

# Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde (FH) Fachbereich Nachhaltige Wirtschaft

## STUDIEN- und PRÜFUNGSORDNUNG für den Studiengang Marketing-Management („Master of Arts“)

gültig ab Wintersemester 2012/13

Aufgrund von § 8 Absatz 6 Satz 2, § 18 Absatz 2 Satz 1 und § 21 Absatz 2 Satz 1 in Verbindung mit § 70 Absatz 2 Satz 1 Ziffer 1 des Gesetzes über die Hochschulen des Landes Brandenburg (Brandenburgisches Hochschulgesetz - BbgHG) vom 18. Dezember 2008 (GVBl. I/08, Nr. 17, S. 318 ff.), zuletzt geändert durch Artikel 1 des Gesetzes zur Änderung des Brandenburgischen Hochschulgesetzes vom 26.10.2010 (GVBl. I/10, Nr. 35, S. 1), hat der Fachbereichsrat des Fachbereichs Nachhaltige Wirtschaft der HNE Eberswalde am 11.04.2012 folgende Studien- und Prüfungsordnung erlassen.

### § 1 Geltungsbereich

Diese Ordnung regelt und spezifiziert, basierend auf der Rahmenstudien- und Rahmenprüfungsordnung der Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde (FH), Ziel, Inhalt, Aufbau und Ablauf des Hochschulstudiums sowie die Prüfungsmodalitäten zum *Master of Arts* in dem 4-semesterigen Studiengang *Marketing-Management*. Sie wird ergänzt durch das Curriculum sowie die Modulbeschreibungen.

### § 2 Gegenstand und Ziel des Studienganges

Der Masterstudiengang *Marketing-Management* baut inhaltlich auf den grundständigen Bachelor-Studiengängen wirtschaftswissenschaftlicher Hochschulabschlüsse auf und hat zum Ziel, den Studierenden eine anwendungsorientierte Managementausbildung zu vermitteln.

### § 3 Studienziele

Der Masterstudiengang *Marketing-Management* vermittelt analytische, betriebswirtschaftliche Kompetenz, Methoden- und Sozialkompetenzen sowie die Fähigkeit, Führungswissen und Füh-

nungstechniken im Rahmen der Kundenorientierung und Marktorientierung als Leitkonzept der Unternehmensführung anzuwenden.

Die im Studiengang erworbenen Kenntnisse befähigen die Absolventen zur Übernahme qualifizierter Fach- und Führungsaufgaben im Bereich des Marketing-Managements und ermöglichen die Leitung oder die Mitarbeit in komplexen Projekten. Die Absolventen sind auf die Übernahme von Verantwortung und Führungsaufgaben vorbereitet.

#### **§ 4 Konsekutivität**

Der Studiengang ist ein konsekutives Angebot für grundständige Studiengänge der Fachrichtung Wirtschaftswissenschaften.

#### **§ 5 Bewerbung und Zugangsvoraussetzungen**

- (1) Das Studium beginnt jeweils zum Wintersemester.
- (2) Bewerber/innen mit einem maßgeblichen Abschluss einer deutschen Hochschule, können sich bis zum 15. Juli des jeweiligen Jahres direkt bei der HNE Eberswalde bewerben.

Die Zulassung kann auch beantragt werden, wenn der Bachelorabschluss wegen Fehlens einzelner Prüfungsleistungen noch nicht vorliegt, jedoch zu erwarten ist, dass er rechtzeitig zu Beginn des Masterstudiums erlangt wird. Bewerber/innen können sich mit der Durchschnittsnote bewerben, die aufgrund der bisherigen Prüfungsleistungen ermittelt wird. Das Ergebnis der Bachelorarbeit bleibt insofern unbeachtet. Die Durchschnittsnote muss mindestens den Prüfungsleistungen für 150 ECTS entsprechen. Durchschnittsnote und voraussichtliches Studienende müssen durch die Hochschule des Bewerbers bzw. der Bewerberin bestätigt werden. Die Zulassung wird unter dem Vorbehalt ausgesprochen, dass der Bachelorabschluss bzw. eine Bestätigung der Hochschule, dass alle Prüfungsleistungen absolviert wurden, zum Vorlesungsbeginn des Masterstudiums vorgelegt wird. Wird der Nachweis nicht fristgerecht geführt, erlischt die Zulassung.

- (3) Alle Bewerber/innen mit einem maßgeblichen Abschluss einer ausländischen Hochschule, können sich bis zum 1. Mai des jeweiligen Jahres bewerben. Diese Studienbewerbungen durchlaufen eine externe und kostenpflichtige Vorprüfung durch *uni-assist e.V.* (Arbeits- und Servicestelle für internationale Studienbewerbungen e.V.; <http://www.uni-assist.de>). Die Be-

werbung ist direkt an *uni-assist e.V.* zu richten. Ausgenommen von der Prüfungspflicht durch *uni-assist e.V.* sind Bewerbungen von Absolventen von Partnerhochschulen, mit denen Kooperationsvereinbarungen bestehen.

- (4) Welche Informationen und Dokumente der Bewerbung beizufügen sind, ist der Immatrikulationsordnung der HNEE zu entnehmen.
- (5) Zugangsvoraussetzung ist ein erster berufsqualifizierender Hochschulabschluss mit mindestens 180 ECTS auf dem Gebiet der Wirtschaftswissenschaften oder in einem Studiengang mit wirtschaftlichem Halbbanteil (z.B. Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsingenieurwesen). Es sind mindestens 90 ECTS aus dem Bereich betrieblicher Kernmodule des Bachelor-Grundlagenstudiums nachzuweisen. Zu den relevanten Studienmodulen zählen unter anderem Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Volkswirtschaftslehre, Rechnungswesen, Steuerlehre, Mathematik, Statistik, Wirtschafts- und Unternehmensrecht, Personalwirtschaft, Controlling, Marketing, Marktforschung, Unternehmensführung.

In Zweifelsfällen und wenn der Abschluss des Bewerbers bzw. der Bewerberin nicht auf dem ECTS-System basiert, entscheidet der Prüfungsausschuss nach Rücksprache mit der Studiengangsleitung über die Anerkennung von Studiengängen.

- (6) Für ausländische Bewerber/innen gilt als sprachliche Zugangsvoraussetzung der Nachweis guter Kenntnisse der deutschen Sprache *Test Deutsch als Fremdsprache (TestDaF)* mit mindestens viermal der Niveaustufe 4 bewertet, DSH-2 oder vergleichbare Qualifikationen.
- (7) Übersteigt die Zahl der Studienbewerber/innen die Zahl der zugewiesenen Studienplätze, werden die Studienplätze nach dem Grad der Qualifikation (Bewerber mit den besten Abschluss- bzw. Durchschnittsnoten) vergeben.

## **§ 6 Aufbau und Kreditierung des Studiums**

- (1) Die Regelstudienzeit beträgt vier Semester.
- (2) Die Mindestzahl der Leistungspunkte, beträgt 120 ECTS (European Credit Transfer System). Die Credits sind gleichgewichtig auf die vier einzelnen Studiensemester verteilt.
- (3) Das gesamte Studium ist modular aufgebaut und umfasst Pflicht- und Wahlpflichtmodule.

(4) Die Wahlpflichtmodule müssen für jedes Semester so gewählt werden, dass sich aus den dafür zu erreichenden akademischen Leistungspunkten zusammen mit den Punkten der Pflichtmodule in der Regel die Summe von 30 ECTS ergibt.

(5) Das Studium ist inhaltlich gegliedert in:

- Grundmodule (42 ECTS)
- Spezialmodule (18 ECTS)
- Unterstützungsmodule (18 ECTS)
- Transfermodule (42 ECTS)

Grundmodule:

Dienen der Konkretisierung und Weiterentwicklung wissenschaftlicher Erkenntnisse des strategischen Marketing-Managements auf den Bereich der operativen Marktbearbeitung. Entsprechende Module sind „Märkte und Marktteilnehmer“, „Marketingkonzept“, „Marktforschung“, „Kundenmanagement“, „Produktmanagement“, „Kommunikationsmanagement“ und „Vertriebsmanagement“.

Spezialmodule:

Dienen der Vertiefung der in den Grundmodulen erlernten Kenntnisse und Fähigkeiten an spezifischen Fach- und Managementfragestellungen. Entsprechende Module sind „Projektmanagement“, „Regionalmanagement“, „Change Management“, „Marketing- und Vertriebscontrolling“, „Mediengestaltung“, „E-Commerce“ sowie „Social Media“.

Unterstützungsmodule:

Dienen der Vermittlung sowohl fachlicher als auch persönlicher Fähigkeiten (methodische, sprachliche und soziale Kompetenzen), die für die Übernahme von Führungsaufgaben erforderlich sind. Entsprechende Module sind „Personalmanagement“, „Wirtschaftsenglisch“ sowie das abschließende „Kolloquium“.

Transfermodule:

In den Transfermodulen wird vor allem der Anwendungsbezug der Inhalte über einen praxisnahen Beleg zum „Branchenspezifischen Marketing“ im Dienstleistungs-, Konsumgüter- oder Business-to-Business-Marketing; ein „Marketingprojekt“ mit dem funktionalen Schwerpunkt Analytisches, Strategisches oder Operatives Marketing sowie die ganzheitliche Bearbeitung einer wissenschaftlich orientierten „Master-Thesis“ hergestellt.

- (6) Das Curriculum und die Modulbeschreibung sind Bestandteil der Studien- und Prüfungsordnung (siehe Anlage 1).

### **§ 7 Mobilität von Studierenden**

Die Module werden von der HNE Eberswalde und ggf. auch von Partnerinstitutionen angeboten. In Abhängigkeit des Angebots werden die Lehrveranstaltungen in Eberswalde oder an anderen Orten ausgerichtet. Eine entsprechende Bereitschaft zur Mobilität der Studierenden wird vorausgesetzt (Kosten sind gegebenenfalls selbst zu tragen).

### **§ 8 Art, Umfang und Bewertung von Prüfungen**

- (1) Art und Umfang der Modulprüfungen sind im Curriculum und den Modulbeschreibungen festgelegt. Die Prüfungen werden in der Regel zum Ende des jeweiligen Moduls bzw. im Prüfungszeitraum des jeweiligen Semesters durchgeführt.
- (2) Die Modulnoten bestehen in der Regel aus einer benoteten Leistung. Für das Modul Wirtschaftsenglisch (WE) sind abweichend zwei zu benotende Leistungen zu erbringen, da der Nachweis der Sprachkenntnisse nach Europäischem Referenzrahmen (Common European Framework of Reference for Languages (CEFR) des Europarats geprüft und zertifiziert wird. Entsprechend CEFR sind sowohl eine schriftliche als auch eine mündliche Prüfung erforderlich.
- (3) Sind in einem Modul mehrere benotete Prüfungsleistungen zu erbringen, so errechnet sich die Modulnote nach Maßgabe der im Curriculum definierten Gewichtung. Eine Modulprüfung gilt als bestanden, wenn die Modulnote mindestens mit „ausreichend“ bewertet wurde.
- (4) Die Anmeldungsmodalitäten der Wahlpflicht- und Wahlmodule werden durch den Studiengangsleiter bis zum Ende der Vorlesungsperiode des vorhergehenden Semesters festgelegt. Nur zu Beginn des ersten Semesters wird die Festlegung innerhalb der ersten Vorlesungswoche vorgenommen. Kommt ein Modul wegen zu geringer Teilnehmeranzahl (<5) nicht zustande, müssen sich die Studierenden auf die übrigen Wahlpflichtmodule aufteilen.
- (5) Mit der Anmeldung für ein Modul als Wahlpflichtmodul wird das entsprechende Modul prüfungsrechtlich wie ein Pflichtmodul behandelt.

- (6) Die während des Studiums erbrachten Leistungen führen, differenziert nach Art und Umfang der Studienleistung, zur Anrechnung akademischer Leistungspunkte im Rahmen des European Credit Transfer System (ECTS). Durch Akkumulation dienen diese Leistungspunkte der Erreichung des Master-Grades. Entsprechend gilt die Master-Prüfung als bestanden, wenn der Kandidat oder die Kandidatin
- a) sämtliche Modulprüfungen mit mindestens „ausreichend“ bestanden hat;
  - b) die Master-Arbeit mindestens mit „ausreichend“ bewertet wurde.
- (7) Die Gesamtnote der Master-Prüfung errechnet sich als Durchschnittsnote aller Pflicht- und Wahlpflichtmodule, des Kolloquiums und der Master-Thesis. Die Gewichtung erfolgt entsprechend der vergebenen Leistungspunkte.
- (8) Prüfungsleistungen aus anderen Masterstudiengängen werden auf Antrag anerkannt, sofern sie sich nicht wesentlich unterscheiden. Der Antrag ist spätestens innerhalb der ersten 4 Wochen des Semesters zu stellen, in dem die anzuerkennende Leistung im Curriculum gefordert wird. Über die Anerkennung entscheidet der Prüfungsausschuss.

### **§ 9 Fristen und Wiederholung von Prüfungsleistungen**

- (1) Es gelten grundsätzlich die Festlegungen der Rahmenstudien- und Rahmenprüfungsordnung der HNE Eberswalde (RSPO).
- (2) Die zur Erreichung der Semesterleistung (30 Leistungspunkte) erforderlichen Modulprüfungen sind bis zum Ende eines jeden Semesters abzulegen. Eine Abmeldung von der Prüfung hat spätestens 7 Kalendertage vor Beginn der Prüfung im Campus-Management-System zu erfolgen. In diesem Fall sind die zu Prüfenden automatisch zum nächsten Prüfungstermin im Prüfungszeitraum in diesem Fach angemeldet. Bei unentschuldigtem Nichterscheinen gilt die Prüfung als „nicht bestanden“.
- (3) Wiederholungsprüfungen finden spätestens im Prüfungszeitraum des jeweils nachfolgenden Immatrikulationsjahrganges statt. Wiederholungsprüfungen werden so angeboten, dass die Regelstudienzeit eingehalten werden kann. Nicht bestandene Prüfungsleistungen müssen spätestens im Verlauf der nächsten zwei Semester nach dem letzten Prüfungstermin wiederholt werden. Bei Nichtbestehen oder Nichteinhaltung dieser Frist erlischt der Prüfungsanspruch. Über Ausnahmen entscheidet der Prüfungsausschuss auf Antrag.

- (4) Nicht bestandene Prüfungsleistungen können in der Regel einmal wiederholt werden. Höchstens zwei nicht bestandene Prüfungsleistungen können zweimal wiederholt werden. Wird eine dritte 1. Wiederholungsprüfung nicht bestanden, erlischt der Prüfungsanspruch.
- (5) Die Masterprüfung ist endgültig nicht bestanden, wenn eine Prüfung in der letzten möglichen Wiederholung mit „nicht ausreichend“ (>4) bewertet wird; in diesem Fall erlischt der Prüfungsanspruch. In der Folge ist die/der Studierende zu exmatrikulieren.
- (6) Die Teilnahme an einer zweiten Wiederholungsprüfung ist vom zu Prüfenden vor dem Prüfungstermin beim Prüfungsamt anzuzeigen. Die/der Studierende erhält vom Prüfungsamt eine Genehmigung zur Teilnahme an der Prüfung, die sie/er vor der Prüfung der/dem Prüfer/in übergibt.

## **§ 10 Master-Thesis**

- (1) Für die Erstellung der Arbeit stehen dem Kandidaten maximal 18 Wochen Bearbeitungszeit zur Verfügung. Die Bearbeitungszeit beginnt mit dem Datum der Anmeldung (siehe § 10 (3)). Der Bearbeitungsumfang beträgt 24 Leistungspunkte für die Erstellung der Arbeit, sowie 6 Leistungspunkte für die Verteidigung. In begründeten Ausnahmefällen kann eine Verlängerung von max. 8 Wochen gewährt werden. Hierüber entscheidet der Prüfungsausschuss im Einzelfall.
- (2) Der Kandidat oder die Kandidatin ist gehalten, sich selbst um ein Thema für die Master-Thesis und um den Erstgutachter (Betreuer) sowie den Zweitgutachter der Master-Thesis zu bemühen. Beide Gutachter müssen die Kriterien eines Prüfers erfüllen (§§ 20 (1), 15 (4) RSPO).
- (3) Die Anmeldung zur Master-Thesis muss bis zum Beginn des 4. Semesters erfolgt sein. Der Anmeldezeitpunkt ist im Dekanat auf einem Anmeldeformular mit Fachgebiet, Thema (Arbeitsthema), Erstgutachter, Zweitgutachter und ggf. Besonderheiten zu dokumentieren. Bei der Anmeldung müssen alle Prüfungen mit Ausnahme von maximal zwei Modulprüfungen erfolgreich abgeschlossen sein. Die Verteidigung der Master-Thesis (Kolloquium) kann erst erfolgen, wenn alle anderen Prüfungsleistungen abgelegt wurden.
- (4) Die Master-Thesis ist in 3 Exemplaren fristgemäß im Dekanat abzugeben oder zu übersenden (Ausschlussfrist!). Der Abgabezeitpunkt ist im Dekanat aktenkundig zu machen. In der

Master-Thesis hat der zu Prüfende schriftlich zu versichern, dass er seine Thesis – bei einer Gruppenarbeit seinen entsprechend gekennzeichneten Anteil der Thesis – selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt hat.

- (5) Zusätzlich ist das Exemplar für den Erstgutachter mit einem geeigneten digitalen Speichermedium zu versehen, auf welchem die Kopie der gesamten Arbeit (vorzugsweise im MS Word-Format) sowie sämtliche für die Arbeit verwandten Basis- und Metadaten, einschließlich der verwendeten Internetquellen, enthalten sind.
- (6) Die Master-Thesis wird durch die beiden Gutachter bewertet, deren Noten zu je 50 Prozent in die Gesamtnote eingehen. Sofern die Noten aus beiden Gutachten um mehr als 1,0 voneinander abweichen, ist ein drittes Gutachten zu erstellen. In diesem Fall ergibt sich die Gesamtnote aus dem arithmetischen Mittel der Noten aus den drei Gutachten. Der Drittgutachter wird vom Prüfungsausschuss bestimmt. Ist die Durchschnittsnote schlechter als 4,0 ist die Thesis nicht bestanden.
- (7) Die Master-Thesis wird in einem öffentlichen Kolloquium präsentiert und zur Diskussion gestellt. Diese mündliche Abschlussprüfung (Verteidigung der Thesis) sollte 20 Minuten Vortrag und 30 Minuten Prüfung und Diskussion umfassen.
- (8) Wird die Masterthesis nicht erfolgreich abgeschlossen, kann diese einmal wiederholt werden. Die Anmeldung des neuen Themas muss innerhalb von 6 Monaten nach Bekanntgabe des Ergebnisses der ersten Arbeit erfolgen. Eine Verlängerung der Anmeldefrist kann auf Antrag durch den Prüfungsausschuss erfolgen.
- (9) Wird die mündliche Abschlussprüfung nicht bestanden, kann diese einmal wiederholt werden. Wird die Wiederholungsprüfung schlechter als „ausreichend“ (4,0) bewertet, so ist die Abschlussarbeit endgültig nicht bestanden. In diesem Fall gilt § 10 (8).

## **§ 11 Master-Zeugnis und Master-Urkunde**

Das Master-Zeugnis (Transcript of Records) und die Master-Urkunde werden zweisprachig (Deutsch / Englisch) ausgestellt. Das Zeugnis enthält sämtliche Noten der absolvierten Modulprüfungen, die Note der Master-Thesis und die nach den akademischen Leistungspunkten gewichtete Gesamtnote. Die Layouts des Master-Zeugnis und der Master-Urkunde entsprechen den Stan-



dards der HNEE. Das Zeugnis und die Urkunde werden mit dem Datum der letzten Prüfung ausgestellt.

## **§ 12 Master-Grad**

Ist die Master-Prüfung bestanden, wird der Abschlussgrad „Master of Arts“ verliehen. Es gilt die international übliche Abkürzung „M.A.“.

## **§ 13 Inkrafttreten**

Diese Studien- und Prüfungsordnung tritt am Tage nach Ihrer Veröffentlichung unter [www.hnee.de](http://www.hnee.de) in Kraft. Sie gilt für Studierende des Master-Studienganges Marketing-Management ab dem Wintersemester 2012/2013. Für bereits im Masterstudiengang Marketing-Management immatrikulierte Studierende gilt jeweils die zum Zeitpunkt der Immatrikulation gültige Studien- und Prüfungsordnung.

Veröffentlicht: 24.08.2012

## **Anlagen:**

**Anlage 1:** Modulbeschreibung und Curriculum

**Anlage 1: Modulbeschreibung und Curriculum**

Sem.	Modul	Inhaltliche Schwerpunkte	Status	ECTS	SWS	Prüfungsleistung	Gewichtung
1	<b>Märkte und Marktteilnehmer (MM)</b>	Marktdefinition, Konsumentenverhalten, Anbieterverhalten, Interkulturelles Management, Organisation, Nachhaltigkeitsmanagement	P	6	4	K 90	Entspricht Modulendnote
1	<b>Marketingkonzept (MK)</b>	Situationsanalyse, Ziele, Zielgruppen, Strategien, Marketing-Mix, Kontrolle, Planspiel	P	6	4	K90	Entspricht Modulendnote
1	<b>Marktforschung (MF)</b>	Erhebungsmethoden, Fragebogendesign, Auswertung, Statistik, Multivariate Analysemethoden, SPSS, Interpretation	P	6	4	B u. R.	Entspricht Modulendnote zu 60 % Beleg und zu 40 % Referat
1	<b>Kundenmanagement (KM)</b>	Kundenorientierung, Kundenzufriedenheit, Kundenbindung, Kundenrückgewinnung	P	6	4	B u. R.	Entspricht Modulendnote zu 60 % Beleg und zu 40 % Referat
1	<b>Unternehmensmanagement</b> - Projektmanagement (PM) (teilweise oder komplett in englischer Sprache) - Regionalmanagement (RM) - Change Management (CM)	<b>Es sind 2 von 3 WPK zu belegen.</b> <b>PM:</b> Grundlagen des Projektmanagements, Konflikt: Projektumfang, Zeit- und Kostenmanagement, Verfahren zur Lösung von Konflikten, Planspiel Projektmanagement (TopSim) <b>RM:</b> Struktur von Regionen, Management vernetzter Prozesse, Networking, Kommunikation und Moderation <b>CM:</b> Veränderungen von Strategien, Strukturen, Systemen, Prozessen oder Verhaltensweisen, Marktpsychologie, Organisationspsychologie, Sozialkompetenz	P	6 3 3 3	4 2 2 2	K 90  R R	<b>Es sind 2 von 3 WPK zu belegen.</b>  <b>PM / RM / CM:</b> Entspricht Modulendnote zu je 50 %
2	<b>Produktmanagement (PRM)</b>	Prozessorientierung, Innovationsmanagement, Markenmanagement, Beschaffungsmarketing, Qualitätsmanagement, Sortimentspolitik, Preismanagement, Category Management	P	6	4	K90	Entspricht Modulendnote

\*) Besteht eine Modulprüfung aus mehreren Prüfungsleistungen, muss jede Prüfungsleistung mit mindestens 4,0 bestanden sein. Prüfungsvorleistungen werden vom Prüfer am Beginn des Semesters festgelegt, dem Prüfungsausschuss schriftlich und den Studierenden mündlich bekannt gegeben. Der Prüfungsausschuss genehmigt diese Festlegung.

**Abkürzungen:** B = Beleg    K = Klausur    mP = mündliche Prüfung    R = Referat    PS = Planspiel    P = Pflichtmodul    WPK = Wahlpflichtkurs    WPFM = Wahlpflichtmodul

Sem.	Modul	Inhaltliche Schwerpunkte	Status	ECTS	SWS	Prüfungsleistung*	Gewichtung
2	<b>Kommunikationsmanagement (KM)</b>	Mediawerbung, Direktmarketing, Sales Promotion, Eventmarketing, Sponsoring, Public Relations, Integrierte Kommunikation	P	6	4	B u. R	Entspricht Modulendnote zu 60 % Beleg und zu 40 % Referat
2	<b>Personalmanagement (PEM)</b> (Teile in englischer Sprache)	Personalbedarfsplanung, Personalbeurteilung, Personalvergütung, Personalführung, Führungskompetenz, Problemlösungsvermögen, Moderation, Überzeugungsfähigkeit, Rhetorik	P	6	4	K 90	Entspricht Modulendnote
2	<b>Wirtschaftsenglisch (WE)</b>	Brand Management, Marketing case study, Marketing ethics, Presentations, Case study, Meetings, Company visits, Negotiations, Ethics (Headhunters), Team Building, Globalisation, Corporate Strategy	P	6	4	K 90 u. mP	Entspricht Modulendnote zu je 50 %
2	<b>Branchenspezifisches Marketing</b> - Dienstleistungsmarketing (DM) - Konsumgütermarketing (KGM) - Business-to-Business-Marketing (BM)	<b>Es ist 1 von 3 WPFM zu belegen.</b>					<b>Es ist 1 von 3 WPFM zu belegen.</b> <b>DM / KGM / BM:</b> Entspricht Modulendnote zu 60 % Beleg und zu 40 % Referat
		Institutionelle Unterschiede, Wettbewerbliche Besonderheiten, Wertschöpfungsketten, Einfluss von Kundenspezifika, Rechtliche Restriktionen, Ethische Besonderheiten	WPFM	6	4	B u. R	
			WPFM	6	4	B u. R	
3	<b>Vertriebsmanagement</b>	Vertriebssysteme, Verkaufspolitik, Vertriebskanalpolitik Multi-Channel-Marketing, Vertriebslogistik	P	6	4	K 90	Entspricht Modulendnote
3	<b>Marketing- und Vertriebscontrolling (MVC)</b>	ABC-Analyse, Portfolioanalyse, Balanced Scorecard, Life Cycle Costing, Customer Lifetime Value, Market-Intelligence, Integration (in bestehende IT-Struktur), Inhalte, Anwendungsfehler	P	6	4	K 90	Entspricht Modulendnote

\*) Besteht eine Modulprüfung aus mehreren Prüfungsleistungen, muss jede Prüfungsleistung mit mindestens 4,0 bestanden sein. Prüfungsvorleistungen werden vom Prüfer am Beginn des Semesters festgelegt, dem Prüfungsausschuss schriftlich und den Studierenden mündlich bekannt gegeben. Der Prüfungsausschuss genehmigt diese Festlegung.

**Abkürzungen:** B = Beleg    K = Klausur    mP = mündliche Prüfung    R = Referat    PS = Planspiel    P = Pflichtmodul    WPK = Wahlpflichtkurs    WPFM = Wahlpflichtmodul

Sem.	Modul	Inhaltliche Schwerpunkte	Status	ECTS	SWS	Prüfungsleistung*	Gewichtung
3	<b>Spezielles Marketing</b> - Mediengestaltung (MG) - E-Commerce (EC) - Social Media (SOM)	<b>Es sind 2 von 3 WPK zu belegen.</b>  <b>MG:</b> Visuelle Kommunikation, Grafikdesign, Webdesign <b>EC:</b> E-CRM, Datenbankmanagement, E-Commerce, XML-Commerce, Planspiel <b>SOM:</b> Onlinemarketing, Dialogmarketing, Soziale Netze, Plattformen, Communities, Monitoring	P	6	4	B/ K90	<b>Es sind 2 von 3 WPK zu belegen.</b>  <b>EG / EC / SOM:</b> Entspricht Modulendnote zu je 50 %
				3	2	B	
				3	2	K 90	
3	<b>Marketingprojekt</b> - Analytisches Marketing (AM) - Strategisches Marketing (SM) - Operatives Marketing (OM)	<b>Es ist 1 von 3 WPFM zu belegen.</b>  <b>AM:</b> Bearbeitung eines Praxisprojekts mit dem Schwerpunkt Marktforschung oder Controlling <b>SM:</b> Bearbeitung eines Praxisprojekts mit dem Schwerpunkt der Marketingplanung bzw.-konzeption <b>OM:</b> Bearbeitung eines Praxisprojekts mit dem Schwerpunkt auf einem Marketinginstrument	WPFM	12	4	B u. R	<b>Es ist 1 von 3 WPFM zu belegen.</b>  <b>AM / SM / OM:</b> Entspricht Modulendnote zu 60 % Beleg und zu 40 % Referat
				12	4	B u. R	
				12	4	B u. R	
4	<b>Master-Thesis</b>	Kolloquium, Schriftliche Arbeit und Verteidigung	P	30	4	B u. mP	Entspricht Modulendnote zu 80 % Durchschnittsnoten der Gutachten und zu 20 % mündliche Prüfung
	<b>Gesamt:</b>			120	58		

\*) Besteht eine Modulprüfung aus mehreren Prüfungsleistungen, muss jede Prüfungsleistung mit mindestens 4,0 bestanden sein. Prüfungsvorleistungen werden vom Prüfer am Beginn des Semesters festgelegt, dem Prüfungsausschuss schriftlich und den Studierenden mündlich bekannt gegeben. Der Prüfungsausschuss genehmigt diese Festlegung.

**Abkürzungen:** B = Beleg    K = Klausur    mP = mündliche Prüfung    R = Referat    PS = Planspiel    P = Pflichtmodul    WPK = Wahlpflichtkurs    WPFM = Wahlpflichtmodul

Die Gesamtnote der Master-Prüfung errechnet sich als Durchschnittsnote aller Pflicht- und Wahlpflichtmodule, des Kolloquiums und der Master-Thesis. Die Gewichtung erfolgt entsprechend den vergebenen Leistungspunkten.