

Hinweis: Bis zur Veröffentlichung der URL im Hochschul-Nachrichtenblatt MBWFK hat die Satzung Entwurfscharakter!

**Prüfungsordnung (Satzung) der
NORDAKADEMIE Hochschule der
Wirtschaft für den postgradualen
Studiengang
Digital Marketing Management (M.Sc.) ab Jahrgang 2026
(Oktober)
Vom 24. März 2026**

NBl. HS MBWFK Schl.-H. Heftnr. 02/2026, S. XX.

Tag der Bekanntmachung auf der Homepage der NORDAKADEMIE: 25. März 2026.

Aufgrund des § 76 Absatz 9 in Verbindung mit § 52 des Gesetzes über die Hochschulen und das Universitätsklinikum Schleswig-Holstein (Hochschulgesetz-HSG) in der Fassung der Bekanntmachung vom 5. Februar 2016 (GVOBl. Schl.-H. S. 39), zuletzt geändert durch Artikel 1 des Gesetzes vom 11. Dezember 2025 (GVOBl. Schl.-H. 2025/144), wird nach Beschlussfassung vom 12. März 2026 durch den Senat und nach Genehmigung vom 24. März 2026 durch das Präsidium der NORDAKADEMIE Hochschule der Wirtschaft - im Folgenden NORDAKADEMIE genannt - die folgende Satzung erlassen:

I. Allgemeiner Teil

- § 1 Geltungsbereich
- § 2 Gegenstand des Studiums und Zweck der Prüfungen
- § 3 Aufbau des Studiums und Studiendauer
- § 4 Zulassungsvoraussetzungen
- § 5 Zulassungsantrag
- § 6 Eingangsprüfung und Zulassungsentscheidung

II. Masterprüfung

- § 7 Prüfungsleistungen
- § 8 Masterprüfungsverfahren
- § 9 Masterthesis
- § 10 Abschlussgrad und Gesamtnote

III. Ergänzende Bestimmungen

- § 11 In-Kraft-Treten

I. Allgemeiner Teil

§ 1 Geltungsbereich

- (1) Diese Prüfungsordnung findet Anwendung auf Prüfungen, die im Rahmen des konsekutiven Studiengangs Digital Marketing Management (M.Sc.) erfolgen.
- (2) Die Bestimmungen der Prüfungsverfahrensordnung gehen dieser Prüfungsordnung vor.
- (3) Diese Prüfungsordnung gilt erstmalig für Studierende des Studiengangs Digital Marketing Management (M.Sc.), die zum Studienbeginn 1. Oktober 2026 oder später zum Studium zugelassen werden.

§ 2 Gegenstand des Studiums und Zweck der Prüfungen

- (1) Ziel des Masterstudiengangs Digital Marketing Management ist es, die Studierenden unter Berücksichtigung der Entwicklungen im Bereich Big Data, Digitalisierung, Künstliche Intelligenz und Nachhaltigkeit mit den erforderlichen fachlichen, methodischen und Management-orientierten Kompetenzen auszustatten, die sie für eine verantwortungsvolle, kompetente und erfolgreiche Übernahme von Führungsaufgaben in der Wirtschaft, insbesondere im Einsatzfeld des digitalen Marketings und Vertriebs, benötigen. Er richtet sich an Bewerberinnen und Bewerber, die bereits über einen ersten Hochschulabschluss mit Lerninhalten aus den Bereichen Betriebswirtschaftslehre sowie Marketing und/oder Medien- und Kommunikationswissenschaften verfügen.
- (2) Durch die Prüfungen soll festgestellt werden, ob die Kandidatin oder der Kandidat über das in den Lernzielen der Module beschriebene Wissen und die beschriebenen Fertigkeiten und Kompetenzen verfügt, deren Beherrschung die Absolventinnen und Absolventen in die Lage versetzt, das in Absatz 1 definierte Studienziel zu erreichen. Durch das Bestehen von Prüfungen werden Credit Points nach dem European Credit Transfer System (ECTS), im Folgenden ECTS-Leistungspunkte genannt, erworben.

§ 3 Aufbau des Studiums und Studiendauer

- (1) Den Ablauf des Studiums regelt der Studienplan (Anlage 1). Im Studium werden insgesamt 90 ECTS-Leistungspunkte erworben. Die Regelstudienzeit beträgt drei Studienabschnitte. Ein Studienabschnitt dauert acht Kalendermonate.
- (2) Das Studium beginnt am 1. April oder am 1. Oktober. Dementsprechend dauert der erste Studienabschnitt für Studierende, die zum 1. April immatrikuliert werden, vom 1. April bis zum 30. November. Für Studierende, die zum 1. Oktober immatrikuliert werden, dauert der erste Studienabschnitt vom 1. Oktober bis zum 31. Mai. Die zweiten und dritten Studienabschnitte berechnen sich gemäß Absatz 1.
- (3) Die Veranstaltungen des Studiengangs finden in einer berufsbegleitenden Organisationsform statt.
- (4) Die für den Studiengang angebotenen Wahlpflichtmodule werden in einem Wahlpflichtkatalog veröffentlicht.

§ 4 Zulassungsvoraussetzungen

- (1) Zum Studiengang wird zugelassen, wer die formalen Voraussetzungen erfüllt und die Eingangsprüfung aus § 6 erfolgreich durchläuft.
- (2) Die formalen Voraussetzungen erfüllt die Kandidatin oder der Kandidat, wenn sie oder er einen im Inland staatlich anerkannten Hochschulabschluss einer in- oder ausländischen Hochschule besitzt und über Kenntnisse und Fertigkeiten in den Kernbereichen
 - a. Betriebswirtschaftslehre (mindestens 5 ECTS-Leistungspunkte) und
 - b. Marketing und/oder Medien- und Kommunikationswissenschaften (5 ECTS-Leistungspunkte)

verfügt.

- (3) Bestandteile der formalen Zulassungsvoraussetzungen nach § 4 Absatz 2 können durch geeignete, in der Regel einjährige Berufserfahrung oder durch eine angemessene Eignungsprüfung nachgewiesen werden. Diese, durch Berufserfahrung oder Bestehen einer Eignungsprüfung nachgewiesenen Bestandteile der Zulassung, sind im Rahmen des Auswahlgesprächs zu prüfen und zu dokumentieren.

§ 5 Zulassungsantrag

- (1) Die Zulassung zum Studiengang ist bei der Studiengangsleitung zu beantragen.
- (2) Der Antrag besteht aus
 - a. dem vollständig ausgefüllten Bewerbungsbogen im Bewerbungsportal,
 - b. dem Teilnahmenachweis an einem strukturierten Auswahlgespräch zum Studiengang,
 - c. dem tabellarischen Lebenslauf,
 - d. beglaubigten Zeugniskopien über bisherige Hochschulabschlüsse,
 - e. Nachweisen über weitere anerkennbare Studien- und Prüfungsleistungen und, soweit erforderlich,
 - f. Nachweise über deren staatliche Anerkennung.

§ 6 Eingangsprüfung und Zulassungsentscheidung

- (1) Über die Zulassung entscheidet der Zulassungsausschuss. Er besteht aus der Leiterin oder dem Leiter des Studiengangs oder einem von der Leiterin oder dem Leiter des Studiengangs benannten Vertreterin beziehungsweise Vertreter und einer vom Prüfungsausschuss benannten zweiten, unabhängigen Person.
- (2) Die Eingangsprüfung wird vom Zulassungsausschuss aufgrund des erfolgreichen Durchlaufens des Testverfahrens der Hochschule bewertet. Für Absolventinnen und Absolventen der NORDAKADEMIE mit einer Bachelor-Gesamtnote von „sehr gut“ oder „gut“ kann auf Entscheidung des Zulassungsausschusses auf die Eingangsprüfung verzichtet werden.
- (3) Im Rahmen der Eingangsprüfung ist die Bewerberin beziehungsweise der Bewerber zudem verpflichtet, an einem strukturierten Auswahlgespräch teilzunehmen. Zusätzlich wird bei Klärungsbedarf der formalen Voraussetzungen ein individuelles Beratungsgespräch vereinbart.
- (4) Die Ergebnisse der Eingangsprüfung und die begründete Zulassungsentscheidung

werden der Bewerberin oder dem Bewerber zeitnah mitgeteilt.

- (5) Im Rahmen der Eingangsprüfung werden die in § 4 Absatz 2 genannten Kompetenzen anhand der eingereichten Unterlagen und des Auswahlgesprächs festgestellt. Können diese nicht nachgewiesen werden, kann die Zulassung nur mit der aufschiebenden Bedingung, die fehlenden Kompetenzen vor Studienantritt nachzuweisen, erfolgen.
- (6) Bewerberinnen und Bewerber, die zu Studienbeginn weniger als 210 ECTS-Leistungspunkte beziehungsweise weniger als sieben Semester in Diplomstudiengängen erfolgreich studiert haben, können nur mit der Auflage zugelassen werden, dass anerkennbare Zusatzleistungen in Höhe der Workloaddifferenz vor der Graduierung zum Master erbracht werden, sofern die Anerkennung der im Beruf erworbenen Kompetenzen nicht möglich ist. Dies erhöht die Regelstudiendauer um den dem Workload im berufsbegleitenden Studium entsprechenden Zeitraum. Die Voraussetzung für die Studienaufnahme sind 180 ECTS-Leistungspunkte.

II. Masterprüfung

§ 7 Prüfungsleistungen

- (1) Die Masterprüfung besteht aus den studienbegleitenden Prüfungsleistungen gemäß Studienplan (Anlage 1).
- (2) Mit „nicht ausreichend“ bewertete Prüfungsleistungen sind spätestens beim zweiten gemäß der Abfolge aus § 11 Absatz 1 Prüfungsverfahrensordnung angebotenen Prüfungstermin zu wiederholen. Liegt in diesem Zeitraum eine Schutzfrist gemäß § 5 Absatz 1 Prüfungsverfahrensordnung, muss die Prüfung spätestens beim zweiten Prüfungstermin nach Ablauf der Schutzfrist wahrgenommen werden.

§ 8 Masterprüfungsverfahren

- (1) Das Bestehen der Masterprüfung wird in einem förmlichen Verfahren durch den Prüfungsausschuss festgestellt (Masterprüfungsverfahren). Das Masterprüfungsverfahren wird zweimal jährlich durchgeführt.
- (2) Die Zuordnung der Prüfungsformen zu den Modulen regelt der Studienplan (Anlage 1).

§ 9 Masterthesis

- (1) Die Bearbeitungsdauer der Masterthesis beträgt fünf Monate. Das Thema der Masterthesis kann ausgegeben werden, wenn die Kandidatin oder der Kandidat mindestens 50 ECTS-Leistungspunkte aus dem Studiengang gesammelt hat.
- (2) Das Thema der Masterthesis kann eine betrieblich relevante Problemstellung enthalten. Das Thema muss so beschaffen sein, dass es auf 70 bis 80 Seiten bearbeitet werden kann.

§ 10 Abschlussgrad und Gesamtnote

- (1) Ist die Masterprüfung bestanden, wird der akademische Grad „Master of Science“ verliehen.
- (2) Die Gesamtnote der Masterprüfung errechnet sich als mit den ECTS-Leistungspunkten gewichteter Mittelwert der gemäß Studienplan erforderlichen Prüfungsleistungen. § 27 Absatz 4 und Absatz 5 der Prüfungsverfahrensordnung gelten entsprechend.

III. Schlussbestimmungen

§ 11 In-Kraft-Treten

Diese Prüfungsordnung tritt am Tag nach ihrer Bekanntmachung in Kraft.

NORDAKADEMIE

Elmshorn, den 24. März 2026

Prof. Dr. Stefan Wiedmann

- Präsident -

Anhang

Anlage 1 zu § 3 Absatz 1, § 7 Absatz 1 und § 8 Absatz 2 PO-MDMM26: Studienplan

Modul	Art der Prüfung	Vormodule	Kontakt- stunden	ECTS- Leistungspunkte
Pflichtbereich				
Basismodule				
Wissenschaftliches Arbeiten und Ethik	Hausarbeit		25	5
Psychologie im Management	Hausarbeit		25	5
Digital Business Development	Klausur		25	5
Evidenzbasiertes Management	Hausarbeit		25	5
Strategisches Online Marketing	Klausur		25	5
Green Marketing	Klausur		25	5
Data Science for Marketers	Klausur		25	5
Künstliche Intelligenz und Kreativität im Marketing	Hausarbeit		25	5
Marketing und E-Commerce	Klausur		25	5
Brand Management & psychologische Markenführung	Klausur		25	5
Projekt	Projektarbeit		30	10
Wahlpflichtmodule (2 aus dem jeweils aktuellen Angebot des Studiengangs)				
Wahlpflichtmodule aus dem Studiengang				
Wahlpflichtmodul 1	Klausur, mdl. Prüfung, Hausarbeit, Portfolioprüfung, Projektarbeit	lt. Modul- beschreibung	25	5
Wahlpflichtmodul 2	Klausur, mdl. Prüfung, Hausarbeit, Portfolioprüfung, Projektarbeit	lt. Modul- beschreibung	25	5
Weitere Prüfungen				
Masterthesis	siehe § 9 PO	Wissenschaftliches Arbeiten und Ethik	-	20
				90