

**Prüfungsordnung (Satzung) der NORDAKADEMIE Hochschule der Wirtschaft
für den postgradualen Studiengang
Marketing and Sales Management (M.A.) ab Jahrgang 14 (Oktober)
vom 18. August 2014**

NBl. HS MBW Schl.-H. Heftnr. 05/2014, S. 62.

Tag der Bekanntmachung auf der Homepage der NORDAKADEMIE: 18.08.2014.

Aufgrund § 76 Abs. 6 i.V.m. § 52 des schleswig-holsteinischen Hochschulgesetzes (HSG) vom 28. Februar 2007 (GVOBl. Schl.-H. S. 184), zuletzt geändert durch Gesetz vom 22. August 2013 (GVOBl. Schl.-H. S. 365), wird nach Beschlussfassung durch den Senat der NORDAKADEMIE vom 12. August 2014 die folgende Satzung erlassen:

I. Allgemeiner Teil

- § 1 Geltungsbereich
- § 2 Gegenstand des Studiums und Zweck der Prüfungen
- § 3 Aufbau des Studiums und Studiendauer

II. Zulassung zum Studium

- § 4 Zulassungsvoraussetzungen
- § 5 Zulassungsantrag
- § 6 Eingangsprüfung und Zulassungsentscheidung

III. Masterprüfung

- § 7 Prüfungsleistungen
- § 8 Masterprüfungsverfahren
- § 9 Masterthesis
- § 10 Abschlussgrad und Gesamtnote
- § 11 Studienbegleitende Prüfungsleistungen der Masterprüfung

IV. Ergänzende Bestimmungen

- § 12 In-Kraft-Treten

I. Allgemeiner Teil

§ 1 Geltungsbereich

- (1) Diese Prüfungsordnung findet Anwendung auf Prüfungen, die im Rahmen des Studiengangs Marketing and Sales Management (M.A.) erfolgen.
- (2) Die Bestimmungen der Prüfungsverfahrensordnung gehen dieser Prüfungsordnung vor.

§ 2 Gegenstand des Studiums und Zweck der Prüfungen

- (1) Der Studiengang hat das Ziel, Fachwissen der betrieblichen Absatzwirtschaft und wissenschaftliche Methodenkompetenz sowie soziale Kompetenzen für eine integrierte und ganzheitliche Leitung der betrieblichen Vermarktungsfunktion zu vermitteln.
- (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 Absolventen in die Lage versetzt, das in Absatz 1 definierte Studienziel zu erreichen. Durch das Bestehen von Prüfungen werden Credits nach dem European Credit Transfer System (ECTS), im Folgenden ECTS-Punkte genannt, erworben.

§ 3 Aufbau des Studiums und Studiendauer

- (1) Den Ablauf des Studiums regelt der Studienplan (§ 11). Im Studium werden insgesamt 90 ECTS-Punkte 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.
- (5) In Modulbeschreibungen können Zulassungsvoraussetzungen und maximale Teilnehmerzahlen für die Wahlpflichtmodule festgelegt werden. Bei polyvalenten Wahlpflichtmodulen haben Studierende ihres eigenen Studiengangs Belegungspriorität.

II. Zulassung zum Studium

§ 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 ersten akademischen Abschluss besitzt und über Kenntnisse und Fertigkeiten in den Kernbereichen
 - Marktforschung,
 - Strategische Marketingplanung,
 - Marketing-Mix, insbesondere distributionspolitische Entscheidungen,
 - Marketingimplementierung und
 - Marketingcontrolling

verfügt. In der Regel erfordert dieses Kompetenzprofil einen Hochschulabschluss in einem der folgenden Szenarien.

Abschluss	Mindestumfang	Erforderliche ECTS-Punkte oder Semesterwochenstunden (SWS) aus dem Bereich der Betriebswirtschaftslehre
Bachelor Betriebswirtschaft	210 ECTS-Punkte	-
Bachelor mit Wirtschaft- in der Bezeichnung	210 ECTS-Punkte	-
Bachelor mit wirtschaftlicher Ausrichtung	210 ECTS-Punkte	-
Beliebiger Bachelor	210 ECTS-Punkte	≥ 40 ECTS-Punkte*
Diplom in BWL oder Volkswirtschaftslehre	7 Semester	-
Diplom mit „Wirtschaft“ in der Bezeichnung	7 Semester	-
Diplom mit wirtschaftlicher Ausrichtung	7 Semester	-
Beliebiger anderer Hochschulabschluss (z.B. Magister)	7 Semester	≥ 40 SWS*

*Die betriebswirtschaftlichen Kenntnisse müssen mindestens die oben genannten Kernbereiche enthalten.

§ 5 Zulassungsantrag

- (1) Die Zulassung zum Studiengang ist bei der Leiterin oder dem Leiter des Studiengangs zu beantragen.
- (2) Der Antrag besteht aus
 - dem vollständig ausgefüllten Bewerbungsbogen,
 - einem tabellarischen Lebenslauf,
 - beglaubigten Zeugniskopien über bisherige Hochschulabschlüsse. Nachweise über weitere anerkenbare Studien- und Prüfungsleistungen und, soweit erforderlich,
 - 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 bzw. Vertreter und einer vom Prüfungsausschuss benannten zweiten unabhängigen Person.
- (2) Die Eingangsprüfung wird vom Zulassungsausschuss bewertet. Sie besteht aus einem Persönlichkeitstest, einem fachlichen Test, einem Englischtest und einem strukturierten Auswahlgespräch. Für Absolventinnen und Absolventen der NORDAKADEMIE mit einer Bachelorgesamtnote von „sehr gut“ oder „gut“ kann auf Entscheidung der Zulassungskommission auf die Eingangsprüfung verzichtet werden.
- (3) Die Ergebnisse der Eingangsprüfung und die begründete Zulassungsentscheidung werden der Bewerberin oder dem Bewerber zeitnah mitgeteilt.
- (4) Im Rahmen der Eingangsprüfung werden die in § 4 (2) genannten Kompetenzen anhand der eingereichten Unterlagen, des fachlichen Tests und des Auswahlgesprächs festgestellt. Können diese nicht nachgewiesen werden, kann die Zulassung nur mit der aufschiebenden Bedingung, die fehlenden Kompetenzen vor Studienantritt nachzuweisen, erfolgen.
- (5) Bewerber und Bewerberinnen, die zu Studienbeginn weniger als 210 ECTS-Punkte bzw. weniger als 7 Semester in Diplomstudiengängen studiert haben, können nur mit der Auflage zugelassen werden, dass anerkennbare Zusatzleistungen in Höhe der Workloaddifferenz vor der Graduierung zum Master erbracht werden. Dies erhöht die Regelstudiendauer um den dem Workload im berufs begleitenden Studium entsprechenden Zeitraum.

III. Masterprüfung

§ 7 Prüfungsleistungen

- (1) Die Masterprüfung besteht aus den studienbegleitenden Prüfungsleistungen nach § 11.
- (2) Mit „nicht ausreichend“ bewertete Prüfungsleistungen sind spätestens beim zweiten gemäß der Abfolge aus PVO § 10 (1) angebotenen Prüfungstermin zu wiederholen. Liegt in diesem Zeitraum eine Schutzfrist gemäß PVO § 5 (1), muss die Prüfung spätestens beim zweiten Prüfungstermin nach dem Ende 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 § 11.
- (3) Die Dauer der Klausuren regelt § 11.

§ 9 Masterthesis

- (1) Die Bearbeitungsdauer der Masterthesis beträgt fünf Monate. Das Thema der Masterthesis kann ausgegeben werden, wenn die Kandidatin oder der Kandidat 50 ECTS-Punkte aus dem Studiengang gesammelt hat und wenn die Prüferin oder der Prüfer bestätigt, dass der Prüfling die erforderlichen Kompetenzen für das Bearbeiten des Themas besitzt.
- (2) Das Thema der Masterthesis kann eine betrieblich relevante Problemstellung enthalten. Das Thema muss so beschaffen sein, dass es auf 70 bis 80 Seiten mit Erfolg bearbeitet werden kann.

§ 10 Abschlussgrad und Gesamtnote

- (1) Ist die Masterprüfung bestanden, wird der akademische Grad „Master of Arts“ verliehen.
- (2) Die Gesamtnote der Masterprüfung errechnet sich als mit den ECTS-Punkten gewichteter Mittelwert der nach § 11 erforderlichen Prüfungsleistungen. § 12 (4) und (5) der Prüfungsverfahrensordnung gelten entsprechend.

§ 11 Studienplan

Modul		Art und Dauer der Prüfung	Vormodule	Vorlesungs- stunden	ECTS- Punkte
Code	Klarname				
Pflichtbereich					
Basismodule					
MBM1100	Wissenschaftliches Arbeiten	Hausarbeit		25	5
MBM1200	Wirtschaft und Ethik	Mündliche Prüfung oder Hausarbeit		25	5
MBM1300	Strategische Unternehmensführung	Klausur (2h)		25	5
MBM1400	Statistische Methoden	Klausur (2h)		25	5
Pflichtmodule					
MMS1100	Innovatives Marketing	Klausur (2h)		25	5
MMS1201	Vertriebsmanagement	Klausur (2h) oder mündliche Prüfung		25	5
MMS2100	Strategisches Marketing und Markenpolitik	Klausur (2h)	MBM1300	25	5
MMS2201	Verhandlungsmanagement	Klausur (2h) oder Hausarbeit	MMS1201	25	5
MMS2301	Kundenbeziehungsmanagement	Klausur (2h) oder Hausarbeit	MMS1201	25	5
MMS2400	Marktforschung und Marketingcontrolling	Klausur (2h) oder mündliche Prüfung	MBM1400	25	5
MMS2900	Projekt	Projektarbeit oder Hausarbeit		30	10
Wahlpflichtmodule (2 aus dem jeweiligen Angebot des Studiengangs)					
MMS3100	Wahlpflichtmodul 1	Klausur (2h) oder Hausarbeit oder mündliche Prüfung	lt. Modulbeschreibung	25	5
MMS3200	Wahlpflichtmodul 2	Klausur (2h) oder Hausarbeit oder mündliche Prüfung	lt. Modulbeschreibung	25	5
Weitere Prüfungen					
MMS3900	Masterthesis	siehe § 9	Basismodule	-	20

Im ersten Studienabschnitt sind die Basismodule und zwei Pflichtmodule zu belegen. In den beiden anderen Studienabschnitten ist ein Äquivalent von 30 ECTS-Punkten zu belegen. Ein Modul darf nur belegt werden, wenn alle als Vormodule definierten Module vorher belegt und bestanden wurden.

IV. Schlussbestimmungen

§ 12 In-Kraft-Treten

- (1) Diese Prüfungsordnung tritt am Tag nach ihrer Bekanntmachung in Kraft.
- (2) Diese Prüfungsordnung gilt erstmalig für Studierende, die zum Studienbeginn 1. Oktober 2014 zum Studium zugelassen werden.

NORDAKADEMIE

Elmshorn, 18. August 2014

Prof. Dr. Stefan Behringer

- Präsident -