

Nichtamtliche Lesefassung der Speziellen Prüfungsordnung (SPO) für den Masterstudiengang International Marketing and Psychology der Hochschule für Wirtschaft und Gesellschaft Ludwigshafen

Diese Lesefassung beinhaltet

- die SPO vom 17.04.2024 (veröffentlicht im Hochschulanzeiger am 17.04.2024 – Ausgabe 11) sowie
- die Änderungsordnung zur SPO vom 13.05.2025 (veröffentlicht im Hochschulanzeiger am 13.05.2025 – Ausgabe 08).

Maßgeblich und rechtlich verbindlich sind weiterhin nur die Veröffentlichungen im Hochschulanzeiger der Hochschule für Wirtschaft und Gesellschaft Ludwigshafen.

**Spezielle Prüfungsordnung für den konsekutiven Masterstudiengang
International Marketing and Psychology (IMP)
der Hochschule für Wirtschaft und Gesellschaft Ludwigshafen**

vom 17.04.2024

Präambel

Aufgrund des § 7 Absatz 2 Satz 1 Nr. 2 und § 86 Absatz 2 Nr. 2 HochSchG in der Fassung vom 23.09.2020, zuletzt geändert durch Gesetz vom 22.07.2021 (GVBl. 2021, S. 453), hat der Fachbereichsrat des Fachbereichs II – Marketing und Personalmanagement – der Hochschule für Wirtschaft und Gesellschaft Ludwigshafen am 20.03.2024 die Spezielle Prüfungsordnung für den konsekutiven Masterstudiengang International Marketing and Psychology erlassen. Diese hat der Präsident der Hochschule am 16.04.2024 gem. § 7 Absatz 3 Satz 2 HochSchG genehmigt, nachdem der Senat am 10.04.2024 gem. § 76 Absatz 2 Nr. 6 HochSchG dazu Stellung genommen hat. Die Spezielle Prüfungsordnung wird nachfolgend bekannt gemacht.

Inhalt

§ 1 Geltungsbereich.....	2
§ 2 Weitere Zugangsvoraussetzungen	2
§ 3 Akademischer Grad	2
§ 4 Aufbau und Dauer des Studiums	2
§ 5 Prüfungs- und Studienleistungen	2
§ 6 Schriftliche Abschlussarbeit.....	3
§ 7 In-Kraft-Treten	3
§ 8 Übergangsregelung.....	3
Anlage 1: Studienverlaufsplan Masterstudiengang International Marketing and Psychology (IMP)	4
Anlage 2: Auslandssemesterregelungen für den Masterstudiengang International Marketing and Psychology (IMP)	5

§ 1 Geltungsbereich

- (1) Für den konsekutiven Masterstudiengang International Marketing and Psychology (IMP) gelten die Bestimmungen der Allgemeinen Prüfungsordnung für Bachelor- und Masterstudiengänge der Hochschule für Wirtschaft und Gesellschaft Ludwigshafen (APO) in der jeweils geltenden Fassung.
- (2) Diese Ordnung enthält ergänzende spezielle Regelungen für den konsekutiven Masterstudiengang International Marketing and Psychology (IMP).

§ 2 Weitere Zugangsvoraussetzungen

Der Zugang zum Studium setzt einen Bachelorabschluss mit mindestens 180 ECTS in einem Studienfach der Wirtschaftswissenschaften oder der Psychologie in einem akkreditierten Studiengang an einer Hochschule in der Bundesrepublik Deutschland oder einen mindestens gleichwertigen Abschluss an einer ausländischen Hochschule voraus. Zu den Studienfächern der Wirtschaftswissenschaften gehören z. B. Betriebswirtschaftslehre, Volkswirtschaftslehre, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftspädagogik; zu den Studienfächern der Psychologie zählen z. B. Psychologie, Wirtschaftspsychologie. Über die Zugehörigkeit entscheidet der Prüfungsausschuss auf Vorschlag der Studiengangleitung.

§ 3 Akademischer Grad

Nach erfolgreichem Abschluss des Masterstudiums verleiht die Hochschule für Wirtschaft und Gesellschaft Ludwigshafen den akademischen Grad „Master of Science“ (abgekürzt „M.Sc.“).

§ 4 Aufbau und Dauer des Studiums

- (1) Die Regelstudienzeit beträgt 4 Semester. Die für den erfolgreichen Abschluss erforderlichen Pflichtmodule ergeben sich aus der Anlage 1.
- (2) Die Gesamtzahl der für einen erfolgreichen Abschluss zu erbringenden ECTS beträgt 120 und schließt die Masterarbeit im Umfang von 24 ECTS ein. Ein Leistungspunkt entspricht einem Workload von 30 Zeitstunden.
- (3) Im dritten Semester ist ein verpflichtendes Auslandsstudien- oder Auslandspraxissemester vorgesehen. Näheres regeln die Auslandsemesterregelungen (Anlage 2).

§ 5 Prüfungs- und Studienleistungen

- (1) Werden Lehrveranstaltungen in englischer Sprache abgehalten, können die entsprechenden Prüfungsleistungen ebenfalls in englischer Sprache gefordert werden. Darüber sind die Studierenden spätestens zu Vorlesungsbeginn zu informieren.
- (2) Das Verfassen der Masterarbeit in englischer Sprache ist in Abstimmung mit der Betreuer*in möglich.
- (3) Im Modul IMP240 „Advanced Research Skills in Psychology“ besteht in der Veranstaltung „Experimental & Apparative Methods II“ Anwesenheitspflicht. Die Teilnahme an der Modulprüfung setzt voraus, dass nicht mehr als zwei Veranstaltungstermine der Veranstaltung „Experimental & Apparative Methods II“ versäumt wurden.

§ 6 Schriftliche Abschlussarbeit

- (1) Für die Anmeldung zur Abschlussarbeit gilt § 17 Abs. 4 APO. Der Antrag auf Zulassung zur Masterarbeit sollte spätestens innerhalb von 8 Wochen nach Bekanntgabe des Bestehens der letzten erforderlichen Modulprüfung gestellt werden.
- (2) Um zur Abschlussarbeit zugelassen zu werden, müssen die Studierenden mindestens 60 ECTS erworben haben.
- (3) Die Bearbeitungszeit der Masterarbeit beträgt 18 Wochen.

§ 7 In-Kraft-Treten

- (1) Diese Ordnung tritt am Tag nach ihrer Bekanntmachung im Hochschulanzeiger der Hochschule für Wirtschaft und Gesellschaft Ludwigshafen in Kraft. Sie gilt für alle ab dem WS 2024/2025 immatrikulierten Studierenden im konsekutiven Masterstudiengang International Marketing and Psychology (IMP).
- (2) Zugleich tritt die Prüfungsordnung für den konsekutiven Masterstudiengang International Marketing Management (IMM) vom 06.07.2017, zuletzt geändert am 27.10.2022 außer Kraft.

§ 8 Übergangsregelung

Studierende des Masterstudiengangs Internationales Marketing Management (IMM), die ihr Studium vor dem Wintersemester 2024/2025 aufgenommen haben, werden bis einschließlich Sommersemester 2026 nach den Regelungen der Prüfungsordnung vom 06.07.2017 geprüft.

Anlage 1: Studienverlaufsplan Masterstudiengang International Marketing and Psychology (IMP)

1. Semester	Modul-Nr.	Modul Lehrveranstaltung	ECTS	Workload	SWS	Prüfungsart ¹	PL/SL	Noten- gewicht
	IMP110	International Marketing	6	180	4	PA / PRÄ / S	PL	6/90
	IMP111	Int. Marketing Strategy	3	90	2			
	IMP112	Int. Brand Management	3	90	2			
	IMP120	International Business Skills	6	180	4	PA / PRÄ / K	PL	6/90
	IMP121	Cultural Environment	3	90	2			
	IMP122	Competition & Trademark Law	3	90	2			
	IMP130	Intercultural & Business Psychology	9	270	6	K / PRÄ / H	PL	9/90
	IMP131	Intercultural Psychology	3	90	2			
	IMP132	Business Psychology	6	180	4			
	IMP140	Advanced Research Skills in Marketing	9	270	6	S / H / PA	PL	9/90
	IMP141	Advanced Market Research	6	180	4			
	IMP142	Research Methodology	3	90	2			
	Summe		30	900	20			

2. Semester	Modul-Nr.	Modul Lehrveranstaltung	ECTS	Workload	SWS	Prüfungsart ¹	PL/SL	Noten- gewicht
	IMP210	Marketing Innovation	6	180	4	PA / PRÄ / K	PL	6/90
	IMP211	Business Modelling & Sustainability	3	90	2			
	IMP212	Market-oriented Entrepreneurship	3	90	2			
	IMP220	Marketing Approaches	6	180	4	PA / S / H	PL	6/90
	IMP221	Digital Marketing & Communications	3	90	2			
	IMP222	B2B Marketing & Sales	3	90	2			
	IMP230	Marketing Psychology	9	270	6	K / S / H / PA	PL	9/90
	IMP231	Customer Psychology & Behavioral Pricing	6	180	4			
	IMP232	Brand & Media Psychology	3	90	2			
	IMP240	Advanced Research Skills in Psychology	9	270	6	S / H / PA	PL	9/90
	IMP241	Experimental & Apparative Methods I	3	90	2			
	IMP242	Experimental & Apparative Methods II ²	6	180	4			
	Summe		30	900	20			

3. Semester	Modul-Nr.	Modul Lehrveranstaltung	ECTS	Workload	SWS	Prüfungsart ¹	PL/SL	Noten- gewicht
	IMP310	International Term	30	900		gem. Fächerwahl im Ausland / B (bestandene Prüfungen im Wert von 30 ECTS an ausländischer Hochschule oder Praxisbericht)	SL	0/90
	Summe		30	900				

4. Semester	Modul-Nr.	Modul Lehrveranstaltung	ECTS	Workload	SWS	Prüfungsart ¹	PL/SL	Noten- gewicht
	IMP410	Master Thesis	24	720	0	Masterarbeit	PL	24/90
	IMP420	Marketing & Psychology Projects	6	180	4	PA / PRÄ / S	PL	6/90
	IMP421	Marketing Project	3	90	2			
	IMP422	Artificial Intelligence Project	3	90	2			
	Summe		30	900	4			

Summe Studiengang			120	3600	44			90/90
-------------------	--	--	-----	------	----	--	--	-------

ECTS = Leistungspunkte nach dem European Credit Transfer System

PL = Prüfungsleistung = benotete Prüfung, die in die Gesamtnotenberechnung eingeht.

SL = unbenotete Studienleistung, die mit "bestanden" oder "nicht bestanden" bewertet wird.

SWS = Semesterwochenstunden

¹ Der Schrägstrich "/" zwischen den Prüfungsarten bedeutet "oder".

² Bei dieser Veranstaltung besteht Anwesenheitspflicht. Näheres hierzu ist der Speziellen Prüfungsordnung des Studiengangs zu entnehmen.

Prüfungsarten

B Bericht

H Hausarbeit

K Klausur

PA Projektarbeit

PRÄ Präsentation

S Seminararbeit

Anlage 2: Auslandssemesterregelungen für den Masterstudiengang International Marketing and Psychology (IMP)

Inhalt

§ 1 Allgemeine Regelungen	5
§ 2 Ausbildungsziele	5
§ 3 Ausbildungsdauer und Versicherungsschutz.....	6
§ 4 Ausbildungsstätte	6
§ 5 Beantragung, Genehmigung und Betreuung des Auslandssemesters	6
§ 6 Ausbildungsablauf im Praktikum	7
§ 7 Nachweis erfolgreicher Teilnahme.....	7
§ 8 Nichterreichen der erforderlichen ECTS.....	8
§ 9 Erbringung von Prüfungen während des Auslandssemesters.....	9
§ 10 Anerkennung	9

§ 1 Allgemeine Regelungen

(1) Im Masterstudiengang International Marketing and Psychology ist nach § 4 (3) SPO i.d.R. im 3. Fachsemester ein verpflichtendes Auslandsstudiensemester oder ein Praxissemester im Ausland zu absolvieren. Sowohl das Praxissemester im Ausland als auch das Auslandsstudiensemester setzen den erfolgreichen Abschluss von 30 ECTS aus dem 1. Studienjahr voraus und stellen eine Studienleistung dar, die insgesamt mit 30 ECTS bewertet wird.

(2) Die Studierenden bleiben während des Auslandsstudiensemesters bzw. Praxissemesters im Ausland als ordentliche Studierende an der Hochschule für Wirtschaft und Gesellschaft Ludwigshafen immatrikuliert.

§ 2 Ausbildungsziele

(1) Das Auslandsstudiensemester in einem anderen gesellschaftlichen, kulturellen und sprachlichen Umfeld an einer ausländischen Hochschule soll das wissenschaftliche Studium des International Marketing und Psychology im Inland inhaltlich ergänzen und den Einstieg von Absolvent*innen ins Berufsleben in einer zunehmend globalisierten Welt erleichtern.

(2) Im Praxissemester im Ausland sollen die Studierenden berufspraktische Kenntnisse und Fähigkeiten im Bereich des International Marketing oder der Wirtschaftspsychologie eines Wirtschaftsunternehmens oder einer wirtschaftsnahen Institution im Ausland erwerben. Das Ziel ist die Vermittlung von praktischen und theoretischen Kenntnissen und Erfahrungen bezogen auf die wirtschaftlichen und organisatorischen Zusammenhänge des Unternehmens. Hierzu wird ein Praktikumsvertrag abgeschlossen.

§ 3 Ausbildungsdauer und Versicherungsschutz

(1) Bei einem Auslandsstudiensemester müssen sich die Studierenden für mindestens ein Semester an einer ausländischen Hochschule immatrikulieren. Es gelten hierbei die Immatrikulationsbestimmungen der ausländischen Hochschule.

(2) Die Dauer des Praxissemesters im Ausland erstreckt sich über einen zusammenhängenden Zeitraum von in der Regel 20 Wochen in Vollzeit. In begründeten Ausnahmefällen ist eine Verkürzung oder Verlängerung nach Genehmigung durch die Studiengangleitung möglich. Für ausbildungsrelevante Zwecke ist für maximal drei Arbeitstage Arbeitsbefreiung zu gewähren. Im Übrigen finden die Regelungen des Arbeitszeit- und des Bundesurlaubsgesetzes Anwendung. Abweichende Vereinbarungen (z.B. aufgrund von Tarifverträgen oder Auslandseinsätzen) sind zulässig.

(3) Die Studierenden haben eigenverantwortlich für einen ausreichenden Versicherungsschutz zu sorgen:

Kranken- und Pflegeversicherung: Die Studierenden müssen - auch während des Auslandsstudien-/Praxissemester im Ausland - Versicherungsschutz gegen Krankheit in Deutschland haben und diesen gegenüber der HWG nachweisen. Ein zusätzlicher Auslandskrankenschutz wird dringend empfohlen.

Renten- und Arbeitslosenversicherung: Die Studierenden sind nach dem derzeitigen Stand des deutschen Sozialversicherungsrechts nicht arbeitslosen- und rentenversicherungspflichtig.

Unfallversicherung: Bei einem Praxissemester im Ausland oder einem Auslandsstudiensemester an einer ausländischen Hochschule sollten die Studierenden ggf. selbstständig Versicherungsschutz, z. B. Haftpflicht- und Unfallversicherung, veranlassen.

§ 4 Ausbildungsstätte

(1) Auslandsstudiensemester: Das International Office der Hochschule für Wirtschaft und Gesellschaft Ludwigshafen unterstützt die Suche und Auswahl geeigneter ausländischer Hochschulen für ein Auslandsstudiensemester der Studierenden. Eine ausländische Hochschule kann aber auch durch die Studierenden selbst vorgeschlagen werden. Die Genehmigung und Anerkennung erfolgt dann durch das International Office und die Studiengangleitung.

(2) Praxissemester im Ausland: Das Praxissemester muss in einem geeigneten Unternehmen im Bereich Marketing, Wirtschaftspsychologie oder soziale Angelegenheiten im nicht deutschsprachigen Ausland abgeleistet werden. Als Praktikumsunternehmen kommen alle Arten von in ihren unterschiedlichen Erscheinungsformen in der Industrie, im Handel und Dienstleistungssektor in Betracht, sowie weitere Einrichtungen öffentlicher oder privater Institutionen. Die Praxisstelle ist von der Studiengangleitung vorab zu genehmigen.

In Absprache mit der Studiengangleitung kann auch ein kombiniertes Praxissemester im In- und Ausland erfolgen, sofern es z.B. für die Studierenden keine Möglichkeit gibt, das Praxissemester zusammenhängend über 20 Wochen in einer ausländischen Praxisstelle zu erbringen.

§ 5 Beantragung, Genehmigung und Betreuung des Auslandssemesters

(1) Die Studierenden werden durch die Studiengangleitung beraten und betreut.

(2) Die Studierenden stellen selbst sicher, dass sie eine ausländische Hochschule oder ein genehmigungsfähiges Praktikum im nicht deutschsprachigen Ausland im Bereich Marketing oder Wirtschaftspsychologie finden und schlagen dies der Studiengangleitung zur Genehmigung vor. Die Genehmigung ist in der Regel im laufenden 2. Fachsemester, spätestens 4 Wochen vor Antritt des Auslandsstudien-/ Praxissemesters im Ausland, mit folgenden Unterlagen zu beantragen:

1. Ausgefülltes Formular „Antrag auf Genehmigung des Praxis-/Auslandssemesters“
2. Aktueller Notenausdruck als Nachweis der erfolgreichen Erbringung von 30 ECTS aus dem ersten Studienjahr.

Auslandsstudiensemester:

- Einreichung des Antrags bzgl. Modulwahl an der ausländischen Hochschule im Wert von mindestens 30 ECTS. Ergeben sich bei Veranstaltungsbeginn an der ausländischen Hochschule Änderungen bei den geplanten zu absolvierenden Modulen, muss der Modulwechsel schriftlich, in Form eines neuen Antrags der Modulwahl, von der Studiengangleitung genehmigt und an das International Office weitergereicht werden.

Modulwahl: Die gewählten Module sollten i.d.R. dem Masterniveau entsprechen. 30% der Kurse können aus den Bereichen Sprachkurse, Interkulturelles, Landeskunde oder aus anderen nicht-wirtschaftswissenschaftlichen Fachrichtungen gewählt werden.

Praxissemester im Ausland:

- Praktikantenvertrag zwischen den Studierenden und der Organisation im Ausland.

§ 6 Ausbildungsablauf im Praktikum

(1) Das Unternehmen und der*die Praktikant*in schließen einen Vertrag. Dieser soll den zeitlichen Umfang festlegen sowie die Inhalte und Ziele des Praktikums umreißen und eine betriebliche Betreuungsperson benennen.

(2) Gelernt werden soll durch Beobachtung, aktive Mitarbeit und begleitendes Literaturstudium. Das Aufgabenfeld muss ausreichende Nähe zum marketingwirtschaftlichen oder wirtschaftspsychologischen Studium aufweisen. Der Praxisbezug soll das wissenschaftliche Studium mastergerecht unterstützen und auf die spätere Praxis vorbereiten.

§ 7 Nachweis erfolgreicher Teilnahme

(1) Das Auslandsstudien-/ Praxissemester im Ausland wird in der Regel nach dessen Beendigung gegenüber der Studiengangleitung nachgewiesen. Der Nachweis erfolgt durch:

(2) Auslandsstudiensemester

- Die Abgabe einer Immatrikulationsbescheinigung der anerkannten ausländischen Hochschule für die Zeit des Auslandssemesters (nur bei Nicht-Partnerhochschulen)
- den Nachweis der Belegung von den in Abstimmung mit der Studiengangleitung gewählten Modulen im Umfang von i.d.R. 30 ECTS und den dazugehörigen Prüfungen in Form einer Bescheinigung, eines Notenauszugs oder Zeugnisses der ausländischen Hochschule.

(3) Praxissemester im Ausland

Das Praxissemester ist im nicht deutschsprachigen Ausland zu absolvieren und soll ein großes Projekt aus dem Bereich Marketing oder Wirtschaftspsychologie beinhalten.

Erforderlich ist eine begleitende Praxisarbeit, welche die Bearbeitung einer innerbetrieblichen Problemstellung aus dem Marketing oder der Wirtschaftspsychologie umfasst. Internationaler Bezug ist obligatorisch.

Das Praxissemester wird im darauffolgenden Semester (i.d.R. 4. Sem.) zu Vorlesungsbeginn gegenüber der Studiengangleitung nachgewiesen durch:

- Abgabe eines Tätigkeitsnachweises (= eine Bescheinigung der Praxisstelle über Art und Dauer der Tätigkeit) oder eines Praktikumszeugnisses
- Abgabe eines schriftlichen Praxisberichtes

Für das Praxissemester inklusive des Praxisberichtes werden 30 ECTS vergeben: 25 ECTS für die praktische Projektstätigkeit im Unternehmen und 5 ECTS für den Praxisbericht.

Der Praxisbericht (Umfang 15 - maximal 20 Din A4 Seiten ohne Anhang, Schriftart Arial, Schriftgröße 12, Seitenrand je 2,5 cm links und rechts) muss in englischer Sprache und nach Anforderungen des wissenschaftlichen Arbeitens verfasst werden und beinhaltet folgende Gebiete des Unternehmensprojektes:

- Kurze Charakterisierung des Unternehmens,
- Problemstellung des internationalen Projektes innerhalb der Marketingtheorie,
- Ziel des Projektes,
- Aufgabenstellung,
- Vorgehensweise,
- Methodologie,
- Projektergebnis,
- Kritische Bewertung,
- Literaturverzeichnis.

Die Prüfung des Praxisberichtes übernimmt die Studiengangleitung.

(4) Für Studierende besteht in begründeten Ausnahmefällen nach § 25 APO die Möglichkeit, ein Inlandspraktikum mit einer überwiegend internationalen Problemstellung aus dem Marketingbereich oder dem Bereich Wirtschaftspsychologie (80% Auslandsbezug) zu absolvieren. In diesem Fall muss zum Nachweis der interkulturellen Kompetenzen zusätzlich zu dem englischsprachigen Praxisbericht ein 5-seitiger englischsprachiger Länderbericht erstellt werden, der sich auf die internationale Problemstellung eines gewählten Landes bezieht. Degree Seeking Students, die aus dem Ausland kommend ihr Studium an der Hochschule für Wirtschaft und Gesellschaft aufnehmen, können auf Antrag ihr Auslandspraktikum in Deutschland absolvieren.

(5) Über die Anerkennung des Auslandsstudien-/ Praxissemesters im Ausland entscheidet die Studiengangleitung.

§ 8 Nichterreichen der erforderlichen ECTS

(1) Umfassen die im Ausland erbrachten Leistungen weniger als 30 ECTS (z. B. wg. Nichtbestehens von Prüfungen oder Ausfall genehmigter Veranstaltungen) können auf Antrag der Studierenden in begründeten Fällen maximal zehn fehlende ECTS erworben werden durch

- Wiederholung von im Ausland nicht bestanden Prüfungen oder
- Gleichwertige Hausarbeiten im Umfang von maximal 10 ECTS, verfasst in einer Fremdsprache (i. d. R. Englisch) oder
- In einer Fremdsprache (i. d. R. Englisch) verfasste Prüfungen in Modulen des Fachbereichs Marketing und Personalmanagement, die einen inhaltlichen Bezug zum Studiengang International Marketing and Psychology aufweisen.

Über den Antrag entscheidet der Prüfungsausschuss. Falls mehr als 10 ECTS nicht erbracht werden, ist die Studienleistung nicht bestanden und das Auslandssemester muss erneut angetreten werden.

(2) Wird das Praxissemester vor Ablauf der 20 Wochen beendet, sind die Studierenden verpflichtet, die Studiengangleitung unverzüglich hierüber zu informieren und die Gründe darzulegen. Im begründeten Fall können die fehlenden Praxissemesterzeiten durch weitere Praxiszeiten ergänzt werden. Über Einzelfälle entscheidet der Prüfungsausschuss.

§ 9 Erbringung von Prüfungen während des Auslandssemesters

(1) Während des Auslandsstudien-/ Praxissemesters im Ausland sind die Studierenden von anfallenden Wiederholungsprüfungen befreit.

(2) Prüfungen, die im Sinne des § 14 Absatz 3 der Allgemeinen Prüfungsordnung für Bachelor- und Masterstudiengänge der Hochschule für Wirtschaft und Gesellschaft Ludwigshafen (APO) von einer Fristüberschreitung betroffen sind, müssen angemeldet werden. Die Befreiung erfolgt im Nachgang.

§ 10 Anerkennung

(1) In einem anderen Masterstudiengang erbrachte Auslandsstudien-/ Praxissemester im Ausland sowie außerhalb des Hochschulbereichs erworbene gleichwertige Kenntnisse und Qualifikationen nach der Ausbildungszeit können auf Antrag durch den Prüfungsausschuss anerkannt werden.

(2) Von den Studierenden bereits absolvierte Praktika vor Studienbeginn oder in den Semesterferien, Werkstudierendentätigkeiten während des Studiums sowie Ausbildungszeiten im Rahmen der Berufsausbildung werden nicht angerechnet.