

**Für diese Studien- und Prüfungsordnung gelten die Regelungen der Allgemeinen Studien- und Prüfungsordnung (ASPO)**

**Studien- und Prüfungsordnung  
für den Masterstudiengang Betriebswirtschaft  
(englische Bezeichnung: Business Administration)  
an der Hochschule für angewandte Wissenschaften München**

**vom 20.10.2020**

*(in der Fassung der Vierten Änderungssatzung vom 14.03.2025)*

Aufgrund von Art. 13 Abs. 1 Satz 2, Art. 58 Abs. 1, Art. 61 Abs. 2 und 3 sowie Art. 66 Abs. 1 Bayerisches Hochschulgesetz (BayHSchG) erlässt die Hochschule für angewandte Wissenschaften München folgende Satzung:

**§ 1  
Studienziel**

Ziel des Masterstudiengangs ist es, die Studierenden zur selbständigen Anwendung und Entwicklung wissenschaftlicher Erkenntnisse und Verfahren in dem Feld der Betriebswirtschaftslehre zu befähigen.

**§ 2  
Qualifikation für das Studium**

- (1) <sup>1</sup>Qualifikationsvoraussetzungen für den Zugang zum Masterstudiengang Betriebswirtschaft sind:
1. Der Nachweis eines mindestens 180 Leistungspunkte und mindestens sechs theoretische Studiensemester umfassenden, mit dem Prüfungsgesamtergebnis 2,59 oder besser abgeschlossenen Hochschulstudiums der Betriebswirtschaftslehre an einer deutschen Hochschule oder ein gleichwertiger Abschluss.
  2. Der Nachweis von mindestens 20 Leistungspunkten aus Studienmodulen der Volkswirtschaftslehre und/oder der Mathematik und/oder der Statistik aus dem abgeschlossenen Hochschulstudium nach Nr. 1.
  3. Der Nachweis eines bestandenen GMAT bei einem Hochschulabschluss außerhalb der Europäischen Union.
  4. Der Nachweis der studiengangsspezifischen Eignung im Rahmen eines Eignungsverfahrens nach Abs. 2.
  5. Ausländische Bewerberinnen und Bewerber, die ihre Studienqualifikation nicht an einer deutschsprachigen Bildungseinrichtung erworben haben, müssen vor Studienbeginn die für das Studium erforderlichen Kenntnisse der deutschen Sprache nachweisen. Für die Immatrikulation sind deutsche Sprachkenntnisse auf der Niveaustufe B2 des „Gemeinsamen europäischen Referenzrahmens für Sprachen“ nachzuweisen. Dies gilt nicht für Bewerberinnen und Bewerber der Studienrichtung Digital Technology Management.

<sup>2</sup>Die Vorsitzende bzw. der Vorsitzende der Prüfungskommission entscheidet, ob die Qualifikationsvoraussetzungen für das Studium erfüllt sind, insbesondere auch über die Gleichwertigkeit von Hochschulabschlüssen unter Beachtung von Art. 63 Abs. 1 BayHSchG. <sup>3</sup>Sie bzw. er kann diese Entscheidung auf einzelne Professorinnen und Professoren übertragen, die Lehr- und

Prüfungsaufgaben in der von der Studienbewerberin bzw. dem Studienbewerber gewählten Studienrichtung des Masterstudiengangs Betriebswirtschaft wahrnehmen.

- (2) <sup>1</sup>Das Eignungsverfahren erfolgt aufgrund der form- und fristgerechten elektronischen Anmeldung, der vorgelegten Bewerbungsunterlagen und eines Aufnahmegesprächs, dessen Inhalte die Prüfungskommission festlegt. <sup>2</sup>Das Aufnahmegespräch, das als Einzel- oder Gruppengespräch mit 30- bis 60-minütiger Dauer abgehalten wird, dient dazu, die besonderen qualitativen und quantitativen masterstudiengangsspezifischen zusätzlichen Anforderungen an die studiengangsspezifische Eignung zu überprüfen. <sup>3</sup>Dazu werden die Analyse- und Problemlösungskompetenz, die Methodenkompetenz sowie die Argumentations- und Kommunikationskompetenz abgeprüft. <sup>4</sup>Darüber hinaus wird das Verständnis fachspezifischer betriebswirtschaftlicher Konzepte anhand von Fragestellungen aus dem Bereich der Betriebswirtschaft insbesondere zu zukunftsweisenden Unternehmensentwicklungen beurteilt. <sup>5</sup>Es wird von jeweils mindestens zwei Professorinnen/zwei Professoren oder einer Professorin/einem Professor und einer wissenschaftlichen Mitarbeiterin/einem wissenschaftlichen Mitarbeiter oder einer Professorin/einem Professor und einer Lehrkraft für besondere Aufgaben, die von der Prüfungskommission bestellt werden und von denen mindestens eine/einer Lehr- und Prüfungsaufgaben in der von der Studienbewerberin/dem Studienbewerber gewählten Studienrichtung des Masterstudiengangs Betriebswirtschaft wahrnimmt, bewertet. <sup>6</sup>Das Eignungsverfahren ist bestanden, wenn das Aufnahmegespräch von beiden Prüfenden mit dem Prädikat „mit Erfolg abgelegt“ bewertet wird.
- (3) Das Ergebnis des Eignungsverfahrens wird den Studienbewerberinnen/Studienbewerbern i.d.R. spätestens einen Monat vor Studienbeginn bekannt gegeben.
- (4) Im Falle der Ablehnung ist die Bewerbung zu einem weiteren Termin möglich. Eine dritte Bewerbung ist ausgeschlossen.
- (5) <sup>1</sup>Über den Ablauf des Eignungsverfahrens ist eine Niederschrift zu fertigen, aus der Tag und Ort des Aufnahmegesprächs, dessen Inhalte, die Namen der Prüflinge und der Prüfenden sowie das Ergebnis hervorgehen müssen. <sup>2</sup>Die Niederschrift ist von den Prüfenden zu unterzeichnen.
- (6) Ein Anspruch darauf, dass der Masterstudiengang bei nicht ausreichender Zahl von Studienbewerberinnen/Studienbewerbern durchgeführt wird, besteht nicht.

### **§ 3**

#### **Beginn und Aufbau des Studiums**

- (1) <sup>1</sup>Der Beginn des Masterstudiums ist zum Wintersemester eines Studienjahres möglich. <sup>2</sup>Die Bewerbung um einen Studienplatz ist vom 02. Mai bis 31. Mai eines Jahres möglich.
- (2) Der Studiengang wird teilweise auch in englischer Sprache durchgeführt, weshalb englische Sprachkenntnisse auf dem Sprachniveau B2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen des Europarats bereits bei der Bewerbung vorliegen sollen.
- (3) Die Regelstudienzeit beträgt drei theoretische Studiensemester einschließlich der Masterarbeit.
- (4) <sup>1</sup>Folgende Studienrichtungen werden nach Maßgabe des Studienplans angeboten:
  - Applied Business Innovation
  - Finance & Accounting
  - Marketing Management
  - Digital Technology Management
  - Human Resource Management
  - Digital Sustainable Procurement & Supply Management

<sup>2</sup>Jede/jeder Studierende muss bei der Bewerbung die von ihr/ihm gewünschte Studienrichtung verbindlich wählen.

#### **§ 4 Nachholung von Leistungspunkten**

<sup>1</sup>Soweit die Studienbewerberinnen und Studienbewerber ein abgeschlossenes Hochschulstudium nachweisen, für das weniger als 210 Leistungspunkte (jedoch mindestens 180 Leistungspunkte) vergeben wurden, ist Voraussetzung für das Bestehen der Masterprüfung der Nachweis der fehlenden Leistungspunkte aus dem fachlich einschlägigen grundständigen Studienangebot der Hochschule für angewandte Wissenschaften München, aus neben dem Erststudium erbrachten zusätzlichen Studienleistungen (z.B. Zertifikate) oder durch die Anrechnung außerhochschulisch erworbener Berufserfahrung entsprechend der im Studienplan festgelegten Vorgaben der HM Business School der Hochschule München. <sup>2</sup>Näheres legt die Prüfungskommission fest. <sup>3</sup>Die fehlenden Leistungspunkte sind innerhalb von 12 Monaten nach Aufnahme des Studiums erfolgreich abzuleisten.

#### **§ 5 Vorrückensregelungen**

Zum Eintritt in das dritte Studiensemester ist nur berechtigt, wer in den Modulen des ersten und zweiten Studiensemesters mindestens 50 Leistungspunkte erworben hat.

#### **§ 6 Prüfungskommission**

Für den Masterstudiengang Betriebswirtschaft wird in der HM Business School eine Prüfungskommission gebildet, die aus der Studiendekanin/dem Studiendekan und vier weiteren Professorinnen und/oder Professoren besteht.

#### **§ 7 Masterarbeit**

- (1) <sup>1</sup>Das Thema der Masterarbeit kann frühestens nach dem Termin der Notenbekanntgabe des zweiten Semesters ausgegeben werden. <sup>2</sup>Voraussetzung für die Ausgabe des Themas ist der Erwerb von mindestens 50 Leistungspunkten. <sup>3</sup>Die Frist von der Themenausgabe bis zur Abgabe der Masterarbeit darf fünf Monate nicht überschreiten. <sup>4</sup>Für die Wiederholung einer nicht bestandenen Masterarbeit mit einem neuen Thema gilt Satz 3 entsprechend.
- (2) <sup>1</sup>Die Masterarbeit und das Masterkolloquium werden von zwei Professorinnen/Professoren der Hochschule München bewertet, von denen mindestens eine/einer an der HM Business School Lehr- und Prüfungsaufgaben in der entsprechenden Studienrichtung wahrnimmt. <sup>2</sup>Lehrkräfte für besondere Aufgaben und wissenschaftliche Mitarbeiterinnen/Mitarbeiter, die in Vollzeit in der HM Business School wirken, können Zweitprüferinnen/Zweitprüfer sein.

#### **§ 8 Bewertung von Prüfungen und Prüfungsgesamtergebnis**

<sup>1</sup>Für die Berechnung des Prüfungsgesamtergebnisses werden die Endnoten aller Module und die Note der Masterarbeit entsprechend ihrer Leistungspunkte gewichtet. <sup>2</sup>Das gemäß § 4 nachzuholende Praktikum wird im Masterprüfungszeugnis nachrichtlich aufgeführt, etwaige dabei erzielte Noten fließen nicht in die Berechnung des Prüfungsgesamtergebnisses ein.

**§ 9**  
**Akademischer Grad**

Aufgrund des erfolgreichen Abschlusses der Masterprüfung wird der akademische Grad „Master of Science“, Kurzform: „M.Sc“, verliehen.

**§ 10**  
**In-Kraft-Treten**

## Anhang: Modultabellen der sechs Studienrichtungen

### 1. Applied Business Innovation

1) Lfd. Nr.	2) Modultitel (Deutsch)	3) Modultitel (Englisch)	4) SWS	5) Leistungs- punkte	6) LV-Form	7) Prüfungsform und ggf. Gewichtung
M 1.1	Forschungsmethoden: Business Analytics durch Data Mining and Data Science	Research Methods: Business Analytics by Data Mining and Data Science	4	5	S	ModA (60%) und Präs (40%)
M 1.2	Business Development: Zum Management neuer Geschäftsfelder in ausländischen Märkten	Foresight and Uncertainty of Business Development in Foreign Markets	4	5	SU	ModA
M 1.3	Das Innovations-unternehmen: Strategie, Führung und Intrapreneurship	The Innovation Company: Strategy, Leadership and Intrapreneurship	4	5	S	ModA
M 1.4	Prozessinnovation: Modelle und Techniken zur digitalen Transformation	Process Innovation: Models and Techniques for Digital Transformation	4	5	S	ModA (80%) und Präs (20%)
M 1.5	Strategien und Instrumente des New Business Development	Strategies and Instruments for New Business Development	4	5	SU	ModA
M 1.6	Design Thinking: Zur Entwicklung von Innovationskompetenzen in Unternehmen	Innovation Competencies and Design Thinking Skills	4	5	SU	ModA (60%) und Präs (40%)
M 1.7	Forschungsprojekt: Open Innovation - Theorien und Konzepte	Research Project: Open Innovation - Theories and Concepts	4	5	SU	ModA (60%) und Präs (40%)
M 1.8	Innovation Global und Interkulturelle Zusammenarbeit	Global Innovation and Cross-Cultural Collaboration	4	5	SU	ModA oder Präs
M 1.9	Innovationsfinanzierung und Risikokapitalinvestitionen	Innovation Finance and Venture Capital Investment	4	5	SU	ModA oder schrP
M 1.10	Management agiler Innovationsprojekte in Unternehmen	Management of Agile Innovation Projects	4	5	SU	ModA
M 1.11	Business Development: Entwicklung und Messung von Innovationsprojekten	Business Development: Creating and Measuring Innovation Projects	4	5	SU	ModA
M 1.12	Recht und Marketing: Strategien zur Gründung neuer Innovationsunternehmen	Legal and Marketing Strategies for New Business Ventures	4	5	SU	ModA
M 1.13	Forschungsstudie: Innovationsmanagement und Zukunftsmanagement in Unternehmen	Research Study: Business Innovation and Future Foresight	4	5	SU	ModA
M 1.14	Co-Innovation: Praxisprojekt zur Entwicklung neuer Geschäftsideen	Co-Innovation Project: Company Case in Business Transformation	4	5	S	ModA
M 1.15	Masterarbeit	Master's Thesis		16		MA
M 1.16	Masterkolloquium	Oral Defense of Master's Thesis	2	4		Präs

## 2. Finance & Accounting

1) Lfd. Nr.	2) Modultitel (Deutsch)	3) Modultitel (Englisch)	4) SWS	5) Leistungspunkte	6) LV-Form	7) Prüfungsform und ggf. Gewichtung
M 2.1	Finanz- und Rechnungswesen: Forschungsmethoden und Data Science	Finance & Accounting: Research Methods and Data Science	4	5	SU	schrP
M 2.2	Europäische Geldpolitik	European Monetary Policy	4	5	SU	schrP
M 2.3	Führungs- und Veränderungsmanagement	Leadership and Change Management	4	5	SU	ModA
M 2.4	Financial Accounting	Financial Accounting	4	5	SU	ModA oder schrP
M 2.5	Finanzderivate und Risikomanagement	Financial Derivatives and Risk Management	4	5	SU	ModA oder schrP
M 2.6	Steuern	Taxation	4	5	S	ModA (80%) und Präs (20%)
M 2.7	Forschungsprojekt: Bankmanagement, Finanzwirtschaft, Rechnungswesen und Digitalisierung	Research Project: Banking, Finance, Accounting and Digitalization	4	5	S	ModA
M 2.8	Interkulturelle Kommunikation und Digitalisierung	Cross-cultural Communication and Digitalization	4	5	SU	schrP (50%) und Präs (50%)
M 2.9	Investment Banking	Investment Banking	4	5	SU	ModA oder schrP
M 2.10	Group Accounting, Transfer Pricing und Data Analytics	Group Accounting, Transfer Pricing and Data Analytics	4	5	S	ModA
M 2.11	Controlling und Reporting	Managerial Accounting	4	5	SU	ModA oder schrP
M 2.12	Asset Management	Asset Management	4	5	SU	ModA oder schrP
M 2.13	Treasury Management und Unternehmensfinanzierung	Treasury Management and Corporate Finance	4	5	SU	ModA oder schrP
M 2.14	Projektstudie/Transferprojekt: Audit & Assurance	Project Study/Transfer Project: Audit & Assurance	4	5	S	ModA
M 2.15	Masterarbeit	Master's Thesis		16		MA
M 2.16	Masterkolloquium	Oral Defense of Master's Thesis	2	4		Präs

### 3. Marketing Management

1) Lfd. Nr.	2) Modultitel (Deutsch)	3) Modultitel (Englisch)	4) SWS	5) Leistungspunkte	6) LV-Form	7) Prüfungsform und ggf. Gewichtung
M 3.1	Methoden und Projekte der Marktforschung	Marketing Research Methods and Projects	4	5	S	ModA
M 3.2	Ökonomische Länder- und Marktanalysen	Economic Analysis of Countries and Markets	4	5	SU	schrP oder ModA
M 3.3	Führung und Change Management	Leadership and Change Management	4	5	S	ModA
M 3.4	Kommunikationsmanagement und Konzeptentwicklung	Communication Management and Concept Development	4	5	SU	ModA
M 3.5	Markenmanagement	Brand Management	4	5	SU	ModA
M 3.6	Vertriebs- und Key Account Management für Industriegüter und -dienstleistungen	Sales and Key Account Management for Industrial Goods and Services	4	5	SU	ModA oder schrP (50%) und ModA (50%)
M 3.7	Forschungsprojekt: Internationales Marketing Management	Research Project: International Marketing Management	4	5	S	ModA
M 3.8	Interkulturelles Management und Verhandlung	Cross-cultural Management and Negotiation	4	5	SU	ModA oder Präs
M 3.9	Marketingentscheidungen & finanzielle Auswirkungen	Marketing Decisions & Financial Impacts	4	5	S	ModA
M 3.10	Sustainable new Business Development, Produktmanagement und Innovationsmanagement	Sustainable new Business Development, Product Management and Innovation Management	4	5	SU	ModA
M 3.11	Digital & Sustainable Consumer Behaviour Analysis	Digital & Sustainable Consumer Behaviour Analysis	4	5	SU	ModA
M 3.12	Kundenbeziehungsmanagement	Customer Relationship Management	4	5	SU	schrP oder ModA
M 3.13	Digital Commerce	Digital Commerce	4	5	S	ModA
M 3.14	Projektstudie: Strategisches Marketing- und Technologiemanagement im B2B Industriesegment	Project study: Strategic Marketing and Technology Management in B2B Industries	4	5	SU	ModA
M 3.15	Masterarbeit	Master's Thesis		16		MA
M 3.16	Masterkolloquium	Oral Defense of Master's Thesis	2	4		Präs

#### 4. Digital Technology Management

1) Lfd. Nr.	2) Modultitel (Deutsch)	3) Modultitel (Englisch)	4) SWS	5) Leistungspunkte	6) LV-Form	7) Prüfungsform und ggf. Gewichtung
M 4.1	Forschungsmethoden: Digitale Produkte, Prozesse und Systeme	Research Methods: Digital Products, Processes and Systems	4	5	S	ModA (80%) und Präs (20%)
M 4.2	Ökonomie der Digitalisierung	Economics of Digitization	4	5	SU	ModA
M 4.3	Interkulturelle Zusammenarbeit und Teamarbeit	Cross-cultural Communication and Management	4	5	SU	ModA oder Präs
M 4.4	Big Data und künstliche Intelligenz	Big Data and Artificial Intelligence	4	5	SU	ModA
M 4.5	Digitaler Handel & Technologie Marketing	Digital Commerce & Technology Marketing	4	5	S	ModA
M 4.6	Rechtsaspekte bei datengetriebenen Geschäftsmodellen	Legal Issues for Data-driven Business	4	5	S	ModA
M 4.7	Forschungsprojekt: Digitale Geschäftsentwicklung	Research Project: Digital Business Development	4	5	S	ModA
M 4.8	Finanzstrategien für das Management digitaler Technologien	Financial Strategies for Digital Technology Management	4	5	SU	ModA
M 4.9	Digitale Technologie: Führung und Ethik	Digital Technology: Leadership and Ethics	4	5	S	ModA
M 4.10	Digitale Technologie: Strategie und Organisation	Digital Technology: Strategy and Organization	4	5	SU	ModA
M 4.11	Agiles Management	Agile Management Practices	4	5	S	ModA
M 4.12	Design Thinking für die Entwicklung digitaler Technologien	Design Thinking for Digital Technology Development	4	5	S	ModA
M 4.13	Forschungsstudie: Herausforderungen im Management digitaler Technologien	Research Study: Challenges in Digital Technology Management	4	5	S	ModA (80%) und Präs (20%)
M 4.14	Co-Innovationsprojekt: Digitaler Business Case	Co-Innovation Project: Digital Business Case	4	5	S	ModA
M 4.15	Masterarbeit	Master's Thesis		16		MA
M 4.16	Masterkolloquium	Oral Defense of Master's Thesis	2	4		Präs

## 5. Human Resource Management

1) Lfd. Nr.	2) Modultitel (Deutsch)	3) Modultitel (Englisch)	4) SWS	5) Leistungspunkte	6) LV- Form	7) Prüfungsform und ggf. Gewichtung
M 5.1	Forschungsmethoden: Wissenschaftliche Methoden im HRM	Research Methods: Scientific Methods in HRM	4	5	SU	ModA
M 5.2	Arbeitsmarktökonomie	Labour Economics	4	5	SU	ModA oder schrP
M 5.3	Führung & Change Management	Leadership & Change Management	4	5	SU	ModA
M 5.4	Internationales Personalmanagement	International Human Resource Management	4	5	SU	ModA
M 5.5	Personalgewinnung & -auswahl	Recruiting & Selection	4	5	SU	ModA
M 5.6	Arbeitsrecht & HR-Digitalisierung	Labour Law & HR Digitalization	4	5	SU	ModA
M 5.7	Forschungsprojekt: Strategische Personal- und Organisationsentwicklung	Research Project: Strategic People & Organizational Development	4	5	SU	ModA
M 5.8	Interkulturelle Kommunikation & Verhandlung	Intercultural Communication & Negotiation	4	5	SU	Präs oder ModA
M 5.9	Leistung, Vergütung & Sozialleistungen	Performance, Compensation & Benefits	4	5	SU	ModA oder schrP
M 5.10	Nachhaltiges Personalmanagement & Wirtschaftsethik	Sustainable Human Resource Management & Business Ethics	4	5	SU	ModA
M 5.11	Personalcontrolling & Data Analytics	HR Controlling & Data Analytics	4	5	S	ModA oder schrP
M 5.12	Digitalisierung im HRM & Agile Zusammenarbeit	Digital HRM & Agile Cooperation	4	5	SU	ModA oder schrP

M 5.13	Strategisches Personalmanagement	Strategic HR Management	4	5	SU	Präs
M 5.14	Projekt: Aktuelle Themen in HRM	Project: Current topics in HRM	4	5	S	ModA oder schrP
M 5.15	Masterarbeit	Master's Thesis		16		MA
M 5.16	Masterkolloquium	Oral Defense of Master's Thesis	2	4		Präs

## 6. Digital Sustainable Procurement & Supply Management

1) Lfd. Nr.	2) Modultitel (Deutsch)	3) Modultitel (Englisch)	4) SWS	5) Leistungspunkte	6) LV-Form	7) Prüfungsform und ggf. Gewichtung
M 6.1	Forschungsmethoden im Operations & Supply Management	Research Methods Operations & Supply Management	4	5	SU	ModA und Präs
M 6.2	Nachhaltige internationale Wirtschaft & Beschaffung	Sustainable International Economics & Sourcing	4	5	SU	schrP
M 6.3	Führung im Einkauf	Leadership in Procurement	4	5	SU	ModA
M 6.4	Kernkonzepte der strategischen Beschaffung	Core Concepts in Strategic Procurement	4	5	SU	schrP oder ModA
M 6.5	Taktische & Operative Beschaffungsprozesse	Tactical & Operative Procurement Processes	4	5	SU	schrP oder ModA
M 6.6	Nachhaltiges Supply Chain Management	Sustainable Supply Chain Management	4	5	SU	schrP oder ModA
M 6.7	Forschungsprojekt: Trends in Einkauf & Supply Management	Research Project: Trends in Procurement & Supply Management	4	5	S	ModA
M 6.8	Interkulturelles Management & Verhandlung im Supply Management	Cross-cultural Management & Negotiation in Supply Management	4	5	SU	ModA oder Präs
M 6.9	Supply Chain Finance	Supply Chain Finance	4	5	SU	ModA und Präs
M 6.10	Industrielles Marketing & Technologiemanagement	Industrial Marketing & Technology Management	4	5	SU	schrP oder ModA oder Präs
M 6.11	Technischer Einkauf & Cost Engineering	Technical Procurement & Cost Engineering	4	5	SU	schrP oder ModA
M 6.12	Warengruppenmanagement	Category Management	4	5	SU	ModA
M 6.13	Wertschöpfungsstrategien & Geschäftsmodelle	Operations Strategies & Business Models	4	5	SU	ModA oder Präs
M 6.14	Anwendungen im Operations & Supply Management	Applications in Operations & Supply Management	4	5	S	ModA und Präs
M 6.15	Masterarbeit	Master's Thesis		16		MA
M 6.16	Masterkolloquium	Oral Defense of Master's Thesis	2	4		Präs