
VERKÜNDUNGSBLATT

DER FACHHOCHSCHULE SCHMALKALDEN – AMTLICHE BEKANNTMACHUNGEN

Nr. 5/2009

2. Dezember 2009

Inhalt

Inhaltsverzeichnis (Deckblatt).....	149
Dritte Änderung der Prüfungsordnung für den Studiengang Multimedia-Marketing (Bachelor) an der Fakultät Informatik der Fachhochschule Schmalkalden vom 12. November 2009.....	150
Zweite Änderung der Studienordnung für den Studiengang Multimedia-Marketing (Bachelor) an der Fakultät Informatik der Fachhochschule Schmalkalden vom 12. November 2009	151
Zweite Änderung der Prüfungsordnung für den Studiengang IT-Service-Management (Bachelor) an der Fakultät Informatik der Fachhochschule Schmalkalden vom 12. November 2009.....	157
Zweite Änderung der Studienordnung für den Studiengang IT-Service-Management (Bachelor) an der Fakultät Informatik der Fachhochschule Schmalkalden vom 12. November 2009.....	158

**Dritte Änderung der Prüfungsordnung
für den Studiengang Multimedia-Marketing (Bachelor)
an der Fakultät Informatik der Fachhochschule Schmalkalden**

Vom 12. November 2009

Gemäß §§ 3 Abs. 1, 34 Abs. 3 des Thüringer Hochschulgesetzes (ThürHG) vom 21. Dezember 2006 (GVBl. S. 601), zuletzt geändert durch Artikel 15 des Gesetzes vom 20. März 2009 (GVBl. S. 238) in Verbindung mit §§ 14 Abs. 1 Satz 2 Nr. 4, 19 Abs. 1 Satz 4 Nr. 4, 20 Abs. 1 Satz 2 der Grundordnung der Fachhochschule Schmalkalden vom 2. April 2008 (Amtsblatt des Thüringer Kultusministeriums Nr. 4/2008 S. 166) erlässt die Fachhochschule Schmalkalden folgende Änderung der Prüfungsordnung für den Bachelorstudiengang Multimedia Marketing (Verkündungsblatt 2/2009 S. 38) zuletzt geändert durch die im Verkündungsblatt der Fachhochschule Schmalkalden Nr. 4/2009 S. 138 veröffentlichte Zweite Änderung; der Rat der Fakultät Informatik hat am 8. September 2009 die Änderung der Prüfungsordnung beschlossen; die Zentrale Studienkommission der Fachhochschule Schmalkalden hat am 14. Oktober 2009 der Änderung der Prüfungsordnung zugestimmt.

Der Rektor der Fachhochschule Schmalkalden hat mit Erlass vom 12. November 2009 die Änderung genehmigt.

1. § 22 Abs. 1 wird wie folgt gefasst:

„Die Fachprüfungen erfolgen in den Prüfungsgebieten:

Marketing (MA)
Kommunikation (KO)
Multimedia- und Kommunikationssysteme (MK)
Unternehmensführung (UF)
Anwendungssysteme (AS)
Datenbanksysteme (DB).“

2. Diese Änderung der Prüfungsordnung tritt am ersten Tage des auf ihre Bekanntmachung im Verkündungsblatt der Fachhochschule Schmalkalden folgenden Monats in Kraft. Sie gilt erstmals für Studierende, die ihr Studium zum Wintersemester 2009/10 im ersten Fachsemester aufgenommen haben. Die Regelungen für den zweiten Studienabschnitt gelten für alle im Studiengang Multimedia Marketing immatrikulierten Studierenden.

Schmalkalden, den 12. November 2009

Der Rektor
Prof. Dr. Elmar Heinemann

**Zweite Änderung der Studienordnung
für den Studiengang Multimedia-Marketing (Bachelor)
an der Fakultät Informatik der Fachhochschule Schmalkalden**

Vom 12. November 2009

Gemäß §§ 3 Abs. 1, 34 Abs. 3 des Thüringer Hochschulgesetzes (ThürHG) vom 21. Dezember 2006 (GVBl. S. 601), zuletzt geändert durch Artikel 15 des Gesetzes vom 20. März 2009 (GVBl. S. 238) in Verbindung mit §§ 14 Abs. 1 Satz 2 Nr. 4, 19 Abs. 1 Satz 4 Nr. 4, 20 Abs. 1 Satz 2 der Grundordnung der Fachhochschule Schmalkalden vom 2. April 2008 (Amtsblatt des Thüringer Kultusministeriums Nr. 4/2008 S. 166) erlässt die Fachhochschule Schmalkalden folgende Änderung der Studienordnung für den Bachelorstudiengang Multimedia Marketing (Verköndungsblatt 2/2009 S. 48) zuletzt geändert durch die im Verköndungsblatt der Fachhochschule Schmalkalden Nr. 4/2009 S. 139 veröffentlichte Erste Änderung; der Rat der Fakultät Informatik hat am 8. September 2009 die Änderung der Studienordnung beschlossen; die Zentrale Studienkommission der Fachhochschule Schmalkalden hat am 14. Oktober 2009 der Änderung der Studienordnung zugestimmt.

Der Rektor der Fachhochschule Schmalkalden hat mit Erlass vom 12. November 2009 die Änderung genehmigt.

1. § 3 wird wie folgt geändert:

a) Abs. 1 wird wie folgt gefasst:

„Das Studium des Multimedia Marketing soll zur Ausübung von Berufen in informationstechnisch geprägten, vornehmlich auf die Online-Kommunikation und die Geschäftsabwicklung im Internet ausgerichteten neuen Aufgabenfelder des Marketing befähigen. Es sollen Fähigkeiten vermittelt werden, die im Rahmen der marktgerichteten Planung, Gestaltung, Realisierung und der Erfolgsbewertung von multimedialen Inhalten und internetbasierten Austauschprozessen genutzt werden können. Da sich diese Aufgaben an der Schnittstelle von Anforderungen der Zielgruppen, der unternehmerischen Marktbearbeitungsstrategie, wirtschaftlicher Ziele und der informationstechnischen Möglichkeiten bewegen, zielt das Studium darauf ab, ein spezifisches interdisziplinäres Fachwissen zu vermitteln. Hierfür werden Inhalte aus den Bereichen Marktforschung, Marketing und Kommunikation, der Betriebswirtschaftslehre und des Controlling gelehrt. Es wird aber auch ein Fachwissen in der Programmierung, des Datenbankmanagements, der Anwendungssysteme sowie weiterer Teilgebiete der Informatik/Wirtschaftsinformatik aufgebaut. Das Curriculum zielt ergänzend auf die Verbesserung der Fremdsprachenkenntnisse in Englisch und den Aufbau weiterer Schlüsselkompetenzen ab, um den kommunikativen Ansprüchen der zunehmend international agierenden Marketingexperten im Bereich interaktiver Medien Rechnung zu tragen. Ein vorgeschriebenes Pflichtpraktikum soll die praxisbezogene Anwendung des Erlernten sicherstellen. Alternativ zum Praxissemester können die Studierenden auch im Rahmen eines Auslandsstudiums ihre Fremdsprachenkenntnisse vertiefen und interkulturelle Erfahrungen sammeln.“

b) Abs. 2 Satz 1 wird wie folgt gefasst:

„Die Lehrveranstaltungen des 1. Studienabschnittes vermitteln ein Basiswissen im Bereich des Marketing, der Kommunikation, der Betriebswirtschaftslehre, der Informatik und der Wirtschaftsinformatik.“

2. § 4 wird wie folgt geändert:

a) In Abs. 1 Satz 1 wird die Angabe „8“ durch „6“ ersetzt.

b) Abs. 3 Satz 1 wird wie folgt gefasst:

„Der 2. Studienabschnitt umfasst dabei folgende Prüfungsgebiete:

Marketing (MA)
Kommunikation (KO)
Unternehmensführung (UF)
Multimedia- und Kommunikationssysteme (MK)
Anwendungssysteme (AS)
Datenbanksysteme (DB).“

c) Abs. 4 Satz 2 wird wie folgt gefasst:

„Die Pflichtmodule:

Marketing (MA)
Kommunikation (KO)
Unternehmensführung (UF)
Multimedia- und Kommunikationssysteme (MK)
Anwendungssysteme (AS)
Datenbanksysteme (DB)

sind den gleichlautenden Prüfungsgebieten zugeordnet.“

- d) Abs. 4 Satz 4 wird wie folgt gefasst:
 „Darüber hinaus umfasst er die folgenden Pflicht-Vertiefungsgebiete:
 zwei Module aus Vertiefung Marketing I, II und III,
 zwei Module aus Vertiefung Multimedia- und Kommunikationssysteme I, II und III.“

3. Anlage 2 wird wie folgt gefasst:

Multimedia Marketing

Anlage 2: Studienprogramm

1. Studienabschnitt

Modulbezeichnung / Lehrveranstaltung	Kreditpunkte	Präsenzzeit
Modul 1: Mathematische Grundlagen	8 CP	6 SWS
Modul 2: Grundlagen der Informationsverarbeitung	9 CP	8 SWS
Einführung in die Wirtschaftsinformatik	5 CP	4 SWS
Serviceorientierte Architekturen	4 CP	4 SWS
Modul 3: Programmierung	10 CP	8 SWS
Programmierung I	5 CP	4 SWS
Programmierung II	5 CP	4 SWS
Modul 4: Betriebswirtschaftslehre/Marketing	29 CP	24 SWS
BWL I	5 CP	4 SWS
BWL II	5 CP	4 SWS
Rechnungswesen	8 CP	6 SWS
Grundlagen des Marketing	5 CP	4 SWS
Grundlagen der Kommunikation	3 CP	3 SWS
Marktforschung/Statistik	3 CP	3 SWS
Modul 5: Einführung in das Wirtschaftsrecht	2 CP	2 SWS
Modul 6: Englisch	2 CP	2 SWS
Summe	60 CP	50 SWS

4. Anlage 3 wird wie folgt gefasst:

Multimedia Marketing

Anlage 3: Studienprogramm

2. Studienabschnitt

Modulbezeichnung	Kreditpunkte
Pflichtmodule der Vertiefungsgebiete	
Marketing	5 CP
Kommunikation	5 CP
Multimedia- und Kommunikationssysteme	5 CP
Unternehmensführung	5 CP
Anwendungssysteme	5 CP
Datenbanksysteme	5 CP
Pflichtmodule	
Projektmanagement	5 CP
Software Engineering	5 CP
IT-Sicherheit und Datenschutz	5 CP
Multimedia Marketing Projekt	5 CP
Marketing-Planspiel	3 CP
Schlüsselqualifikation: Präsentationstechnik	2 CP
2 Module aus den beiden Pflicht-Vertiefungsgebieten	
Marketingvertiefung	10 CP
Multimedia- und Kommunikationssysteme	10 CP
2 Module aus dem Wahlpflicht-Vertiefungsgebiet	
Kommunikation	
Unternehmensführung	
Datenbanksysteme	
Anwendungssysteme	
Wahlmodul Schlüsselqualifikationen	3 CP
Praxismodul	20 CP
Bachelorarbeit	12 CP
Gesamtsumme	120 CP

5. Anlage 4 wird wie folgt gefasst:

Multimedia Marketing

Anlage 4:

Empfehlung zur zeitlichen Aufteilung des Studiums, welche die Einhaltung der Regelstudienzeit gewährleistet

1. Studienabschnitt

Modulbezeichnung	1	2
Mathematische Grundlagen	5 CP 3+1 SWS	3 CP 2+0 SWS
Grundlagen der Informationsverarbeitung		
Einführung in die Wirtschaftsinformatik	5 CP 3+1 SWS	
Serviceorientierte Architekturen		4 CP 3+1 SWS
Programmierung		
Programmierung I	5 CP 2+2 SWS	
Programmierung II		5 CP 2+2 SWS
Betriebswirtschaftslehre/Marketing		
BWL I und II	5 CP 4+0 SWS	5 CP 3+1 SWS
Rechnungswesen	3 CP 2+0 SWS	5 CP 4+0 SWS
Grundlagen des Marketing		5 CP 3+1 SWS
Grundlagen der Kommunikation		3 CP 3+0 SWS
Marktforschung/Statistik	3 CP 2+1 SWS	
Einführung in das Wirtschaftsrecht	2 CP 2+0 SWS	
Englisch	2 CP 2+0 SWS	
Summe	30 CP/ 25 SWS	30 CP/ 25 SWS

6. Anlage 5 wird wie folgt gefasst:

Multimedia Marketing

Anlage 5:

Empfehlung zur zeitlichen Aufteilung des Studiums, welche die Einhaltung der Regelstudienzeit gewährleistet

2. Studienabschnitt

Modulbezeichnung	Semester			
	3 SWS (CP)	4 SWS (CP)	5 SWS (CP)	6 SWS (CP)
Pflichtmodule der Vertiefungsgebiete				
Marketing	3+1 (5)			
Kommunikation	3+1 (5)			
Unternehmensführung	3+1 (5)			
Multimedia- und Kommunikationssysteme	3+1 (5)			
Anwendungssysteme	3+1 (5)			
Datenbanksysteme	3+1 (5)			
Pflichtmodule				
Projektmanagement		4+0 (5)		
Software Engineering		4+0 (5)		
IT-Sicherheit und Datenschutz			4+0 (5)	
Multimedia Marketing Projekt			1+2 (5)	
Marketing-Planspiel		0+2 (3)		
Schlüsselqualifikation: Präsentationstechnik		1+1 (2)		
2 Module aus den beiden Pflicht-Vertiefungsgebieten				
Marketing		3+1 (5)		4+0 (5)
Multimedia- und Kommunikationssysteme		3+1 (5)		3+1 (5)
2 Module aus dem Wahlpflicht-Vertiefungsgebiet		3+1/2+2 (5)		3+1/2+2 (5)
Kommunikation				
Unternehmensführung				
Anwendungssysteme				
Datenbanksysteme				
Wahlmodul aus dem Bereich Schlüsselqualifikationen				2+0 (3)
Praxismodul			20 CP	
Bachelorarbeit				12 CP
Summe SWS	24	24	7 + Praxis	14 + Thesis
Summe CP	30 CP	30 CP	30 CP	30 CP

7. Anlage 6 wird wie folgt gefasst:

Multimedia Marketing

Anlage 6: Wahlpflichtmodule der Vertiefungsgebiete

Die nachfolgende Liste enthält mögliche Wahlpflichtmodule und ihre Zuordnung zu den Vertiefungsgebieten, aus der das jeweilige Angebot zusammengestellt wird.

	MA	KO	UF	MK	AS	DBS
Marketing I	x					
Marketing II	x					
Marketing III	x					
Kommunikation – Vertiefung I		x				
Kommunikation – Vertiefung II		x				
Kommunikation – Vertiefung III		x				
Unternehmensführung – Vertiefung I			x			
Unternehmensführung – Vertiefung II			x			
Unternehmensführung – Vertiefung III			x		x	
Multimedia- und Kommunikationssysteme I				x		
Multimedia- und Kommunikationssysteme II				x		
Multimedia- und Kommunikationssysteme III				x		
Anwendungssysteme – Vertiefung I					x	
Anwendungssysteme – Vertiefung II					x	
Anwendungssysteme – Vertiefung III					x	
Datenbanksysteme – Vertiefung I						x
Datenbanksysteme – Vertiefung II						x
Datenbanksysteme – Vertiefung III				x		x

Jedes Modul umfasst 5 CP.

Legende:

MA: Marketing
 KO: Kommunikation
 UF: Unternehmensführung
 MK: Multimedia- und Kommunikationssysteme
 AS: Anwendungssysteme
 DBS: Datenbanksysteme

8. In Anlage 7 Abs. 4 Satz 3 wird das Wort „zum“ durch „zu“ ersetzt.

9. Diese Änderung der Studienordnung tritt am ersten Tage des auf ihre Bekanntmachung im Verkündungsblatt der Fachhochschule Schmalkalden folgenden Monats in Kraft. Sie gilt erstmals für Studierende, die ihr Studium zum Wintersemester 2009/10 im ersten Fachsemester aufgenommen haben. Die Regelungen für den zweiten Studienabschnitt gelten für alle im Studiengang Multimedia Marketing immatrikulierten Studierenden.

Schmalkalden, den 12. November 2009

Der Rektor
 Prof. Dr. Elmar Heinemann

**Zweite Änderung der Prüfungsordnung
für den Studiengang IT-Servicemanagement (Bachelor)
an der Fakultät Informatik der Fachhochschule Schmalkalden**

Vom 12. November 2009

Gemäß §§ 3 Abs. 1, 34 Abs. 3 des Thüringer Hochschulgesetzes (ThürHG) vom 21. Dezember 2006 (GVBl. S. 601), zuletzt geändert durch Artikel 15 des Gesetzes vom 20. März 2009 (GVBl. S. 238) in Verbindung mit §§ 14 Abs. 1 Satz 2 Nr. 4, 19 Abs. 1 Satz 4 Nr. 4, 20 Abs. 1 Satz 2 der Grundordnung der Fachhochschule Schmalkalden vom 2. April 2008 (Amtsblatt des Thüringer Kultusministeriums Nr. 4/2008 S. 166) erlässt die Fachhochschule Schmalkalden folgende Änderung der Prüfungsordnung für den Bachelorstudiengang IT-Servicemanagement (Verkündungsblatt 2/2009 S. 59) zuletzt geändert durch die im Verkündungsblatt der Fachhochschule Schmalkalden Nr. 3/2009 S. 120 veröffentlichte Erste Änderung; der Rat der Fakultät Informatik hat am 8. September 2009 die Änderung der Prüfungsordnung beschlossen; die Zentrale Studienkommission der Fachhochschule Schmalkalden hat am 14. Oktober 2009 der Änderung der Prüfungsordnung zugestimmt.

Der Rektor der Fachhochschule Schmalkalden hat mit Erlass vom 12. November 2009 die Änderung genehmigt.

1. In § 22 Abs. 1 wird die Angabe „Marketing (MA)“ gestrichen.
2. § 25 Abs. 1 wird wie folgt geändert:
 - a) Satz 3 wird wie folgt gefasst: „Die Noten der drei Fachprüfungen in den gemäß § 22 Abs. 2 und 3 Satz 1 belegten Vertiefungsgebieten gehen mit jeweils 25% in die Fachprüfungsgesamtnote ein.“
 - b) Satz 4 wird wie folgt gefasst: „Die Noten der restlichen zwei Fachprüfungen gehen mit jeweils 12,5% in die Fachprüfungsgesamtnote ein.“
3. Diese Änderung der Prüfungsordnung tritt am ersten Tage des auf ihre Bekanntmachung im Verkündungsblatt der Fachhochschule Schmalkalden folgenden Monats in Kraft. Sie gilt erstmals für Studierende, die ihr Studium zum Wintersemester 2009/10 im ersten Fachsemester aufgenommen haben. Die Regelungen für den zweiten Studienabschnitt gelten für alle im Studiengang IT-Servicemanagement immatrikulierten Studierenden.

Schmalkalden, den 12. November 2009

Der Rektor
Prof. Dr. Elmar Heinemann

**Zweite Änderung der Studienordnung
für den Studiengang IT-Servicemanagement (Bachelor)
an der Fakultät Informatik der Fachhochschule Schmalkalden**

Vom 12. November 2009

Gemäß §§ 3 Abs. 1, 34 Abs. 3 des Thüringer Hochschulgesetzes (ThürHG) vom 21. Dezember 2006 (GVBl. S. 601), zuletzt geändert durch Artikel 15 des Gesetzes vom 20. März 2009 (GVBl. S. 238) in Verbindung mit §§ 14 Abs. 1 Satz 2 Nr. 4, 19 Abs. 1 Satz 4 Nr. 4, 20 Abs. 1 Satz 2 der Grundordnung der Fachhochschule Schmalkalden vom 2. April 2008 (Amtsblatt des Thüringer Kultusministeriums Nr. 4/2008 S. 166) erlässt die Fachhochschule Schmalkalden folgende Änderung der Studienordnung für den Bachelorstudiengang IT-Servicemanagement (Verköndungsblatt 2/2009 S. 69) zuletzt geändert durch die im Verköndungsblatt der Fachhochschule Schmalkalden Nr. 4/2009 S. 140 veröffentlichte Erste Änderung; der Rat der Fakultät Informatik hat am 8. September 2009 die Änderung der Studienordnung beschlossen; die Zentrale Studienkommission der Fachhochschule Schmalkalden hat am 14. Oktober 2009 der Änderung der Studienordnung zugestimmt.

Der Rektor der Fachhochschule Schmalkalden hat mit Erlass vom 12. November 2009 die Änderung genehmigt.

1. § 4 wird wie folgt geändert:

- a) In Abs. 1 Satz 1 wird die Angabe „8“ durch „7“ ersetzt.
- b) In Abs. 2 wird die Angabe „zwei Wahlfächer, davon eines aus dem Bereich Schlüsselqualifikationen“ ersetzt durch „ein Wahlfach aus dem Bereich Schlüsselqualifikationen“.
- c) In Abs. 3 Satz 1 wird die Angabe „Marketing (MA)“ gestrichen.
- d) Abs. 4 wird wie folgt geändert:
 - aa) In Satz 2 wird die Angabe „Marketing (MA)“ gestrichen.
 - bb) Satz 4 wird wie folgt gefasst: „Darüber hinaus umfasst er die folgenden Pflicht-Vertiefungsgebiete:
zwei Module aus Vertiefung IT-Service- und Informationsmanagement I, II und III,
zwei Module aus Vertiefung Anwendungssysteme I, II und III.“
- e) Abs. 6 wird wie folgt gefasst: „Der Wahlbereich umfasst Wahlmodule aus dem Bereich der Schlüsselqualifikationen im Umfang von 3 Kreditpunkten.“

2. In Anlage 1 Satz 2 wird die Angabe „50“ durch „55“ sowie die Angabe „8“ durch „3“ ersetzt.

3. Anlage 2 wird wie folgt gefasst:

IT-Servicemanagement

Anlage 2: Studienprogramm

1. Studienabschnitt

Modulbezeichnung / Lehrveranstaltung	Kreditpunkte	Präsenzzeit
Modul 1: Mathematische Grundlagen	8 CP	6 SWS
Modul 2: Grundlagen der Informationsverarbeitung	9 CP	8 SWS
Einführung in die Wirtschaftsinformatik	5 CP	4 SWS
Serviceorientierte Architekturen	4 CP	4 SWS
Modul 3: Programmierung	10 CP	8 SWS
Programmierung I	5 CP	4 SWS
Programmierung II	5 CP	4 SWS
Modul 4: Betriebswirtschaftslehre	23 CP	19 SWS
BWL I	5 CP	4 SWS
BWL II	5 CP	4 SWS
Rechnungswesen	8 CP	7 SWS
Grundlagen des Marketing	5 CP	4 SWS
Modul 5: Einführung in IT- und Wirtschaftsrecht	5 CP	4 SWS
Modul 6: Statistik und Qualitätsmanagement	3 CP	2 SWS
Modul 7: Englisch	2 CP	2 SWS
Summe	60 CP	49 SWS

4. Anlage 3 wird wie folgt gefasst:

IT-Servicemanagement

Anlage 3: Studienprogramm

2. Studienabschnitt

Modulbezeichnung	Kreditpunkte
Pflichtmodule der Vertiefungsgebiete	
IT-Service- und Informationsmanagement	5 CP
Multimedia- und Kommunikationssysteme	5 CP
Unternehmensführung	5 CP
Anwendungssysteme	5 CP
Datenbanksysteme	5 CP
Pflichtmodule	
Service-Engineering/Service- und Dienstleistungsmanagement	5 CP
Projektmanagement	5 CP
Software Engineering	5 CP
IT-Sicherheit und Datenschutz	5 CP
TOPSIM-Unternehmensplanspiel	3 CP
Qualifikationskurs CoBIT Practitioner und ITIL V3 Foundation Zertifizierung	5 CP
Schlüsselqualifikation: Präsentationstechnik	2 CP
2 Module aus den beiden Pflicht-Vertiefungsgebieten	
IT-Service- und Informationsmanagement	10 CP
Anwendungssysteme	10 CP
2 Module aus dem Wahlpflicht-Vertiefungsgebiet	
Unternehmensführung	
Datenbanksysteme	
Multimedia- und Kommunikationssysteme	
Wahlmodul Schlüsselqualifikationen	3 CP
Praxismodul	20 CP
Bachelorarbeit	12 CP
Gesamtsumme	120 CP

5. Anlage 4 wird wie folgt gefasst:

IT-Servicemanagement

Anlage 4:

Empfehlung zur zeitlichen Aufteilung des Studiums, welche die Einhaltung der Regelstudienzeit gewährleistet

1. Studienabschnitt

Modulbezeichnung	1	2
Mathematische Grundlagen	5 CP 3+1 SWS	3 CP 2+0 SWS
Grundlagen der Informationsverarbeitung		
Einführung in die Wirtschaftsinformatik	5 CP 3+1 SWS	
Serviceorientierte Architekturen		4 CP 3+1 SWS
Programmierung		
Programmierung I	5 CP 2+2 SWS	
Programmierung II		5 CP 2+2 SWS
Betriebswirtschaftslehre		
BWL I und II	5 CP 4+0 SWS	5 CP 3+1 SWS
Rechnungswesen	3 CP 2+0 SWS	5 CP 4+1 SWS
Grundlagen des Marketing		5 CP 3+1 SWS
Einführung in IT- und Wirtschaftsrecht	5 CP 3+1 SWS	
Statistik und Qualitätsmanagement		3 CP 1+1 SWS
Englisch	2 CP 2+0 SWS	
Summe	30 CP/ 24 SWS	30 CP/ 25 SWS

6. Anlage 5 wird wie folgt gefasst:

IT-Servicemanagement

Anlage 5:

Empfehlung zur zeitlichen Aufteilung des Studiums, welche die Einhaltung der Regelstudienzeit gewährleistet

2. Studienabschnitt

Modulbezeichnung	Semester			
	3 SWS (CP)	4 SWS (CP)	5 SWS (CP)	6 SWS (CP)
Pflichtmodule der Vertiefungsgebiete				
IT-Service- und Informationsmanagement	3+1 (5)			
Multimedia- und Kommunikationssysteme	3+1 (5)			
Unternehmensführung	3+1 (5)			
Anwendungssysteme	3+1 (5)			
Datenbanksysteme	3+1 (5)			
Pflichtmodule				
Service-Engineering/Service- und Dienstleistungsmanagement		3+1 (5)		
Projektmanagement		4+0 (5)		
Software Engineering		4+0 (5)		
IT-Sicherheit und Datenschutz			4+0 (5)	
TOPSIM-Unternehmensplanspiel	0+2 (3)			
Qualifikationskurs CoBIT Practitioner und ITIL V3 Foundation Zertifizierung			3+1 (5)	
Schlüsselqualifikation: Präsentationstechnik	1+1 (2)			
2 Module aus den beiden Pflicht-Vertiefungsgebieten				
IT-Service- und Informationsmanagement		3+1 (5)		3+1 (5)
Anwendungssysteme		3+1 (5)		3+1 (5)
2 Module aus dem Wahlpflicht-Vertiefungsgebiet		3+1/2+2 (5)		3+1/2+2 (5)
Unternehmensführung				
Datenbanksysteme				
Multimedia- und Kommunikationssysteme				
1 Wahlmodul aus dem Bereich Schlüsselqualifikationen				2+0 (3)
Praxismodul			20 CP	
Bachelorarbeit				12 CP
Summe SWS	24	24	8 + Praxis	14 + Thesis
Summe CP	30 CP	30 CP	30 CP	30 CP

7. Anlage 6 wird wie folgt gefasst:

IT-Servicemanagement

Anlage 6: Wahlpflichtmodule der Vertiefungsgebiete

Die nachfolgende Liste enthält mögliche Wahlpflichtmodule und ihre Zuordnung zu den Vertiefungsgebieten, aus der das jeweilige Angebot zusammengestellt wird.

	MK	UF	AS	DBS	ITSM
Multimedia- und Kommunikationssysteme I	x				
Multimedia- und Kommunikationssysteme II	x				
Multimedia- und Kommunikationssysteme III	x				
Unternehmensführung – Vertiefung I		x			
Unternehmensführung – Vertiefung II		x			
Unternehmensführung – Vertiefung III		x			
Anwendungssysteme – Vertiefung I			x		
Anwendungssysteme – Vertiefung II			x		
Anwendungssysteme – Vertiefung III		x	x		
Datenbanksysteme – Vertiefung I				x	
Datenbanksysteme – Vertiefung II				x	
Datenbanksysteme – Vertiefung III				x	
IT-Service- und Informationsmanagement Vertiefung I					x
IT-Service- und Informationsmanagement Vertiefung II					x
IT-Service- und Informationsmanagement Vertiefung III			x		x

Jedes Modul umfasst 5 CP.

Legende:

- MK: Multimedia- und Kommunikationssysteme
- UF: Unternehmensführung
- AS: Anwendungssysteme
- DBS: Datenbanksysteme
- ITSM: IT-Service- und Informationsmanagement

8. In Anlage 7 Abs.1 Satz 1 wird die Angabe „Multimedia Marketings“ durch „IT-Servicemanagement“ ersetzt.

9. Diese Änderung der Studienordnung tritt am ersten Tage des auf ihre Bekanntmachung im Verkündungsblatt der Fachhochschule Schmalkalden folgenden Monats in Kraft. Sie gilt erstmals für Studierende, die ihr Studium zum Wintersemester 2009/10 im ersten Fachsemester aufgenommen haben. Die Regelungen für den zweiten Studienabschnitt gelten für alle im Studiengang IT-Servicemanagement immatrikulierten Studierenden.

Schmalkalden, den 12. November 2009

Der Rektor
Prof. Dr. Elmar Heinemann