

Ausgabe 05 – 10.04.2015

Ludwigshafener Hochschulanzeiger
Publikationsorgan der Hochschule Ludwigshafen am Rhein

Inhaltsübersicht:

Seite 2: Spezielle Prüfungsordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Internationales Marketing Management der Hochschule Ludwigshafen am Rhein

Seite 8: Impressum

**Spezielle Prüfungsordnung für den konsekutiven Masterstudiengang
Internationales Marketing Management (IMM)
Hochschule Ludwigshafen am Rhein
vom 08.04.2015**

Präambel

Aufgrund des § 86 Absatz 2 Nr. 3 HochSchG in der Fassung vom 19.11.2010 (GVBl. S. 464), zuletzt geändert durch Art. 2 des Gesetzes vom 24.07.2014 (GVBl. S. 125), hat der Fachbereichsrat des Fachbereichs II – Marketing und Personalmanagement – der Hochschule Ludwigshafen am Rhein am 18.03.2015 die Spezielle Prüfungsordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Internationales Marketing Management erlassen. Diese hat der Präsident der Hochschule am 08.04.2015 gem. § 7 Absatz 3 Satz 2 HochSchulG genehmigt, nachdem der Senat gem. § 76 Absatz 2 Nr. 6 HochSchG dazu Stellung genommen hat. Die Spezielle Prüfungsordnung wird dem Ministerium für Bildung, Wissenschaft, Weiterbildung und Kultur angezeigt und nachfolgend bekannt gegeben.

§ 1 Geltungsbereich

(1) Für den konsekutiven Masterstudiengang Internationales Marketing Management (IMM) gelten die Bestimmungen der Allgemeinen Prüfungsordnung für Bachelor- und Master-Studiengänge der Hochschule Ludwigshafen am Rhein in der jeweils geltenden Fassung.

(2) Diese Ordnung enthält ergänzende spezielle Regelungen für den konsekutiven Masterstudiengang Internationales Marketing Management (IMM).

§ 2 Zugangsvoraussetzungen

(1) Der Zugang zum Studium setzt voraus:

- a) Ein mit der Durchschnittsnote 2,3 oder besser abgeschlossenes betriebswirtschaftliches Erststudium (Bachelor, Diplom) im Studiengang Marketing mit mindestens 70 Credits (ECTS) in einschlägigen Marketingfächern an einer Hochschule in der Bundesrepublik Deutschland oder einen solchen Abschluss an einer ausländischen Hochschule, für den in der Regel insgesamt mindestens 180 Credits (ECTS) nachzuweisen sind,
- b) oder ein mit der Durchschnittsnote 2,3 oder besser abgeschlossenes betriebswirtschaftliches Erststudium (Bachelor, Diplom) an einer Hochschule in der Bundesrepublik Deutschland oder einen solchen Abschluss an einer ausländischen Hochschule, für den in der Regel mindestens 180 Credits (ECTS) nachzuweisen sind, und die Eignung für den Masterstudiengang. Die Eignung wird dadurch nachgewiesen, dass
 - ba) im Erststudium mit Bachelor-Abschluss mindestens 40 Credits (ECTS) in einschlägigen Marketingfächern erworben wurden und durch das Bestehen einer Prüfung zur Feststellung der besonderen Eignung. Zu den einschlägigen Marketingfächern zählen u.a. Käuferverhalten, Marktforschung, Strategisches Marketing, Produkt-/Preis-/Markenmanagement, Kommunikationsmanagement, Vertriebsmanagement.
 - bb) im Erststudium mit Diplom-Abschluss mindestens 30 % der lehrplanmäßigen Veranstaltungen in einschlägigen Marketingfächern abgeleistet wurden und durch das Bestehen einer Prüfung zur Feststellung der besonderen Eignung. Zu den einschlägigen Marketingfächern

zählen u.a. Käuferverhalten, Marktforschung, Strategisches Marketing, Produkt-/Preis-/Markenmanagement, Kommunikationsmanagement, Vertriebsmanagement.

(2) Durch die Eignungsprüfung (Absatz (1) ba) und bb)) soll eine der Zugangsvoraussetzung nach Abs. (1) a) vergleichbare Eignung für den Masterstudiengang festgestellt werden.

Die Eignungsprüfung besteht aus einem schriftlichen Test und erfolgt spätestens vier Wochen vor Vorlesungsbeginn; der Termin wird mindestens zehn Wochen vor Vorlesungsbeginn veröffentlicht. Die Bearbeitungszeit der Prüfungsaufgaben beträgt 120 Minuten. In der Prüfung sollen die Bewerberinnen und Bewerber Kenntnisse auf Bachelorniveau in den Bereichen Strategisches Marketing, Produktmanagement, Preismanagement, Kommunikationsmanagement und Vertriebsmanagement nachweisen. Die Eignungsprüfung wird mit „bestanden“ oder „nicht bestanden“ bewertet. Bestanden ist sie, wenn mindestens 50 % der Gesamtpunktzahl erreicht werden.

§ 3 Akademischer Grad

Nach erfolgreichem Abschluss des Masterstudiums verleiht die Hochschule Ludwigshafen am Rhein den akademischen Grad „Master of Arts“ (abgekürzt „M.A.“).

§ 4 Aufbau und Dauer des Studiums

(1) Die Regelstudienzeit beträgt 4 Semester. Die für den erfolgreichen Abschluss erforderlichen Pflicht- und Wahlpflichtmodule ergeben sich aus der Anlage 1.

(2) Die Gesamtzahl der für einen erfolgreichen Abschluss zu erbringenden Leistungspunkte beträgt 120 und schließt die Masterarbeit im Umfang von 25 Leistungspunkten ein. Ein Leistungspunkt entspricht einem Workload von 30 Zeitstunden.

(3) Im dritten Semester ist ein Auslandsstudien- oder Praxissemester vorgesehen. Näheres regelt die Auslandsstudien-/Praxissemesterordnung (Anlage 2).

§ 5 Prüfungsausschuss

Dem Prüfungsausschuss gehören an:

- a) Dekanin oder Dekan als vorsitzendes Mitglied,
- b) drei Mitglieder der Hochschullehrergruppe,
- c) ein Mitglied der Studierendengruppe,
- d) ein Mitglied der gemeinsamen Gruppe der akademischen sowie der nicht wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter,
- e) eine im Prüfungsamt beschäftigte Person (mit beratender Stimme).

§ 6 Prüfungs- und Studienleistungen; Prüfungsorganisation

(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 Betreuerin oder dem Betreuer möglich.

(3) Fachspezifische Prüfungsarten gemäß APO § 15 Absatz 5 Satz 1 Buchstabe d) orientieren sich an den Regelungen der APO § 15 Absatz 11.

§ 7 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 Credits (ECTS) erworben haben.

(3) Die Bearbeitungszeit der Masterarbeit beträgt 6 Monate.

(4) Wissenschaftliches Arbeiten verlangt interpersonelle Nachprüfbarkeit. Dies ist bei Masterarbeiten, die mit Sperrvermerken seitens der Unternehmen versehen sind, nicht gegeben. Deshalb akzeptiert der Masterstudiengang Internationales Marketing Management grundsätzlich nur Masterarbeiten ohne Sperrvermerke.

§ 8 In-Kraft-Treten

(1) Diese Ordnung tritt am Tag nach ihrer Bekanntmachung im Hochschulanzeiger der Hochschule Ludwigshafen am Rhein in Kraft. Sie gilt für alle bereits immatrikulierten Studierenden im konsekutiven Masterstudiengang Internationales Marketing Management.

(2) Zugleich tritt die Spezielle Prüfungsordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Internationales Marketing Management an der Hochschule Ludwigshafen am Rhein vom 29.02.2012 außer Kraft.

Ludwigshafen, den 08. Apr. 2015

gez. Prof. Dr. Peter Mudra
Präsident der Hochschule
Ludwigshafen am Rhein

gez. Prof. Dr. Klaus Blettner
Dekan des FB II der Hochschule
Ludwigshafen am Rhein

Anlage 1:

Studienverlaufsplan Masterstudiengang Internationales Marketing Management (IMM)

Module	SWS	Prüfungsart*	LP	Workload
1. Semester				
Internationale strategische Marketingentscheidungen International Strategic Marketing Decisions	6	P (Schriftliche Bearbeitung einer Fallstudie/Ergebnispräsentation /Klausur)	10	300
Management Interdisciplinary Skills	6	P (Klausur)	10	300
Interkulturelle Kompetenz und Führung Culture and Leadership	6	P (Hausarbeit/** Klausur)	10	300
Gesamt	18	3	30	900
2. Semester				
Internationale Marketing-Mix-Entscheidungen International Marketing Mix Decisions	6	P (Hausarbeit / Klausur)	10	300
Sektorale Marketingentscheidungen Sector-related International Marketing Decisions	6	P (Hausarbeit / Klausur)	10	300
Marketingforschung Marketing Research	6	P (Erstellung u. Präsentation eines Forschungs-exposés bzw. Projektarbeit)	10	300
Gesamt	18	3	30	900
3. Semester				
Auslandsstudien- oder Praxissemester Study Abroad or Internship		SL (Bestandene Prüfungen im Wert von 30 ECTS an ausländischer Hochschule oder Praktikumnachweis u. Praxisbericht)	30	900
Gesamt		1	30	900
4. Semester				
Kolloquium und Masterarbeit Colloquium and Thesis	2	SL (Regelmäßige Teilnahme am Kolloquium u. Präsentation) P (Schriftliche Masterarbeit)	5 25	150 750
Gesamt	2	2	30	900

SWS: Semesterwochenstunden

LP: Leistungspunkte (nach dem European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS))

Workload: Arbeitsaufwand der Studierenden in Zeitstunden

P: Prüfung mit Note

SL: Studienleistung (erfolgreiche Teilnahme)

* Die Prüfungsart wird zu Beginn des Semesters bekannt gegeben.

** Der Schrägstrich zwischen den Prüfungsarten bedeutet „oder“. Kombinationen verschiedener Prüfungsarten sind in Ausnahmefällen möglich.

Anlage 2:

Auslandsstudien- / Praxissemesterordnung Masterstudiengang Internationales Marketing Management (IMM)

(1) Allgemeine Regelung

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

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

Die Studierenden werden durch die Studiengangleitung beraten und betreut. Sie stellen selbst sicher, dass sie eine ausländische Hochschule oder ein genehmigungsfähiges Praktikum im Marketingbereich finden und schlagen dies der Studiengangleitung zur Genehmigung vor. Die Genehmigung ist in der Regel im laufenden 2. Studiensemester, spätestens 4 Wochen vor Antritt des Auslandsstudien-/Praxissemesters mit folgenden Unterlagen zu beantragen:

1. Ausgefülltes Formular „Antrag auf Genehmigung des Auslandsstudien-/Praxissemesters“
2. Aktueller Notenausdruck als Nachweis der erfolgreichen Erbringung des 1. Semesters
3. Auslandsstudiensemester:
 - Bestätigung / Zusage der ausländischen Hochschule
 - Antrag auf Fächerwahl der ausländischen Hochschule (Learning Agreement)
- Praxissemester:
 - Praktikantenvertrag

(3) Auslandsstudiensemester

Studierende, die das 3. Semester als Auslandsstudiensemester an einer ausländischen Hochschule absolvieren, haben mindestens 3 Module aus folgenden Bereichen zu wählen und entsprechende Prüfungen im Wert von insgesamt 30 Credits (ECTS) zu erbringen:

- Global Business Logistics,
- Global Strategy,
- International Business Development,
- Business, Government & the International Economy,
- International Politics,
- Sustainability (Environmental Sustainability),
- Business Analysis and Valuation,
- Corporate Financial Management,
- Innovation Management,
- Entrepreneurship.

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
- Nachweis bestandener Prüfungen im Umfang von 30 Credits (ECTS) in den in Abstimmung mit der Studiengangleitung (Learning Agreement) gewählten Fächern.

(4) Praxissemester

Studierende, die ein Praxissemester absolvieren, können ihren Leistungsnachweis auf zwei Arten erbringen:

a) als Praxissemester in einem ausländischen Unternehmen oder einer ausländischen Tochter eines inländischen Unternehmens

oder

b) als Praxissemester in einem deutschen Unternehmen.

Erforderlich ist in beiden Fällen 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 (Umfang maximal 20 Din A4 Seiten).

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 beinhaltet folgende Gebiete des Unternehmensprojektes:

- Kurze Charakterisierung des Unternehmens,
- Problemstellung,
- Ziel des Projektes,
- Aufgabenstellung,
- Vorgehensweise,
- Methodologie,
- Projektergebnis,
- Kritische Bewertung.

Die Bewertung des Praxisberichtes übernimmt die Studiengangleitung.

Impressum:

**Hochschule Ludwigshafen am Rhein
Ernst-Boehe-Straße 4
D-67059 Ludwigshafen am Rhein**

Telefon: 0621/52 03 – 0
Telefax: 0621/52 03 – 196

E-Mail: infozentrale@hs-lu.de
Internet: www.hs-lu.de

Die Hochschule Ludwigshafen ist eine Körperschaft des Öffentlichen Rechts. Sie wird durch den Präsidenten Prof. Dr. Peter Mudra gesetzlich vertreten.
Umsatzsteueridentifikationsnummer: 27/660/0303/8

Zuständige Aufsichtsbehörde: Ministerium für Bildung, Wissenschaft, Weiterbildung und Kultur des Landes Rheinland-Pfalz, Mittlere Bleiche 61, D-55116 Mainz

Inhaltlich Verantwortlicher gemäß § 7 Telemediengesetz: Präsident der Hochschule Ludwigshafen,
Prof. Dr. Peter Mudra.