 f Masterprüfungsordnung für den weiterbildenden Verbundstudiengang Wirtschaftsrecht	1046 - 1073
Nr. 2021 87 g Erste Ordnung zur Änderung der Studiengangsprüfungsordnung für den Bachelorstudiengang Berufliche Bildung Pflege (B.A) in Kooperation mit den v. Bodelschwingschen Stiftungen Bethel, Stiftung Nazareth an der Fachhochschule Bielefeld (University of Applied Sciences) vom 07. Dezember 2021	1074 -1077
Nr. 2021 87 h Erste Ordnung zur Änderung der Studiengangsprüfungsordnung für den Bachelorstudiengang Praxisintegrierte Betriebswirtschaftslehre an der Fachhochschule Bielefeld (University of Applied Sciences) vom 26. November 2021	1078 – 1081
Nr. 2021 87 i Erste Ordnung zur Änderung der Studiengangsprüfungsordnung für den Masterstudiengang International Business Management an der Fachhochschule Bielefeld (University of Applied Sciences) vom 15. November 2021	1082 -1084

**Verteiler:**

Präsidentin, Vizepräsident\*in I - IV, Vizepräsidentin WP  
 Dekan\*in der Fachbereiche 1, 2, 3, 4, 5, 6  
 Büroleiterinnen 1, 2, 3, 4, 5, 6  
 Hochschulbibliothek  
 Datenverarbeitungszentrale  
 Arbeitsstelle für Hochschuldidaktik  
 Dezernate I, II, III, IV, V, VI  
 Hochschulkommunikation  
 Ressort Wissenschaftliche Weiterbildung  
 Personalrat  
 Personalrat (wiss.)  
 Gleichstellungsbeauftragte  
 Schwerbehindertenvertretung  
 Datenschutzbeauftragte  
 Archiv

AStA (SP und Fachschaftsräte)  
 Universität Bielefeld  
 Universität Bielefeld / ZSB – Zentrale Studienberatung

**Erste Ordnung  
zur Änderung der Studiengangsprüfungsordnung  
für den Bachelorstudiengang  
Praxisintegrierte Betriebswirtschaftslehre  
an der Fachhochschule Bielefeld  
(University of Applied Sciences)**

**vom 26. November 2021**

Aufgrund des § 22 Abs. 1 Nr.3, § 2 Abs. 4 und des § 64 Abs. 1 des Gesetzes über die Hochschulen des Landes Nordrhein-Westfalen (Hochschulgesetz - HG) vom 16. September 2014 (GV. NRW. S. 547) zuletzt geändert durch Artikel 2 des Gesetzes vom 25. März 2021 (GV.NRW.S.331) in Verbindung mit der Rahmenprüfungsordnung (BA-RPO) für die Bachelorstudiengänge an der FH Bielefeld vom 11.12.2015 (Verkündungsblatt der Fachhochschule Bielefeld – Amtliche Bekanntmachungen -2016, Nr.1, S.5-25) in der Fassung der Änderung vom 05.10.2021 (Verkündungsblatt der Fachhochschule Bielefeld- Amtliche Bekanntmachungen- 2021, Nr.72, S. 816-824) hat der Fachbereichsrat des Fachbereichs Wirtschaft der Fachhochschule Bielefeld folgende Ordnung als Änderungssatzung erlassen:

**Artikel I**

Die Studiengangsprüfungsordnung (SPO) für den Bachelorstudiengang Praxisintegrierte Betriebswirtschaftslehre an der Fachhochschule Bielefeld vom 12.April 2017 (Verkündungsblatt der Fachhochschule Bielefeld –Amtliche Bekanntmachungen-2017; Nr.14, Seiten 50-144) wird wie folgt geändert:

Es werden Änderungen am Modulhandbuch vorgenommen.

Einzelheiten sind den Anlagen zu entnehmen.

**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 des Beschlusses des Fachbereichsrates des Fachbereichs Wirtschaft vom 14.07.2021.

Bielefeld, 26. November 2021

Die Präsidentin  
der Fachhochschule Bielefeld

gez. I. Schramm-Wölk  
Prof. Dr. I. Schramm-Wölk

**Gegenüberstellung der Änderungen  
in der Bachelor-Studiengangsprüfungsordnung (SPO)  
Bachelor Betriebswirtschaftslehre, praxisintegriert (B.A.),  
Fachbereich Wirtschaft**

Lf. Nr.	Fundort	ALT-Fassung SPO vom 12. April 2017	NEU-Fassung noch nicht in Kraft getreten																								
<b>Änderungen in der SPO</b>																											
	Präambel, § 28 In-Kraft-Treten, Veröffentlichung		Anpassungen rechtliche Grundlage, Datum, ect. durch das DII?																								
<b>Änderungen im Modulhandbuch</b>																											
1	Anlage 1, Wahlpflicht-module	Die Wahlpflichtmodule müssen aus einer von sechs Vertiefungsrichtungen stammen: 1) Controlling, Finanzen, Rechnungswesen 2) Marketing 3) Personal und Organisation 4) Produktion und Logistik 5) Steuerlehre und Unternehmensprüfung 6) International Business Management	Die Wahlpflichtmodule müssen aus einer von sieben Vertiefungsrichtungen stammen: 1) Controlling, Finanzen, Rechnungswesen 2) Marketing 3) Personal und Organisation 4) Produktion und Logistik 5) Steuerlehre und Unternehmensprüfung 6) International Business Management 7) Entrepreneurship																								
2	Anlage 1, Wahlpflicht-module	<p style="text-align: center;"><b>Fachrichtung Marketing</b></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center;">5 MKT 31</td> <td>Käuferverhalten und Marketingforschung</td> <td style="text-align: center;">4 SU</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">5 MKT 32</td> <td>Produkt- und Preispolitik</td> <td style="text-align: center;">4 SU</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">5 MKT 33</td> <td>Distributions- und Kommunikationspolitik</td> <td style="text-align: center;">4 SU</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">5 MKT 41</td> <td>Seminar Marketing</td> <td style="text-align: center;">2 S</td> </tr> </table>	5 MKT 31	Käuferverhalten und Marketingforschung	4 SU	5 MKT 32	Produkt- und Preispolitik	4 SU	5 MKT 33	Distributions- und Kommunikationspolitik	4 SU	5 MKT 41	Seminar Marketing	2 S	<p style="text-align: center;"><b>Fachrichtung Marketing</b></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center;">5 MKT</td> <td>Käuferverhalten und Marketingforschung</td> <td style="text-align: center;">4 SU</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">5 MKT 32</td> <td>Marken- und Kommunikationsmanagement / Channel-Management und Pricing</td> <td style="text-align: center;">4 SU</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">5 MKT 22</td> <td>Digitales Marketing / Strategisches Marketing und Nachhaltigkeit</td> <td style="text-align: center;">4 SU</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">5 MKT</td> <td>Seminar Marketing</td> <td style="text-align: center;">2 S</td> </tr> </table>	5 MKT	Käuferverhalten und Marketingforschung	4 SU	5 MKT 32	Marken- und Kommunikationsmanagement / Channel-Management und Pricing	4 SU	5 MKT 22	Digitales Marketing / Strategisches Marketing und Nachhaltigkeit	4 SU	5 MKT	Seminar Marketing	2 S
5 MKT 31	Käuferverhalten und Marketingforschung	4 SU																									
5 MKT 32	Produkt- und Preispolitik	4 SU																									
5 MKT 33	Distributions- und Kommunikationspolitik	4 SU																									
5 MKT 41	Seminar Marketing	2 S																									
5 MKT	Käuferverhalten und Marketingforschung	4 SU																									
5 MKT 32	Marken- und Kommunikationsmanagement / Channel-Management und Pricing	4 SU																									
5 MKT 22	Digitales Marketing / Strategisches Marketing und Nachhaltigkeit	4 SU																									
5 MKT	Seminar Marketing	2 S																									

3	Anlage 1, Wahlpflicht-module	Keine Vertiefung Entrepreneurship	<p><b>Einrichtung einer zusätzlichen Vertiefung: Fachrichtung Entrepreneurship</b></p> <table border="1"> <tr> <td data-bbox="1473 229 1585 300">5 MG 32</td> <td data-bbox="1585 229 2024 300">Corporate Entrepreneurship</td> <td data-bbox="2024 229 2107 300">2 S</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1473 309 1585 379">5 MG 33</td> <td data-bbox="1585 309 2024 379">Business Plan</td> <td data-bbox="2024 309 2107 379">2 S</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1473 389 1585 459">5 MG 34</td> <td data-bbox="1585 389 2024 459">Entrepreneurship</td> <td data-bbox="2024 389 2107 459">4 SU</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1473 469 1585 555">5 StU 51</td> <td data-bbox="1585 469 2024 555">Gesellschafts- und steuerrechtl. Handlungsfelder für Entrepreneu- re</td> <td data-bbox="2024 469 2107 555">4 SU</td> </tr> </table>	5 MG 32	Corporate Entrepreneurship	2 S	5 MG 33	Business Plan	2 S	5 MG 34	Entrepreneurship	4 SU	5 StU 51	Gesellschafts- und steuerrechtl. Handlungsfelder für Entrepreneu- re	4 SU
5 MG 32	Corporate Entrepreneurship	2 S													
5 MG 33	Business Plan	2 S													
5 MG 34	Entrepreneurship	4 SU													
5 StU 51	Gesellschafts- und steuerrechtl. Handlungsfelder für Entrepreneu- re	4 SU													
4	Modul 5 MKT 82	Grundlagen des Marketings, Modulbeauftragter: Prof. Dr. Schmid	Grundlagen des Marketings: Überarbeitung der Inhalte; Änderung Modulbeauftragter: Prof. Dr. Stender-Monhemius												
5	Modul 5 MKT 31	Käuferverhalten und Marketingforschung	Käuferverhalten und Marketingforschung: Überarbeitung der Inhalte, Lernergebnisse und Lehrformen												
6	Modul 5 MKT 32	Produkt- und Preispolitik	Marken- und Kommunikationsmanagement / Channel-Management und Pricing: Änderung Modultitel, Überarbeitung der Inhalte, Lernergebnisse und Lehrformen												
7	Modul 5 MKT 33	Distributions- und Kommunikationspolitik, Modulbeauftragter: Prof. Dr. Schmid	Digitales Marketing / Strategisches Marketing und Nachhaltigkeit: Änderung Modultitel, Überarbeitung der Inhalte, Lernergebnisse und Lehrformen; Änderung Modulbeauftragter: Prof. Dr. Demisch												
8	Modul 5 MKT 41	Seminar Marketing, Modulbeauftragter: Prof. Dr. Schmid	Überarbeitung der Inhalte, Lernergebnisse und Lehrformen; Änderung Modulbeauftragter: Prof. Dr. Stender-Monhemius												
9	Modul 5 P/L 39	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Steinfatt	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Plümer												
10	Modul	Modulbeauftragter: N.N.	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Oeser												

	5 IBM 04		
11	Modul 5 MG 32	nicht vorhanden	Aufnahme des Moduls unter der Fachrichtung/ Vertiefung Entrepreneurship
12	Modul 5 MG 33	nicht vorhanden	Aufnahme des Moduls unter der Fachrichtung/ Vertiefung Entrepreneurship
13	Modul 5 MG 34	nicht vorhanden	Aufnahme des Moduls unter der Fachrichtung/ Vertiefung Entrepreneurship
14	Modul 5 StU 51	nicht vorhanden	Aufnahme des Moduls unter der Fachrichtung/ Vertiefung Entrepreneurship