

Ausgabe 21 – 27. Okt. 2022

Ludwigshafener Hochschulanzeiger
Publikationsorgan der Hochschule für Wirtschaft und Gesellschaft Ludwigshafen

Inhaltsübersicht:

- Seite 2: Änderungsordnung zur Speziellen Prüfungsordnung für den konsekutiven Masterstudiengang International Marketing Management (IMM) der Hochschule für Wirtschaft und Gesellschaft Ludwigshafen
- Seite 4: Impressum

**Änderungsordnung zur
Spezielle Prüfungsordnung für den konsekutiven Masterstudien-
gang International Marketing Management (IMM)
der Hochschule für Wirtschaft und Gesellschaft Ludwigshafen**

vom

27.10.2022

Präambel

Aufgrund § 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 28.09.2022 die Änderungsordnung zur Speziellen Prüfungsordnung für den konsekutiven Masterstudiengang International Marketing Management erlassen. Diese hat das Präsidium der Hochschule am 24.10.2022 gem. § 7 Absatz 3 Satz 2 HochSchG genehmigt, nachdem der Senat am 19.10.2022 gem. § 76 Absatz 2 Nr. 6 HochSchG dazu Stellung genommen hat. Die Ordnung wird nachfolgend bekannt gemacht.

Artikel 1

Die Spezielle Prüfungsordnung für den konsekutiven Masterstudiengang International Marketing Management (IMM) der Hochschule für Wirtschaft und Gesellschaft Ludwigshafen vom 07.06.2017, zuletzt geändert durch Änderungsordnung vom 25.05.2022, wird wie folgt geändert:

§ 2 „Zugangsvoraussetzungen“ erhält durch Anpassungen in Absatz 1 und Streichung von Absatz 2 folgende Fassung:

„§ 2 Zugangsvoraussetzungen

(1) Der Zugang zum Studium setzt ein mit der Durchschnittsnote 2,5 oder besser abgeschlossenes betriebswirtschaftliches Erststudium (Bachelor, Diplom) an einer Hochschule in der Bundesrepublik Deutschland voraus 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

- im Erststudium mit Bachelor-Abschluss mindestens 30 Credits (ECTS) in einschlägigen Marketingfächern erworben wurden oder
- im Erststudium mit Diplom-Abschluss mindestens 30 % der lehrplanmäßigen Veranstaltungen in einschlägigen Marketingfächern abgeleistet wurden

(2) Einschlägige Marketingfächer nach Absatz 1 sind u. a. Allgemeine Marketinggrundlagen, Marketingforschung, Markenmanagement, Konsumentenverhalten, Psychologie, Marketingkommunikation, Vertriebsmanagement, CRM, Produkt- und Preismanagement, Strategisches Marketing und Online-Marketing.

(3) Für die Aufnahme des Studiums werden Englischkenntnisse auf dem Niveau B2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen (GER) vorausgesetzt.“

Artikel 2

Die Änderungsordnung tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung im Hochschulanzeiger der Hochschule für Wirtschaft und Gesellschaft Ludwigshafen in Kraft.

Ludwigshafen, 27.10.2022

gez. Prof. Dr. Gunther Piller

Präsident der Hochschule
für Wirtschaft und Gesellschaft Lud-
wigshafen

gez. Prof. Dr. Klaus Blettner

Dekan des Fachbereichs Marketing und
Personalmanagement der Hochschule
für Wirtschaft und Gesellschaft Ludwigs-
hafen

Impressum:

**Hochschule für Wirtschaft und Gesellschaft Ludwigshafen
Ernst-Boehe-Straße 4
D-67059 Ludwigshafen am Rhein**

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

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

Die Hochschule für Wirtschaft und Gesellschaft Ludwigshafen ist eine Körperschaft des Öffentlichen Rechts. Sie wird durch den Präsidenten Prof. Dr. Gunther Piller gesetzlich vertreten.

Umsatzsteueridentifikationsnummer: 27/660/0303/8

Zuständige Aufsichtsbehörde: Ministerium für Wissenschaft und Gesundheit des Landes Rheinland-Pfalz, Mittlere Bleiche 61, 55116 Mainz

Inhaltlich Verantwortlicher gemäß § 7 Telemediengesetz: Präsident der Hochschule für Wirtschaft und Gesellschaft Ludwigshafen, Prof. Dr. Gunther Piller