

Spezielle Prüfungsordnung (SPO) für den konsekutiven Masterstudiengang International Marketing Management (IMM) der Hochschule für Wirtschaft und Gesellschaft Ludwigshafen vom 07.06.2017 hier:

Anlage 2: Auslandsstudien-/Auslandspraxissemesterordnung Masterstudiengang International Marketing Management (IMM)

(1) Allgemeine Regelung

Im Masterstudiengang ist nach § 4 (3) SPO in der Regel im dritten Semester ein verpflichtendes Auslandsstudien- oder Auslandspraxissemester zu absolvieren. Es umfasst einen zusammenhängenden Zeitraum von in der Regel 24 Wochen und es müssen 30 Credits (ECTS) erworben werden. Das Auslandsstudien- oder Auslandspraxissemester setzt das bestandene erste Semester voraus. Der Prüfungsausschuss kann Abweichungen beschließen.

(2) Betreuung, Genehmigung und Beantragung des Auslandsstudien-/ Auslandspraxissemesters

Die Studierenden werden durch die Studiengangleitung und den Bereich Internationales der Hochschule beraten und betreut.

Sie stellen selbst sicher, dass sie eine ausländische Hochschule (in der Regel Partnerhochschule oder eine genehmigungspflichtige, selbstgewählte Hochschule) oder ein genehmigungsfähiges Auslandspraktikum im Marketingbereich finden und schlagen dies der Studiengangleitung per Antrag zur Genehmigung vor.

Die Genehmigung ist in der Regel im laufenden 2. Studiensemester, spätestens 4 Wochen vor Antritt des Auslandsstudien-/Auslandspraxissemesters gegenüber der Studiengangleitung mit folgenden Unterlagen zu beantragen:

1. Ausgefülltes Formular „Antrag auf Genehmigung des Auslandsstudien-/Auslandspraxissemesters“
2. Aktueller Notenausdruck als Nachweis der erfolgreichen Erbringung des 1. Semesters

3. Auslandsstudiensemester:

- Abgabe einer Aufnahmebescheinigung der anerkannten ausländischen Hochschule (nur, falls es keine Partnerhochschule ist)
- Einreichung des Antrags auf Fächerwahl von der ausländischen Hochschule, die besucht wird.

Praxissemester:

- Praktikantenvertrag mit Nennung des Projekttitels

(3) Auslandsstudiensemester

Studierende, die das 3. Semester als Auslandsstudiensemester an einer ausländischen Hochschule absolvieren, haben mindestens 3 Module in der Regel aus Masterstudiengängen und möglichst im sozialwissenschaftlichen, sprach- und kulturwissenschaftlichem oder betriebswirtschaftlichem Bereich zu wählen und entsprechende Prüfungen im Wert von insgesamt 30 Credits (ECTS) zu erbringen. Betriebswirtschaftliche Fächer sollten sich deutlich von den Curricula der Marketingstudiengänge der Hochschule Ludwigshafen abheben.

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

- Abgabe einer Immatrikulationsbescheinigung der anerkannten ausländischen Hochschule für die Zeit des Auslandsstudiensemesters (nur, falls es keine Partnerhochschule ist)
- Nachweis bestandener Prüfungen im Umfang von 30 Credits (ECTS) in den, in Abstimmung mit der Studiengangleitung, gewählten Fächern:

(4) Auslandspraxissemester

Das Praxissemester ist im nicht deutschsprachigen Ausland zu absolvieren und soll ein großes Marketingprojekt beinhalten.

Erforderlich ist eine begleitende Praxisarbeit, welche die Bearbeitung einer innerbetrieblichen Problemstellung aus dem Marketing 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 Credits (ECTS) vergeben: 25 Credits für die praktische Projektstätigkeit im Unternehmen und 5 Credits 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 Bewertung des Praxisberichtes übernimmt die Studiengangleitung.

Für Studierende in begründeten Ausnahmefällen, nach § 25 APO, besteht die Möglichkeit, ein Inlandspraktikum mit überwiegend einer internationalen Problemstellung aus dem Marketingbereich (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.

(5) Anerkennung des Auslandsstudien-/ Auslandspraxissemesters

Ein Auslandsstudien-/Auslandspraxissemester, das zwischen Erststudienabschluss (B.A., B.Sc., Diplom oder vergleichbarer Abschluss) und Studienbeginn des Masters International Marketing Management abgeleistet wurde und die nach dieser Ordnung genannten Kriterien erfüllt, kann anerkannt werden.

Im Falle eines Auslandspraxissemesters ist auch die Erstellung des Praxisberichtes erforderlich.

Über die Anerkennung des Auslandsstudien-/Auslandspraxissemesters entscheidet die Studiengangleitung.

Praxisphasen, die vor oder während des Erststudiums (B.A., B.Sc., Diplom oder vergleichbarer Abschluss) und als Werkstudierendentätigkeit oder ähnliche Jobtätigkeiten absolviert wurden oder während des Masterstudiums werden, können i. d. R. nicht anerkannt werden, es sei denn, es können gleichwertige Kompetenzen zu den in der Modulbeschreibung genannten Kompetenzen nachgewiesen werden.