

III. Die Zustimmung gilt als erteilt, wenn sie nicht innerhalb eines Monats nach Eingang der Anzeige bei der Aufsichtsbehörde versagt wird. In begründeten Einzelfällen kann die Aufsichtsbehörde die Frist durch Zwischenbescheid um einen Monat verlängern.

#### § 30

##### Verschwiegenheitspflicht

Vorstandsmitglieder, Geschäftsführer sowie Personen im Sinne des § 16 II. sind verpflichtet, über alle ihnen bei der Durchführung ihrer Aufgaben bekannt werdenden Tatsachen und Rechtsverhältnisse Verschwiegenheit zu bewahren. Im Übrigen bleiben die Vorschriften der Verwaltungsverfahrensgesetze der Länder über die Verschwiegenheitspflicht unberührt.

#### § 31

##### Inkrafttreten

Die Satzung tritt am 1. Oktober 1995 in Kraft.

Pronsfeld, den 13. März 1995

Ewald Pütz  
Der Vorstandsvorsteher

Wir erlassen als Aufsichtsbehörde die vorstehende Verbandssatzung des Wasser-, Boden- und Weideverbandes Pronsfeld mit Wirkung vom 1. Oktober 1995

Bitburg, den 24. Oktober 1995

Kreisverwaltung Bitburg-Prüm  
- Untere Wasserbehörde -  
Im Auftrag  
Mayer

**Hinweis der Kreisverwaltung des Eifelkreises Bitburg-Prüm als Aufsichtsbehörde über den Wasser-, Boden- und Weideverband Pronsfeld:**

Die Genehmigung der Satzung vom 1. Oktober 1995 wird bestätigt.

Die Satzung tritt entgegen dem Wortlaut der Satzung bzw. der Genehmigung mit dem Tag nach der Veröffentlichung in Kraft.

Bitburg, den 12. Mai 2010

Kreisverwaltung des Eifelkreises  
Bitburg-Prüm  
In Vertretung  
Andrea Fabry

## Hochschulen

3740.

### Prüfungsordnung für die weiterbildenden Fernstudiengänge MBA Vertriebsingenieur und MBA Marketing-Management des Fachbereichs Betriebswirtschaft an der Fachhochschule Kaiserslautern

Vom 26. März 2010

Aufgrund des § 7 Abs. 2 Nr. 2 und des § 86 Abs. 2 Nr. 3 des Hochschulgesetzes (HochSchG) vom 21. Juli 2003 (GVBl. S. 167, BS 223-41), geändert durch das Landesgesetz über die Errichtung der Universitätsmedizin der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (Universitätsmedizinengesetz - UMG -) vom 10. September 2009 (GVBl. S. 205), hat der Fachbereichsrat des Fachbereichs Betriebswirtschaft am 19. November 2008 die folgende Prüfungsordnung für die Master-Studiengänge MBA Vertriebsingenieur und MBA Marketing-Management an der Fachhoch-

schule Kaiserslautern, Standort Zweibrücken beschlossen. Diese Prüfungsordnung hat das Ministerium für Bildung, Wissenschaft, Jugend und Kultur mit Schreiben vom 25. März 2010, Az. 9526-1 Tgb. Nr. 3252/09, genehmigt. Sie wird hiermit bekannt gemacht.

#### Inhalt

- § 1 Geltungsbereich
- § 2 Zweck der Prüfung
- § 3 Akademischer Grad
- § 4 Regelstudienzeit, Studienaufbau und Umfang des Lehrangebots
- § 5 Allgemeine Zulassungsvoraussetzungen und Zulassungsverfahren
- § 6 Qualitätssicherung des Lehrangebots
- § 7 Zulassungsverfahren zur Prüfung
- § 8 Prüfungsausschuss
- § 9 Prüfende und Beisitzende, Betreuende der Master-Thesis
- § 10 Arten der Prüfungsleistungen
- § 11 Mündliche Prüfungen
- § 12 Schriftliche Prüfungen
- § 13 Master-Thesis
- § 14 Master-Kolloquium
- § 15 Bewertung der Prüfungsleistungen und Bildung der Fachnoten
- § 16 Versäumnis, Rücktritt, Täuschung, Ordnungsverstoß
- § 17 Bestehen, Nichtbestehen und Bescheinigung von Prüfungsleistungen
- § 18 Freiversuch, Einhalten von Fristen
- § 19 Wiederholung von Prüfungen und der Master-Thesis
- § 20 Anrechnung von Studienzeiten und Anerkennung von Prüfungsleistungen
- § 21 Umfang der Masterprüfung
- § 22 Bildung der Gesamtnote, Zeugnis
- § 23 Masterurkunde
- § 24 Ungültigkeit der Prüfung
- § 25 Einsicht in die Prüfungsakten
- § 26 Inkrafttreten

Anlage 1: Prüfungsgebiete und ECTS-Anrechnungspunkte MBA Vertriebsingenieur und MBA Marketing-Management

Anlage 2: Prüfungen und Kurseinheiten nach Prüfungsgebieten MBA Vertriebsingenieur und MBA Marketing-Management

Anlage 3: Struktur einer Modulbeschreibung

Anlage 4: Muster des Zeugnisses über die Masterprüfung

Anlage 5: Example of a Diploma Supplement

Anlage 6: Muster der Masterurkunde MBA Vertriebsingenieur und MBA Marketing-Management

#### § 1

##### Geltungsbereich

Die Masterprüfungsordnung gilt für die gebührenpflichtigen Weiterbildungsfernstudiengänge MBA Vertriebsingenieur und MBA Marketing-Management des Fachbereichs Betriebswirtschaft der Fachhochschule Kaiserslautern, Standort Zweibrücken. Die Weiterbildungsfernstudiengänge stehen Absolventen offen, die eine mindestens zweijährige, berufliche Praxis nach Abschluss des Studiums nachweisen können sowie Personen ohne ersten Hochschulabschluss nach § 5 Abs. 2 ff.

#### § 2

##### Zweck der Prüfung

Durch die Masterprüfung soll festgestellt werden, ob die Studierenden die Zusammenhänge ihres Faches überblicken, die Fähigkeit zu abstraktem und analytischem Denken besitzen, wissenschaftliche Methoden und Erkenntnisse anwenden können und die für die Berufspraxis notwendigen vertieften Fachkenntnisse erworben haben.

#### § 3

##### Akademischer Grad

Aufgrund der bestandenen Masterprüfung verleiht die Fachhochschule Kaiserslautern für die Studiengänge MBA Vertriebsingenieur und MBA Marketing-Management den akademischen Grad „Master of Business Administration (MBA)“.

#### § 4

##### Regelstudienzeit, Studienaufbau und Umfang des Lehrangebots

(1) Die Studiengänge werden als Fernstudiengänge in berufsintegrierender Form mit Präsenzphasen angeboten. Die berufsintegrierenden Fernstudiengänge erfolgen parallel zu einer beruflichen Tätigkeit. Die Fachhochschule Kaiserslautern kooperiert mit der Zentralstelle für Fernstudien an Fachhochschulen (ZFH) in Koblenz.

(2) Das Studium kann zum Winter- oder Sommersemester aufgenommen werden. Der Fachbereich kann Einschränkungen beschließen.

(3) Die Studienzeit, in der das Studium in der Regel abgeschlossen werden kann (Regelstudienzeit), beträgt vier Semester. Innerhalb der Regelstudienzeit kann die Masterprüfung abgelegt werden. Eines der vier Semester dient vorwiegend der Anfertigung der Master-Thesis. Insgesamt ist dem Studium eine Arbeitsbelastung entsprechend 90 ECTS-Punkten (European credit transfer system) zugeordnet (vgl. Anlage 1).

(4) Das Lehrangebot erstreckt sich über vier Semester. Der zeitliche Umfang der für den erfolgreichen Abschluss des Studiums erforderlichen Lehrveranstaltungen in Form von Präsenzen und Kurseinheiten ergibt sich aus der Anlage 2. Das Studium ist modular strukturiert. Die einzelnen Module umfassen inhaltlich zusammenhängende Studieninhalte. Die Leistungen aller Module werden studienbegleitend erbracht. Die zeitliche Reihenfolge des Lehrangebotes wird durch die Hochschule garantiert. Den Teilnehmern wird empfohlen, an den Lehrveranstaltungen in der zeitlichen Abfolge teilzunehmen, wie sie in den Anlagen angegeben ist. Eine erfolgreiche Leistungserbringung verlangt hohe studentische Eigenleistungen.

(5) Prüfungen können auch vor Ablauf der festgelegten Fristen abgelegt werden, sofern die für die Zulassung zur Prüfung erforderlichen Voraussetzungen erfüllt sind.

#### § 5

##### Allgemeine Zulassungsvoraussetzungen und Zulassungsverfahren

(1) Dem Antrag zur Zulassung zum Studium sind beizufügen:

1. ein Abschlusszeugnis mit einer überdurchschnittlichen Abschlussnote (mindestens Note „2,5“ oder relative Note „C“) in einem Studiengang an einer Fachhochschule, Universität oder gleichgestellten Hochschule; der Studiengang muss mindestens sechs Theoriesemester beinhalten.
2. der Nachweis über eine mindestens zweijährige, berufliche Praxis nach Abschluss des Studiums. Soweit im Studium nach

Ziffer 1 nicht 210 ECTS-Punkt erreicht wurden, können in der beruflichen Praxis erworbene gleichwertige Kenntnisse und Fähigkeiten im Umfang von 30 ECTS angerechnet werden.

3. bei ausländischen Bewerberinnen oder Bewerbern: einen Nachweis über fundierte Deutschkenntnisse, nachgewiesen durch die Mittelstufenprüfung der Goethe-Institute oder Äquivalente. Die Gleichwertigkeit alternativer Qualifikationen wird vom Prüfungsausschuss nachgeprüft.

4. ein Nachweis über Englisch-Kenntnisse, angelehnt an den Europäischen Referenzrahmen, spätestens bis zum Ende des ersten Semesters.

(2) Die Wahl des Studienganges MBA Vertriebsingenieur ist nur für Absolventen eines ingenieur- oder naturwissenschaftlichen Studiums möglich. Der Prüfungsausschuss kann für diesen Fernstudiengang Absolventen von anderen Studiengängen, die eine mindestens vierjährige einer Ingenieur-tätigkeit vergleichbare Berufstätigkeit nachweisen können, zulassen.

(3) Bewerberinnen und Bewerber haben entsprechende Unterlagen gem. Absätze 1 und 2 vorzulegen. Ist es nicht möglich, die Unterlagen in der vorgeschriebenen Weise zu erbringen, kann der Prüfungsausschuss gestatten, den Nachweis auf andere Weise zu führen.

(4) Personen ohne einen ersten Hochschulabschluss können unter folgenden Voraussetzungen zugelassen werden:

- die Bewerber müssen über die Fachhochschulreife verfügen und
- sie müssen eine berufliche Tätigkeit ausüben oder ausgeübt haben, die hinreichende inhaltliche Zusammenhänge mit dem gewählten Studiengang aufweist, insbesondere Kenntnisse und Fähigkeiten vermittelt hat, die für den Studiengang förderlich sind und
- sie sollen diese Tätigkeit mindestens fünf Jahre ausgeübt haben und
- sie müssen eine Eignungsprüfung erfolgreich bestanden haben.

(5) Durch die Eignungsprüfung soll die Gleichwertigkeit der beruflichen Qualifikation und einem abgeschlossenen grundständigen Studium festgestellt werden.

(6) Die Zulassung zur Eignungsprüfung setzt eine schriftliche Anmeldung voraus. Der Antrag muss zum 30. August für die im Wintersemester abzulegende Eignungsprüfung oder zum 30. Januar für die im Sommersemester abzulegende Eignungsprüfung bei der Fachhochschule Kaiserslautern vorliegen (Ausschlussfrist). Dem Antrag sind folgende Unterlagen beizufügen:

- ein Lebenslauf mit Angaben zur Ausbildung und zu einschlägigen Vorkenntnissen,
- eine Erklärung zur Studienmotivation und zum beruflichen Werdegang (inkl. Bescheinigungen über Art, Dauer und Ort der beruflichen Tätigkeit sowie gegebenenfalls über die Teilnahme an beruflichen Fortbildungsmaßnahmen) und
- eine Erklärung darüber, dass die Bewerberin oder der Bewerber eine vergleichbare Prüfung noch nicht abgelegt hat oder Angaben darüber, wo und wann versucht wurde, eine solche Prüfung abzulegen und mit welchem Ergebnis.

Die Zulassung zur Eignungsprüfung ist zu versagen, wenn die Bewerberin oder der Bewerber die erforderlichen Unterlagen nicht vorlegt oder bereits eine vergleichbare Prüfung endgültig nicht bestanden hat.

(7) Soweit in dieser Prüfungsordnung für die Eignungsprüfung keine speziellen Regelungen festgelegt werden, gelten die Regelungen dieser Prüfungsordnung sinngemäß; ein Freiversuch ist ausgeschlossen.

(8) Die Eignungsprüfung besteht aus folgenden Prüfungen:

- einer wissenschaftlichen Zulassungsarbeit,
- einer Klausur,
- der Präsentation der Zulassungsarbeit und
- einem Eignungsgespräch.

(9) Die Zulassungsarbeit ist eine Einzelarbeit, in der die Bewerberinnen und Bewerber zeigen sollen, dass sie in der Lage sind, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein gestelltes Fachproblem selbstständig zu bearbeiten. Die Ausgabe erfolgt durch Professoren oder Lehrbeauftragte (Betreuende der Zulassungsarbeit) des Fachbereichs Betriebswirtschaft. Die Bearbeitungszeit beträgt drei Monate; sie beginnt mit der Ausgabe des Themas. Der Umfang der Zulassungsarbeit soll 40 Seiten nicht überschreiten. Die Zulassungsarbeit ist fristgemäß bei dem vorsitzenden Mitglied des Prüfungsausschusses abzuliefern. Bei der Abgabe haben die Verfasser an Eides statt schriftlich zu versichern, dass sie die Arbeit selbstständig verfasst und keine anderen Hilfsmittel und Quellen benutzt haben. Die Bewertung soll innerhalb von vier Wochen erfolgen.

(10) In der Klausur sollen die Bewerberinnen und Bewerber nachweisen, dass sie in begrenzter Zeit Probleme erkennen und mit fachspezifischen Methoden Lösungen entwickeln können. Die schriftliche Prüfung dauert 120 Minuten und umfasst das Thema „Quantitative Methoden“ (Mathematik und Statistik) und richtet sich nach den Anforderungen der Bachelor-Studiengänge des Fachbereichs Betriebswirtschaft.

(11) In der Präsentation sollen die Bewerberinnen und Bewerber nachweisen, dass sie durch selbstständige Anwendung wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden ihre Arbeit verstanden und das Fachproblem gelöst haben. Ihre soziale Kompetenz sollen sie dahin gehend aufzeigen, dass sie in der Lage sind, ihre Arbeit verständlich und überzeugend zu präsentieren. Die Präsentation dauert zwischen 15 und 20 Minuten.

(12) In dem Eignungsgespräch soll die einem ersten Hochschulabschluss gleichwertige Befähigung der Bewerberinnen und Bewerber festgestellt werden. Geprüft werden das Allgemeinwissen und studiengangsrelevante Grundkenntnisse. Darüber hinaus werden die Vorstellung der Bewerberinnen und Bewerber von einem betriebswirtschaftlichen Studium sowie deren Motivation und die persönliche Lernfähigkeit erörtert. Das Eignungsgespräch ist eine Einzelprüfung; die Gesamtdauer liegt zwischen 30 und 40 Minuten.

(13) Bewertungsgrundlage für die in Absatz 6 genannten Prüfungen ist die Einschätzung über die Eignung der Bewerberin oder des Bewerbers zum erfolgreichen Absolvieren des Studiums.

Für die Bewertung der Prüfungen sind folgende Punkte vorgesehen:

- für die wissenschaftliche Zulassungsarbeit 0 bis 20 Punkte,
- für die Klausur 0 bis 40 Punkte,
- für die Präsentation der Zulassungsarbeit 0 bis 20 Punkte,
- für das Eignungsgespräch 0 bis 20 Punkte.

Prüfungen nach Absatz 6, die die Bewerberinnen und Bewerber aus von ihnen zu vertretenden Gründen nicht angetreten haben

oder nicht fristgerecht abgeliefert haben, werden mit 0 Punkten bewertet. Entsprechendes gilt für die Prüfungen, bei denen das Ergebnis der Prüfung durch Täuschung oder Benutzung nicht zugelassener Hilfsmittel beeinflusst oder der ordnungsgemäße Ablauf gestört wurde. Das Gesamtergebnis der Eignungsprüfung wird aus der Summe der in Satz 2 genannten Punkte der einzelnen Eignungsprüfungsleistungen gebildet. Die Eignungsprüfung gilt als „bestanden“, wenn eine Mindestpunktzahl von 50 erreicht wurde. Das Ergebnis der Eignungsprüfung ist den Bewerberinnen und Bewerbern im Anschluss an das Eignungsgespräch bekannt zu geben.

(14) Die bestandene Eignungsprüfung gilt für die Zulassung in den auf die Eignungsprüfung folgenden zwei Semestern, in denen der Eintritt in das Studium ermöglicht wird.

(15) Personen, die mindestens fünf Jahre eine einschlägige berufspraktische Tätigkeit vorweisen können und die Eignungsprüfung bestanden haben, können zu einem der weiterbildenden Studiengänge nach § 1 zugelassen werden.

(16) Eine erste Wiederholung der Eignungsprüfung ist zum nächsten Zeitpunkt möglich. In Ausnahmefällen ist eine zweite Wiederholung auf Antrag der Bewerberinnen und Bewerber möglich; der Prüfungsausschuss entscheidet über die Zulassung.

## § 6

### Qualitätssicherung des Lehrangebots

(1) Die Inhalte der einzelnen Module sind in einem Modulhandbuch, welches im Dekanat Betriebswirtschaft zur Einsichtnahme vorliegt, detailliert beschrieben. Die Darstellung der Modulhalte folgt dabei dem Muster der Anlage 3.

(2) Eine Fachkommission überwacht die Einhaltung der Inhalte und die Lehrqualität. Sie sorgt mit den Fachvertretern für die Weiterentwicklung in den einzelnen Modulen.

(3) Die Fachkommission besteht aus Professorinnen oder Professoren, die der Zentralausschuss der ZFH wählt.

## § 7

### Zulassungsverfahren zur Prüfung

(1) Der Prüfungsausschuss legt die Prüfungstermine fest und bestimmt, bis zu welcher Frist die Meldung und ggf. der Antrag auf Zulassung mit den erforderlichen Unterlagen spätestens vorliegen muss. Der Prüfungsausschuss bestimmt in Abstimmung mit den jeweilig Lehrenden die Art (§ 10 Abs. 1), die Form (§ 11 Abs. 1 und § 12 Abs. 1) und die Bearbeitungszeit (§ 12 Abs. 3 und 4) der Prüfungen und gibt diese Informationen zu Beginn des jeweiligen Semesters bekannt. Der Meldung bzw. dem Antrag zur ersten Prüfung beim Hochschulprüfungsamt haben die Studierenden eine Erklärung beizufügen, ob sie eine Prüfung in den Studiengängen MBA Vertriebsingenieur und MBA Marketing-Management oder in einem verwandten Studiengang endgültig nicht bestanden haben, ob sie sich in einem inhaltlich gleichen Studiengang an einer Hochschule in einem Prüfungsverfahren befinden oder ob und gegebenenfalls wie oft sowie in welchen Modulen oder Prüfungsgebieten sie bereits Prüfungsleistungen in demselben Studiengang oder in anderen Studiengängen an einer Hochschule in der Bundesrepublik Deutschland nicht bestanden haben.

(2) Über die Zulassung entscheidet der Prüfungsausschuss. Die Zulassung ist zu versagen, wenn die Studierenden die Prüfung in einem inhaltlich gleichen Studiengang an einer Hochschule in der Bundesrepublik Deutschland endgültig nicht bestanden ha-

ben, wenn sie sich in einem solchen Studiengang in einem Prüfungsverfahren befinden oder wenn Studierende wegen der Anrechnung von Fehlversuchen gem. § 19 Abs. 1 Satz 1 und 2 keine Möglichkeit mehr zur Erbringung von Prüfungsleistungen haben, die für das Bestehen der Masterprüfung erforderlich sind.

(3) Ist es nicht möglich, die Unterlagen in der vorgeschriebenen Weise zu erbringen, kann der Prüfungsausschuss gestatten, den Nachweis auf andere Weise zu führen.

#### § 8 Prüfungsausschuss

(1) Dem Prüfungsausschuss gehören an:

1. drei Professorinnen oder Professoren,
2. ein studentisches Mitglied und
3. ein Mitglied aus der Gruppe gemäß § 37 Abs. 2 Nr.3 und 4 HochSchG<sup>1</sup>.

(2) Der Prüfungsausschuss ist für die Organisation der Prüfungen und für Entscheidungen in Prüfungsangelegenheiten zuständig. Er achtet darauf, dass die Bestimmungen dieser Ordnung eingehalten werden. Das vorsitzende Mitglied des Prüfungsausschusses berichtet regelmäßig dem Fachbereich über die Entwicklung der Prüfungs- und Studienzeiten einschließlich der tatsächlichen Bearbeitungszeiten für die Master-Thesis sowie über die Verteilung der Fach- und Gesamtnoten. Der Prüfungsausschuss gibt Anregungen zur Reform der Prüfungsordnung. Der Prüfungsausschuss entscheidet über Widersprüche der zu prüfenden Personen.

(3) Die Mitglieder werden vom Fachbereichsrat, das vorsitzende Mitglied und die Stellvertretung vom Prüfungsausschuss gewählt. Die Amtszeit des studentischen Mitglieds beträgt ein Jahr, die der übrigen Mitglieder zwei Jahre. Vorzeitig ausgeschiedene Mitglieder werden durch Nachwahl für den Rest der Amtszeit ersetzt.

(4) Der Prüfungsausschuss kann einzelne Aufgaben dem vorsitzenden Mitglied übertragen. Ablehnende Entscheidungen kann nur der Prüfungsausschuss treffen, soweit eine entsprechende Entscheidungspraxis in vergleichbaren Angelegenheiten noch nicht besteht.

(5) Vorsitz und Stellvertretung werden von den Mitgliedern nach Absatz 1 Nr. 1 wahrgenommen. Der Prüfungsausschuss ist beschlussfähig, wenn mindestens das vorsitzende Mitglied sowie zwei weitere Mitglieder anwesend sind. Die Mitglieder des Prüfungsausschusses haben gleiches Stimmrecht. Beschlüsse werden mit einfacher Mehrheit gefasst; bei Stimmgleichheit entscheidet die Stimme des Vorsitzenden, wenn offen abgestimmt wird; sonst gilt Stimmgleichheit als Ablehnung. Mitglieder des Prüfungsausschusses, die die Voraussetzungen des § 25 Abs. 5 HochSchG nicht erfüllen, haben bei Entscheidungen des Prüfungsausschusses über die Bewertung und Anrechnung von Prüfungs- und Studienleistungen kein Stimmrecht. Die Mitglieder des Prüfungsausschusses haben das Recht, bei den Prüfungen zugegen zu sein, soweit sie sich nicht im gleichen Zeitraum zu derselben Prüfung angemeldet haben.

(6) Die Mitglieder des Prüfungsausschusses unterliegen der Amtsverschwiegenheit. Sofern sie nicht im öffentlichen Dienst stehen, sind sie durch das vorsitzende Mitglied zur Verschwiegenheit zu verpflichten.

#### § 9 Prüfende und Beisitzende, Betreuende der Master-Thesis

(1) Der Prüfungsausschuss bestellt Prüfende, Beisitzende für mündliche Prüfungen, die Mitglieder der Prüfungskommission gemäß § 14 Abs. 3 sowie Betreuende der Master-Thesis.

(2) Zu Prüfenden können nur Professorinnen oder Professoren, Honorarprofessorinnen oder Honorarprofessoren, Lehrbeauftragte und Lehrkräfte für besondere Aufgaben bestellt werden. Der Prüfungsausschuss kann bei Vorliegen zwingender Gründe unter Berücksichtigung von § 25 Abs. 4 und 5 HochSchG über Ausnahmen entscheiden.

(3) Zum Beisitz kann nur bestellt werden, wer in dem zu prüfenden Fach eine Masterprüfung oder eine vergleichbare Prüfung bestanden hat.

(4) Betreuende der Master-Thesis geben das Thema der Master-Thesis aus. Zu Betreuenden können Professorinnen und Professoren, Honorarprofessorinnen oder Honorarprofessoren, Lehrbeauftragte und Lehrkräfte für besondere Aufgaben bestellt werden.

(5) Der Prüfungsausschuss sorgt dafür, dass den Studierenden die Namen der Prüfenden und Beisitzenden, die Meldefristen zu den Prüfungen sowie die Prüfungstermine rechtzeitig bekannt gegeben werden.

(6) Für Prüfende und Beisitzende gilt § 8 Abs. 6 entsprechend.

#### § 10 Arten der Prüfungsleistungen

(1) Prüfungsleistungen sind

1. mündliche Prüfungen gem. § 11,
2. schriftliche Prüfungen gem. § 12,
3. die Master-Thesis gem. § 13,
4. das Master-Kolloquium gem. § 14.

In der Regel wird ein Modul mit einer Prüfung abgeschlossen.

(2) Machen Studierende durch ärztliches Zeugnis glaubhaft, dass sie wegen länger andauernder oder ständiger Behinderung nicht in der Lage sind, Prüfungen ganz oder teilweise in der vorgesehenen Form abzulegen, kann der Prüfungsausschuss gestatten, die Prüfungsleistung innerhalb einer verlängerten Bearbeitungszeit oder gleichwertige Prüfungsleistungen in anderer Form zu erbringen.

#### § 11 Mündliche Prüfungen

(1) In mündlichen Prüfungen sollen die Studierenden nachweisen, dass sie die Zusammenhänge des Prüfungsgebietes erkennen und spezielle Fragestellungen in diese Zusammenhänge einzuordnen vermögen. Durch mündliche Prüfungen soll ferner festgestellt werden, ob die Studierenden über ein breites Grundlagenwissen verfügen.

(2) Mündliche Prüfungen werden von mehreren Prüfenden oder von einer oder einem Prüfenden in Gegenwart eines sachkundigen beisitzenden Mitglieds abgenommen. Besteht eine Prüfung aus mehreren Teilgebieten, die von unterschiedlichen Lehrpersonen betreut wurden, so soll die Prüfung von diesen Lehrpersonen als Prüfenden durchgeführt werden. Mündliche Prüfungen sind Einzelprüfungen oder Gruppenprüfungen. An Gruppenprüfungen dürfen nicht mehr als drei Studierende teilnehmen.

(3) Mündliche Prüfungen dauern in der Regel 20 Minuten je Studierenden. Die Dauer kann in begründeten Fällen bis zu 5 Minuten unter- oder 10 Minuten überschritten werden.

(4) Die wesentlichen Gegenstände und Ergebnisse der mündlichen Prüfung sind in einem Protokoll für jede Studierende oder jeden Studierenden einzeln fest zu halten. Die Anfertigung des Protokolls nur in elektronischer Form ist ausgeschlossen. Soweit die Prüfung von einer prüfenden Person abgenommen wird, hört sie vor der Festsetzung der Note gem. § 15 Abs. 1 und 2 das beisitzende Mitglied. Das Ergebnis ist den Studierenden im Anschluss an die mündliche Prüfung bekannt zu geben.

(5) Studierende, die sich zu einem späteren Prüfungstermin der gleichen Prüfung unterziehen wollen, sollen nach Maßgabe der räumlichen Verhältnisse als Zuhörer zugelassen werden, es sei denn, die zu Prüfenden haben bei der Meldung zur Prüfung widersprochen.

(6) Mündliche Prüfungen finden studienbegleitend im Anschluss an die jeweiligen Lehrveranstaltungen statt.

(7) Auf Antrag von Studierenden kann die Gleichstellungsbeauftragte oder der Gleichstellungsbeauftragte des Fachbereiches an mündlichen Prüfungen teilnehmen.

#### § 12 Schriftliche Prüfungen

(1) In schriftlichen Prüfungen (Klausuren und Seminararbeiten) sollen die Studierenden nachweisen, dass sie in begrenzter Zeit Probleme erkennen und mit fachspezifischen Methoden Lösungen entwickeln können.

(2) Prüfungsleistungen werden von zwei Prüfenden bewertet.

(3) Klausuren dauern bei Gebieten mit:

zwei ECTS-Credits	90 Minuten
mehr als zwei ECTS-Credits	120 Minuten

(4) Seminararbeiten sind Einzelarbeiten oder Gruppenarbeiten. Bei Gruppenarbeiten muss der als Prüfungsleistung zu bewertende Beitrag der einzelnen Studierenden deutlich unterscheidbar und bewertbar sein. Die Bearbeitungszeit kann zwischen vier und acht Wochen betragen, sie wird durch die jeweilig Prüfenden rechtzeitig festgelegt und den Studierenden bekannt gegeben.

(5) Schriftliche Prüfungen sind in der Regel innerhalb von vier Wochen zu bewerten.

(6) Schriftliche Prüfungen finden studienbegleitend statt.

#### § 13 Master-Thesis

(1) Die Master-Thesis ist eine Prüfungsarbeit. Sie soll zeigen, dass die Studierenden in der Lage sind, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein wirtschaftswissenschaftliches Fachproblem selbstständig mit wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten.

(2) Das Thema der Master-Thesis kann von jedem der nach § 9 Abs. 4 Prüfungsberechtigten betreut werden. Die Studierenden haben erstmals nach Erreichen von mindestens 40 ECTS in den Studiengängen MBA Vertriebsingenieur und MBA Marketing-Management die Möglichkeit, ein Master-Thesisthema anzumelden. Die Studierenden haben dafür Sorge zu tragen, dass sie sich spätestens zwei Monate nach Bekanntgabe des Bestehens aller Prüfungsleistungen gemäß § 10 Abs. 1, Nr. 1 und 2 zur Master-Thesis anmelden; andernfalls gilt die Master-Thesis als erstmals nicht bestanden. Auf Antrag der Studierenden sorgt der Prüfungsausschuss dafür, dass sie ein Thema für eine

<sup>1</sup>Dies gilt nur insoweit, wie die Hochschule im Rahmen der Grundordnung von § 37 Abs. 2 Satz 5 2. Halbsatz HochSchG keinen Gebrauch macht. Sollte die Hochschule einen Beschluss entsprechend der vorgenannten Bestimmung fassen, muss jede Gruppe durch ein Mitglied vertreten sein.

Master-Thesis erhalten. Die Ausgabe der Themen der Master-Thesis erfolgt über das vorsitzende Mitglied des Prüfungsausschusses. Der Zeitpunkt der Ausgabe ist aktenkundig zu machen.

(3) Die Bearbeitungszeit beträgt vier Monate, gerechnet vom Ausgabetermin des Themas. Im Einzelfall kann das vorsitzende Mitglied des Prüfungsausschusses im Einvernehmen mit dem Themensteller eine Nachfrist von bis zu zwei Monaten gewähren. Bei einem empirischen Thema beträgt die Bearbeitungszeit bis zu sechs Monate.

(4) Thema und Aufgabenstellung der Master-Thesis müssen so gestellt sein, dass die Bearbeitungszeit eingehalten werden kann. Das Thema kann vom Studierenden nur einmal ohne Angaben von Gründen innerhalb der ersten zwei Monate nach Ausgabe des Themas zurückgegeben werden.

(5) Den Studierenden ist Gelegenheit zu geben, für das Thema der Master-Thesis Vorschläge zu machen. Die Master-Thesis darf in gleicher oder ähnlicher Form oder auszugswise im Rahmen einer anderen Prüfung vom Studierenden noch nicht vorgelegt worden sein.

(6) Die Anfertigung der Master-Thesis kann auch als Gruppenarbeit zugelassen werden, wenn die als Prüfungsleistungen zu bewertenden Beiträge der einzelnen Studierenden deutlich unterscheidbar und bewertbar sind und die Anforderungen nach Absatz 1 erfüllen.

(7) Die Master-Thesis ist fristgemäß in dreifacher Ausfertigung gebunden bei der bzw. dem Prüfungsausschussvorsitzenden abzuliefern. Bei der Abgabe haben die Studierenden schriftlich zu versichern, dass sie ihre Arbeit - bei einer Gruppenarbeit ihren entsprechend gekennzeichneten Anteil der Arbeit - selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt haben. Der Abgabetermin ist aktenkundig zu machen. Ist die Master-Thesis nicht fristgerecht abgeliefert, gilt sie als nicht bestanden.

(8) Die Master-Thesis ist von zwei Personen, die als Prüfende zugelassen sind, zu bewerten. Eine der beiden Personen soll die Arbeit betreut haben. Die Zeit für die Bewertung der Master-Thesis soll sechs Wochen nicht überschreiten.

#### § 14

##### Master-Kolloquium

(1) Das Kolloquium über die Master-Thesis besteht aus einer Kurzpräsentation der Master-Thesis durch den Studierenden. Hieran schließt sich eine mündliche Prüfung (§ 11) über die Master-Thesis an. Für Kurzpräsentation und mündliche Prüfung wird eine Note vergeben. Studierende des eigenen Studienganges können unter Zustimmung der zu prüfenden Person anwesend sein.

(2) Als Note der Master-Thesis gilt die aus Master-Thesis (Gewichtung 2/3) und Master-Kolloquium (Gewichtung 1/3) gebildete Gesamtnote. § 15 Abs. 3 gilt entsprechend mit der Maßgabe, dass beide Teilnoten mit mindestens „ausreichend“ (4,0) bewertet sein müssen.

(3) Das Master-Kolloquium ist vor einer Prüfungskommission zu verteidigen, der mindestens angehören:

1. die oder der Betreuende der Master-Thesis und ein weiterer Prüfender gem. § 9 Abs. 2 oder
2. die oder der Betreuende der Master-Thesis und ein weiteres sachkundiges beizitzendes Mitglied.

§ 11 Abs. 3 bis 7 gelten sinngemäß. Die Bewertung erfolgt gemäß § 15 Abs. 1 bis 3.

#### § 15

##### Bewertung der Prüfungsleistungen und Bildung der Fachnoten

(1) Für die Bewertung der Prüfungsleistungen sind folgende Noten zu verwenden:

- 1 = sehr gut  
(eine hervorragende Leistung)
- 2 = gut  
(eine Leistung, die erheblich über den durchschnittlichen Anforderungen liegt)
- 3 = befriedigend  
(eine Leistung, die durchschnittlichen Anforderungen entspricht)
- 4 = ausreichend  
(eine Leistung, die trotz ihrer Mängel noch den Anforderungen genügt)
- 5 = nicht ausreichend  
(eine Leistung, die wegen erheblicher Mängel den Anforderungen nicht mehr genügt).

(2) Zur differenzierten Bewertung von Prüfungsleistungen können die Noten um 0,3 vermindert oder erhöht werden; die Noten 0,7; 4,3; 4,7 und 5,3 sind dabei ausgeschlossen. Zulässige Notenstufen sind 1,0; 1,3; 1,7; 2,0; 2,3; 2,7; 3,0; 3,3; 3,7; 4,0; und 5,0. Noten schlechter als 4,0 sind „nicht ausreichend“.

(3) Werden mehrere Prüfungsleistungen in einer Prüfung zusammengefasst, errechnet sich die Note aus dem entsprechend der Leistungspunkte gewichteten Durchschnitt der Noten der einzelnen Prüfungsleistungen. Entsprechendes gilt bei der Bewertung durch mehrere Prüfende. Die Noten lauten:

sehr gut	bei einem Durchschnitt bis 1,5
gut	bei einem Durchschnitt über 1,5 bis 2,5
befriedigend	bei einem Durchschnitt über 2,5 bis 3,5
ausreichend	bei einem Durchschnitt über 3,5 bis 4,0
nicht ausreichend	bei einem Durchschnitt über 4,0.

Bei der Bildung der Noten wird nur die erste Dezimalstelle hinter dem Komma berücksichtigt; alle weiteren Stellen werden ohne Rundung gestrichen.

(4) Für die Umrechnung der Noten in die ECTS-Bewertungsskala gelten die Regeln der Kultusministerkonferenz (KMK) in der jeweilig gültigen Fassung.

(5) Für Module und für die Masterarbeit, die mit mindestens „ausreichend“ bewertet wurden, werden neben den Noten auch Leistungspunkte nach dem ECTS erteilt (Anlage 1). Die Leistungspunkte werden bei Bestehen eines Moduls erteilt, unabhängig von der Note des bestandenen Moduls.

#### § 16

##### Versäumnis, Rücktritt, Täuschung, Ordnungsverstoß

(1) Eine Prüfungsleistung gilt als mit „nicht ausreichend“ bewertet, wenn Studierende zu einem Prüfungstermin ohne triftige Gründe nicht erscheinen oder wenn sie nach Beginn der Prüfung ohne triftige Gründe von der Prüfung zurücktreten. Dasselbe gilt, wenn eine schriftliche Prüfungsleistung nicht innerhalb der vorgegebenen Bearbeitungszeit erbracht wird.

(2) Die für das Versäumnis eines Prüfungstermins oder für den Rücktritt nach Beginn einer Prüfung geltend gemachten Gründe müssen dem vorsitzenden Mitglied des Prüfungsausschusses unverzüglich schriftlich

angezeigt und glaubhaft gemacht werden. Bei Krankheit ist ein ärztliches Attest unverzüglich, d. h. ohne schuldhaftes Zögern, spätestens bis zum dritten Tag nach dem Prüfungstermin bei dem vorsitzenden Mitglied des Prüfungsausschusses vorzulegen. Das Attest muss die Prüfungsunfähigkeit erkennen lassen. Die Vorlage eines amtsärztlichen Attestes kann verlangt werden. Der Krankheit von Studierenden steht die Krankheit eines von ihnen zu versorgenden Kindes gleich. Werden die Gründe anerkannt, wird ein neuer Termin anberaumt.

(3) Versuchen Studierende, das Ergebnis der Prüfungsleistung durch Täuschung oder Benutzung nicht zugelassener Hilfsmittel zu beeinflussen, gilt die betreffende Prüfungsleistung für diese Studierenden als mit „nicht ausreichend“ bewertet. Studierende, die den ordnungsgemäßen Ablauf der Prüfung stören, können von den jeweils Prüfenden oder Aufsichtsführenden von der Fortsetzung der Prüfung ausgeschlossen werden. In diesem Fall gilt die betreffende Prüfungsleistung als mit „nicht ausreichend“ bewertet.

(4) Entscheidungen nach Absatz 3 sind vom Prüfungsausschuss den Studierenden unverzüglich schriftlich mitzuteilen, zu begründen und mit einer Rechtsbehelfsbelehrung zu versehen.

#### § 17

##### Bestehen, Nichtbestehen und Bescheinigung von Prüfungsleistungen

(1) Die Masterprüfung ist bestanden, wenn alle Prüfungen und die Master-Thesis mit mindestens „ausreichend“ bewertet wurden. Die Prüfung ist endgültig nicht bestanden, wenn die Wiederholungsmöglichkeiten der Prüfungsleistungen (§ 19 Abs. 1 und 2) erfolglos ausgeschöpft wurden.

(2) Die Ergebnisse der Prüfungen werden in geeigneter Form bekannt gegeben.

(3) Haben Studierende die Prüfung nicht bestanden, wird ihnen auf Antrag und gegen Vorlage der entsprechenden Nachweise eine zusammenfassende Bescheinigung über die erbrachten Prüfungsleistungen ausgestellt.

#### § 18

##### Freiversuch, Einhalten von Fristen

(1) Im Rahmen der Masterprüfung gilt eine mündliche oder schriftliche Prüfung gemäß § 11 bzw. § 12 im Falle des erstmaligen Nichtbestehens als nicht unternommen, wenn sie innerhalb der Regelstudienzeit abgelegt wurde und die weiteren Teile der Masterprüfung bereits abgelegt sind oder noch innerhalb der Regelstudienzeit abgelegt werden können (Freiversuch). Für die Master-Thesis gemäß § 13 sowie für das Master-Kolloquium § 14 wird ein Freiversuch nicht gewährt. Prüfungen, die wegen Täuschungen oder eines sonstigen ordnungswidrigen Verhaltens für nicht bestanden erklärt wurden, sind vom Freiversuch ausgeschlossen.

(2) Eine im Freiversuch bestandene Prüfung kann einmal zur Notenverbesserung zum jeweils nächsten Prüfungstermin wiederholt werden. Wird eine Notenverbesserung nicht erreicht, bleibt die im ersten Prüfungsversuch erzielte Note gültig.

(3) Bei der Ermittlung der für die Gewährung des Freiversuches maßgeblichen Fachstudiendauer und sonstigen Studienzeiten, die für die Einhaltung einer für die Meldung oder Abmeldung einer Prüfung oder ihrer Wiederholung vorgeschriebenen Frist maßgeblich ist, werden Verlängerungen und Unterbrechungen nicht berücksichtigt, soweit diese bedingt waren

1. durch die Mitwirkung in gesetzlich oder satzungsgemäß vorgesehenen Gremien der Fachhochschule, einer Studentenschaft oder eines Studentenwerks,
2. durch Krankheit oder andere von den Studierenden nicht zu vertretenden Gründen,
3. durch Schwangerschaft oder Erziehung eines Kindes.

Im Falle der Nummer 3 ist mindestens die Inanspruchnahme der gesetzlichen Mutterschutzfristen und der Fristen der Elternzeit nach dem Bundeselterngeld- und Erziehungszeitgesetz zu ermöglichen.

(4) Unberücksichtigt bleibt ferner ein ordnungsgemäßes einschlägiges Auslandsstudium bis zu zwei Semestern.

(5) Die Nachweise zu Absatz 3 und 4 obliegen den Studierenden.

#### § 19

##### Wiederholung von Prüfungen und der Master-Thesis

(1) Prüfungen, die nicht mindestens mit „ausreichend“ bewertet worden sind, können einmal wiederholt werden. Nicht bestandene Prüfungen in einem inhaltlich gleichen Studiengang an einer Hochschule in der Bundesrepublik Deutschland sind als Fehlversuche auf die zulässige Zahl der Wiederholungsprüfungen anzurechnen. Als Fehlversuche anzurechnen sind ferner nicht bestandene Prüfungsleistungen in Modulen oder Prüfungsgebieten eines anderen Studiengangs an einer Hochschule in der Bundesrepublik Deutschland, die denen in den Studiengängen MBA Vertriebsingenieur und MBA Marketing-Management im Wesentlichen entsprechen, soweit für deren Bestehen gleichwertige oder geringere Anforderungen gestellt wurden. Sind Teile einer Prüfung nicht bestanden, so müssen nur diese wiederholt werden. Die Wiederholung einer bestandenen Prüfung ist nicht zulässig. § 18 Abs. 2 bleibt unberührt.

(2) Eine mit der Note „nicht ausreichend“ bewertete Master-Thesis kann nur einmal mit neuem Thema wiederholt werden. Die erneute Anmeldung muss innerhalb von drei Monaten nach Datum des Bescheids über das Nichtbestehen bei dem vorsitzenden Mitglied des Prüfungsausschusses erfolgen.

(3) Die Wiederholungsprüfung muss zum jeweils nächsten Termin erfolgen. Über Ausnahmen entscheidet der Prüfungsausschuss unter Beachtung des § 26 Abs. 1 Nr. 3 HochSchG.

#### § 20

##### Anrechnung von Studienzeiten und Anerkennung von Prüfungsleistungen

(1) Studienzeiten und Prüfungsleistungen, die in einem Masterstudiengang Vertriebsingenieur, in einem Masterstudiengang Marketing-Management oder in einem verwandten Studiengang an einer Hochschule in der Bundesrepublik Deutschland erworben wurden, werden angerechnet, sofern die Zulassungsvoraussetzungen nach § 1 vorliegen.

(2) Studienzeiten und Prüfungsleistungen in anderen Studiengängen werden angerechnet bzw. anerkannt, soweit die Gleichwertigkeit festgestellt ist. Gleichwertigkeit ist festzustellen, wenn Studienzeiten und Prüfungsleistungen in Inhalt, Umfang und in den Anforderungen dieser Prüfungsordnung und der Studienordnung im Wesentlichen entsprechen. Dabei ist kein schematischer Vergleich, sondern eine Gesamtbetrachtung und Gesamtbewertung vorzunehmen. Bei der Anrechnung von Studienzeiten sowie der Anerkennung von Prüfungsleistungen, die

außerhalb der Bundesrepublik Deutschland erbracht wurden, sind die von der Kultusministerkonferenz (KMK) und Hochschulrektorenkonferenz (HRK) gebilligten Äquivalenzvereinbarungen sowie Absprachen im Rahmen von Hochschulpartnerschaften zu beachten.

(3) Für Studienzeiten, Studienleistungen und Prüfungsleistungen in staatlich anerkannten Fernstudien, für multimedial gestützte Studien- und Prüfungsleistungen sowie für Studien- und Prüfungsleistungen von Frühstudierenden gelten die Absätze 1 und 2 entsprechend; Absatz 2 gilt außerdem für Studienzeiten, Studienleistungen und Prüfungsleistungen an anderen Bildungseinrichtungen, insbesondere an staatlichen oder staatlich anerkannten Berufsakademien sowie an Fach- und Ingenieurschulen und Offiziershochschulen der ehemaligen Deutschen Demokratischen Republik.

(4) Außerhalb des Hochschulbereichs erworbene Kenntnisse und Fähigkeiten werden angerechnet, soweit Gleichwertigkeit besteht. Gleichwertige Kenntnisse und Fähigkeiten können höchstens die Hälfte des Studiums ersetzen.

(5) Werden Prüfungsleistungen anerkannt, werden Noten - soweit die Notensysteme vergleichbar sind - übernommen und in die Berechnung der Gesamtnote einbezogen. Bei unvergleichbaren Notensystemen wird der Vermerk „bestanden“ aufgenommen. Im Zeugnis wird eine Kennzeichnung der Anerkennung vorgenommen.

(6) Bei Vorliegen der Voraussetzungen der Absätze 1 bis 3 besteht ein Rechtsanspruch auf Anerkennung. Die Anrechnung von Studienzeiten und die Anerkennung von Prüfungsleistungen, die in der Bundesrepublik Deutschland erbracht wurden, erfolgt auf schriftlichen Antrag. Die Studierenden haben die für die Anrechnung erforderlichen Unterlagen vorzulegen.

(7) Soweit eine Anrechnung erfolgt, werden die entsprechenden Studienzeiten bei der Berechnung von Fristen nach dieser Prüfungsordnung berücksichtigt.

#### § 21

##### Umfang der Masterprüfung

Die Masterprüfung besteht aus

1. der Master-Thesis,
2. dem Master-Kolloquium und
3. den Prüfungen (gemäß § 10) in den Gebieten, die in der Anlage 1 dieser Prüfungsordnung aufgeführt sind.

#### § 22

##### Bildung der Gesamtnote, Zeugnis

(1) Aus dem arithmetischen, nach den ECTS-Credits gewichteten Durchschnitt der Noten der Fachprüfungen und der Note der Master-Thesis (§ 14 Abs. 2) wird die Gesamtnote gebildet. § 15 Abs. 1 und 2 gelten entsprechend. Bei überragenden Leistungen (Gesamtnote sehr gut) kann das Gesamturteil „Mit Auszeichnung bestanden“ erteilt werden.

(2) Über die bestandene Prüfung wird ein Zeugnis ausgestellt (vgl. Anlage 4). Das Zeugnis enthält:

1. Studiengang,
2. Thema und Note der Master-Thesis,
3. Noten der Prüfungsleistungen (gemäß Anlage 1),
4. Gesamtnote.

(3) Auf Antrag der Studierenden wird die bis zum Abschluss der Prüfung benötigte Fachstudienzeit in das Zeugnis aufgenommen.

(4) Das Zeugnis ist von der Präsidentin oder dem Präsidenten der Fachhochschule und dem vorsitzenden Mitglied des Prüfungsaus-

schusses zu unterzeichnen und trägt das Datum des Tages, an dem der Studierende die letzte Leistung erbracht hat.

(5) Die Hochschule stellt ein Diploma-Supplement (DS) entsprechend dem „Diploma-Supplement Modell“ von Europäischer Union/Europarat/UNESCO in deutscher und englischer Sprache aus. Als Darstellung des nationalen Bildungssystems (DS-Abschnitt 8) ist der zwischen Kultusministerkonferenz und Hochschulrektorenkonferenz abgestimmte Text in der jeweils gültigen Fassung zu verwenden<sup>2</sup>. Es enthält insbesondere Angaben über die Hochschule, die Art des Abschlusses, das Studienprogramm, die Zugangsvoraussetzungen, die Studienanforderungen und den Studienverlauf sowie über das deutsche Studiensystem (vgl. Anlage 5).

(6) Auf Antrag der Studierenden sind in einem Beiblatt zum Zeugnis die Gesamtnoten des jeweiligen Prüfungsjahrganges (Notenspiegel, Rangzahl) anzugeben.

(7) Die Ausstellung des Diploma-Supplements und des Zeugnisses in elektronischer Form ist ausgeschlossen.

#### § 23

##### Masterurkunde

(1) Über die bestandene Masterprüfung erhält der Absolvent oder die Absolventin eine Masterurkunde mit dem Datum des Zeugnisses nach dem Muster der Anlage 6 dieser Ordnung. Mit ihr wird der akademische Grad gemäß § 3 dieser Ordnung verliehen.

(2) Die Masterurkunde wird von der Präsidentin oder dem Präsidenten der Fachhochschule unterzeichnet und mit dem Siegel der Fachhochschule versehen.

(3) Auf Antrag der Studierenden fügt die Hochschule englischsprachige Übersetzungen der Urkunden bei.

(4) Die Ausstellung der Urkunde in elektronischer Form ist ausgeschlossen.

#### § 24

##### Ungültigkeit der Prüfung

(1) Haben Studierende bei einer Prüfung getäuscht und wird diese Tatsache erst nach der Aushändigung des Zeugnisses bekannt, so kann der Prüfungsausschuss nachträglich die Noten für diejenigen Prüfungsleistungen, bei deren Erbringung getäuscht wurde, entsprechend berichtigen und die Prüfung ganz oder teilweise als nicht bestanden erklären.

(2) Waren die Voraussetzungen für die Zulassung zu einer Prüfung nicht erfüllt, ohne dass die Studierenden hierüber täuschen wollten, und wird diese Tatsache erst nach Aushändigung des Zeugnisses bekannt, so wird dieser Mangel durch das Bestehen der Prüfung geheilt. Haben Studierende die Zulassung vorsätzlich zu Unrecht erwirkt, so entscheidet der Prüfungsausschuss.

(3) Den Studierenden ist vor einer Entscheidung des Prüfungsausschusses Gelegenheit zur Äußerung zu geben.

(4) Wird aufgrund einer Entscheidung nach Absatz 1 oder 2 die Note einer Prüfung abgeändert oder eine Prüfung als „nicht bestanden“ erklärt, ist das unrichtige Prüfungszeugnis einzuziehen und gegebenenfalls ein neues Prüfungszeugnis zu erteilen. Entsprechendes gilt für die Urkunde.

(5) Prüfungsunterlagen werden mindestens zwei Jahre nach Ausgabe des Zeugnisses

<sup>2</sup>Die jeweils geltende Fassung ergibt sich aus: <http://www.hrk.de> (Stichwort: Diploma Supplement)

aufbewahrt, soweit den Prüfungsergebnissen nicht widersprochen wird. In den Fällen, in denen den Prüfungsergebnissen widersprochen wird, sind die Prüfungsunterlagen solange aufzubewahren, bis das Verfahren endgültig abgeschlossen ist.

§ 25  
Einsicht in die Prüfungsakten

(1) Die Studierenden können sich über die Teilergebnisse der Prüfung vor Abschluss

der Prüfung beim Hochschulprüfungsamt unterrichten. § 17 Abs. 2 gilt entsprechend.

(2) Innerhalb eines Jahres nach abgeschlossener Prüfung kann den Studierenden auf Antrag Einsicht in ihre Prüfungsakten beim Hochschulprüfungsamt gewährt werden.

§ 26  
Inkrafttreten

Die Prüfungsordnung tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung in Kraft. Sie gilt für

Studierende, die sich in die Studiengänge MBA Vertriebsingenieur und MBA Marketing-Management einschreiben.

Zweibrücken, den 26. März 2010

Der Dekan  
des Fachbereiches  
Betriebswirtschaft  
der Fachhochschule Kaiserslautern  
Prof. Dr. Christoph Lauterbach

Anlage 1: Prüfungsgebiete und ECTS-Anrechnungspunkte MBA Vertriebsingenieur

1. Semester	ECTS	SWS	
		Präsenzen	KE
<b>Modul 1: Management-Framework</b>	10,5	1	6
Ganzheitliches Management			
Betriebswirtschaftliche Grundlagen I			
Betriebswirtschaftliche Grundlagen II			
Produktionslogistik			
Beschaffungslogistik			
Distributionslogistik			
<b>Modul 2: Communication &amp; Soft Skills for Leadership</b>	5,5	1	3
Rhetorik für den Kundenkontakt			
Verhandlung- und Argumentationstechniken			
Interkulturelles Management			
Methodenkompetenz			
<b>Modul 3: Marketing-Politik und Strategie</b>	4	0,5	2
Grundlagen und Strategie I: Marktorientierte Führung von Marketing und Vertrieb			
Grundlagen und Strategie II: Strategische Analyse und Strategieentwicklung			
<b>Gesamt:</b>	<b>20</b>	<b>2,5</b>	<b>11</b>
2. Semester	ECTS	SWS	
		Präsenzen	KE
<b>Modul 4: Management of Finance, Controlling &amp; Accounting</b>	11,5	1,5	6
<b>Management Accounting: Kosten- und Gewinnmanagement</b>			
Kosten- und Leistungsrechnung I			
Kosten- und Leistungsrechnung II			
<b>Finance &amp; Controlling (inkl. Marketingcontrolling, Scorecard):</b>			
Finanz- und Investitionsrechnung			
Controlling			
<b>Financial Accounting:</b>			
Jahresabschluss, Bilanzen			
<b>Modul 5: Marketing: Market Research und Kundenmanagement</b>	5,5	0,5	4
Informationsmanagement für das Marketing			
Marktpsychologie			
Topic of the Year			
Case Study-Seminar zum Marketing			
<b>Modul 6: Management: Economics &amp; Quantitative Analysis</b>	4	0,5	2
Volkswirtschaftslehre: Makroökonomie			
Datenanalyse: Statistik			
<b>Gesamt:</b>	<b>21</b>	<b>2,5</b>	<b>12</b>

SWS = Semesterwochenstunden; KE = Kurseinheiten

3. Semester:		ECTS	SWS	
			Präsenzen	KE
<b>Modul 7:</b>	<b>Instrumente für den Technischen Vertrieb: Marketing-Mix</b>	4	0,5	2
	Vertrieb und Distributions-Management Gegenleistung und Preispolitik			
<b>Modul 8:</b>	<b>Personal-, Projekt- und Managementtechniken</b>	6	1	3
	Personalführung Projektmanagement (inkl. Projektierung, Engineering) Unternehmensplanung und Risikomanagement			
<b>Modul 9:</b>	<b>Management des Technischen Vertriebes</b>	9	1	5
	CRM, e-business Vertriebsorganisation I Vertriebsorganisation II Kundenservice Verkaufsförderung			
<b>Gesamt:</b>		19	2,5	10
4. Semester: Abschlusssemester		ECTS	SWS	
			Präsenzen	KE
	Master-Thesis inkl. Kolloquium	26		
	Internat. Master-Thesis Seminar (Out of Campus)	4	2	
<b>Gesamt:</b>		30	2	
<b>Gesamt (1. – 4. Semester):</b>		90	9,5	33

SWS = Semestervochenstunden; KE = Kurseinheiten

#### Anlage 1: Prüfungsgebiete und ECTS-Anrechnungspunkte MBA Marketing-Management

1. Semester		ECTS	SWS	
			Präsenzen	KE
<b>Modul 1:</b>	<b>Management-Framework</b>	10,5	1	6
	Ganzheitliches Management Betriebswirtschaftliche Grundlagen I Betriebswirtschaftliche Grundlagen II Produktionslogistik Beschaffungslogistik Distributionslogistik			
<b>Modul 2:</b>	<b>Communication &amp; Soft Skills for Leadership</b>	5,5	1	3
	Rhetorik für den Kundenkontakt Verhandlung- und Argumentationstechniken Interkulturelles Management Methodenkompetenz			
<b>Modul 3:</b>	<b>Marketing-Politik und Strategie</b>	4	0,5	2
	Grundlagen und Strategie I: Marktorientierte Führung von Marketing und Vertrieb Grundlagen und Strategie II: Strategische Analyse und Strategieentwicklung			
<b>Gesamt:</b>		20	2,5	11

2. Semester	ECTS	SWS	
		Präsenzen	KE
<b>Modul 4: Management of Finance, Controlling &amp; Accounting</b>	<b>11,5</b>	<b>1,5</b>	<b>6</b>
<b>Management Accounting: Kosten- und Gewinnmanagement</b>			
Kosten- und Leistungsrechnung I			
Kosten- und Leistungsrechnung II			
<b>Finance &amp; Controlling (inkl. Marketingcontrolling, Scorecard):</b>			
Finanz- und Investitionsrechnung			
Controlling			
<b>Financial Accounting:</b>			
Jahresabschluss, Bilanzen			
<b>Modul 5: Marketing:</b>	<b>5,5</b>	<b>0,5</b>	<b>4</b>
<b>Market Research und Kundenmanagement</b>			
Informationsmanagement für das Marketing			
Marktpsychologie			
Topic of the Year			
Case Study-Seminar zum Marketing			
<b>Modul 6: Management: Economics &amp; Quantitative Analysis</b>	<b>4</b>	<b>0,5</b>	<b>2</b>
Volkswirtschaftslehre: Makroökonomie			
Datenanalyse: Statistik			
<b>Gesamt:</b>	<b>21</b>	<b>2,5</b>	<b>12</b>

SWS = Semesterwochenstunden; KE = Kurseinheiten

3. Semester:	ECTS	SWS	
		Präsenzen	KE
<b>Modul 10: Management-Techniken im internationalen Wirtschaftsraum</b>	<b>6,5</b>	<b>1</b>	<b>3</b>
Projektmanagement (inkl. Projektierung, Engineering)			
Unternehmensplanung und Risikomanagement			
Internationales Management			
<b>Modul 11: Internationales Marketing-Management</b>	<b>5,5</b>	<b>0,5</b>	<b>3</b>
Internationales Marketing / Außenhandel I			
Internationales Marketing / Außenhandel II			
Planung, Organisation und Durchführung von Großevents			
<b>Modul 12: Marketing-Instrumente: Strategie, Operation, Policy</b>	<b>7</b>	<b>1</b>	<b>4</b>
Angebot und Produkt-Management			
Gegenleistung und Preispolitik			
Kommunikation und Werbemanagement			
Vertrieb und Distributions-Management			
<b>Gesamt:</b>	<b>19</b>	<b>2,5</b>	<b>10</b>

4. Semester: Abschlusssemester	ECTS	SWS	
		Präsenzen	KE
Master-Thesis inkl. Kolloquium	26		
Internat. Master-Thesis Seminar (Out of Campus)	4	2	
<b>Gesamt:</b>	<b>30</b>	<b>2</b>	

<b>Gesamt (1. – 4. Semester):</b>	<b>90</b>	<b>9,5</b>	<b>33</b>
-----------------------------------	-----------	------------	-----------

SWS = Semesterwochenstunden; KE = Kurseinheiten



## Anlage 2: Prüfungen und Kurseinheiten nach Prüfungsgebieten MBA Vertriebsingenieur

1. Semester		Präsenzen (UE)	KE	Prüfung
<b>Modul 1:</b>	<b>Management-Framework</b>	16	6	KL
	Ganzheitliches Management			
	Betriebswirtschaftliche Grundlagen I			
	Betriebswirtschaftliche Grundlagen II			
	Produktionslogistik			
	Beschaffungslogistik			
	Distributionslogistik			
<b>Modul 2:</b>	<b>Communication &amp; Soft Skills for Leadership</b>	10	3	SA
	Rhetorik für den Kundenkontakt			
	Verhandlungs- und Argumentationstechniken			
	Interkulturelles Management			
	Methodenkompetenz			
<b>Modul 3:</b>	<b>Marketing-Politik und Strategie</b>	10	2	SA
	Grundlagen und Strategie I: Marktorientierte Führung von Marketing und Vertrieb			
	Grundlagen und Strategie II: Strategische Analyse und Strategieentwicklung			
<b>Gesamt:</b>		36	11	
2. Semester		Präsenzen (UE)	KE	Prüfung
<b>Modul 4:</b>	<b>Management of Finance, Controlling &amp; Accounting</b>	22	6	KL
	<b>Management Accounting: Kosten- und Gewinnmanagement</b>			
	Kosten- und Leistungsrechnung I			
	Kosten- und Leistungsrechnung II			
	<b>Finance &amp; Controlling (inkl. Marketingcontrolling, Scorecard):</b>			
	Finanz- und Investitionsrechnung			
	Controlling			
	<b>Financial Accounting:</b>			
	Jahresabschluss, Bilanzen			
<b>Modul 5:</b>	<b>Marketing: Market Research und Kundenmanagement</b>	10	4	SA
	Informationsmanagement für das Marketing			
	Marktpsychologie			
	Topic of the Year			
	Case Study-Seminar zum Marketing			
<b>Modul 6:</b>	<b>Management: Economics &amp; Quantitative Analysis</b>	10	2	KL
	Volkswirtschaftslehre: Makroökonomie			
	Datenanalyse: Statistik			
<b>Gesamt:</b>		42	12	

UE = Unterrichtseinheiten (1 UE = 45 min); KE = Kurseinheiten; KL = Klausur; SA = Seminararbeit

<b>3. Semester:</b>		<b>Präsenzen (UE)</b>	<b>KE</b>	<b>Prüfung</b>
<b>Modul 7:</b>	<b>Instrumente für den Technischen Vertrieb: Marketing-Mix</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>KL</b>
	Vertrieb und Distributions-Management Gegenleistung und Preispolitik			
<b>Modul 8:</b>	<b>Personal-, Projekt- und Managementtechniken</b>	<b>16</b>	<b>3</b>	<b>SA</b>
	Personalführung Projektmanagement (inkl. Projektierung, Engineering) Unternehmensplanung und Risikomanagement			
<b>Modul 9:</b>	<b>Management des Technischen Vertriebes</b>	<b>16</b>	<b>5</b>	<b>KL</b>
	CRM, e-business Vertriebsorganisation I Vertriebsorganisation II Kundenservice Verkaufsförderung			
<b>Gesamt:</b>		<b>40</b>	<b>10</b>	
<b>4. Semester: Abschlusssemester</b>		<b>Präsenzen (UE)</b>	<b>KE</b>	<b>Prüfung</b>
	Master-Thesis inkl. Kolloquium			<b>MT</b>
	Internat. Master-Thesis Seminar (Out of Campus)	<b>32</b>		
<b>Gesamt:</b>		<b>32</b>		
<b>Gesamt (1. – 4. Semester):</b>		<b>150</b>	<b>33</b>	

UE = Unterrichtseinheiten; KE = Kurseinheiten; KL = Klausur; SA = Seminararbeit; MT = Master-Thesis

## Anlage 2: Prüfungen und Kurseinheiten nach Prüfungsgebieten MBA Marketing-Management

1. Semester		Präsenzen (UE)	KE	Prüfung
<b>Modul 1:</b>	<b>Management-Framework</b>	<b>16</b>	<b>6</b>	<b>KL</b>
	Ganzheitliches Management			
	Betriebswirtschaftliche Grundlagen I			
	Betriebswirtschaftliche Grundlagen II			
	Produktionslogistik			
	Beschaffungslogistik			
	Distributionslogistik			
<b>Modul 2:</b>	<b>Communication &amp; Soft Skills for Leadership</b>	<b>10</b>	<b>3</b>	<b>SA</b>
	Rhetorik für den Kundenkontakt			
	Verhandlungs- und Argumentationstechniken			
	Interkulturelles Management			
	Methodenkompetenz			
<b>Modul 3:</b>	<b>Marketing-Politik und Strategie</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>SA</b>
	Grundlagen und Strategie I: Marktorientierte Führung von Marketing und Vertrieb			
	Grundlagen und Strategie II: Strategische Analyse und Strategieentwicklung			
<b>Gesamt:</b>		<b>36</b>	<b>11</b>	
2. Semester		Präsenzen (UE)	KE	Prüfung
<b>Modul 4:</b>	<b>Management of Finance, Controlling &amp; Accounting</b>	<b>22</b>	<b>6</b>	<b>KL</b>
	<b>Management Accounting: Kosten- und Gewinnmanagement</b>			
	Kosten- und Leistungsrechnung I			
	Kosten- und Leistungsrechnung II			
	<b>Finance &amp; Controlling (inkl. Marketingcontrolling, Scorecard):</b>			
	Finanz- und Investitionsrechnung			
	Controlling			
	<b>Financial Accounting:</b>			
	Jahresabschluss, Bilanzen			
<b>Modul 5:</b>	<b>Marketing: Market Research und Kundenmanagement</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>SA</b>
	Informationsmanagement für das Marketing			
	Marktpsychologie			
	Topic of the Year			
	Case Study-Seminar zum Marketing			
<b>Modul 6:</b>	<b>Management: Economics &amp; Quantitative Analysis</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>KL</b>
	Volkswirtschaftslehre: Makroökonomie			
	Datenanalyse: Statistik			
<b>Gesamt:</b>		<b>42</b>	<b>12</b>	

UE = Unterrichtseinheiten (1 UE = 45 min); KE = Kurseinheiten; KL = Klausur; SA = Seminararbeit

3. Semester:		Präsenzen (UE)	KE	Prüfung
<b>Modul 10:</b>	<b>Management-Techniken im internationalen Wirtschaftsraum</b> Projektmanagement (inkl. Projektierung, Engineering) Unternehmensplanung und Risikomanagement Internationales Management	16	3	SA
<b>Modul 11:</b>	<b>Internationales Marketing-Management</b> Internationales Marketing / Außenhandel I Internationales Marketing / Außenhandel II Planung, Organisation und Durchführung von Großevents	12	3	KL
<b>Modul 12:</b>	<b>Marketing-Instrumente: Strategie, Operation, Policy</b> Angebot und Produkt-Management Gegenleistung und Preispolitik Kommunikation und Werbemanagement Vertrieb und Distributions-Management	12	4	KL
<b>Gesamt:</b>		40	10	
4. Semester: Abschlusssemester		Präsenzen (UE)	KE	Prüfung
	Master-Thesis inkl. Kolloquium Internat. Master-Thesis Seminar (Out of Campus)	32		MT
<b>Gesamt:</b>		32		
<b>Gesamt (1. – 4. Semester):</b>		150	33	

UE = Unterrichtseinheiten; KE = Kurseinheiten; KL = Klausur; SA = Seminararbeit; MT = Master-Thesis

**Anlage 3: Struktur einer Modulbeschreibung**

Modul					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
1	Modulbausteine		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Modulbaustein					
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
3	Inhalte				
4	Literatur				

**Anlage 4:  
Muster des Zeugnisses über die  
Masterprüfung**

Fachhochschule Kaiserslautern  
University of Applied Sciences  
Betriebswirtschaft Zweibrücken

**MASTERPRÜFUNGSZEUGNIS**

Herr/Frau \_\_\_\_\_

geboren am \_\_\_\_\_ in \_\_\_\_\_

hat die Prüfung im weiterbildenden Fernstudien-  
gang Master of Business Administration  
(MBA) Vertriebsingenieur (Marketing-Management)

am \_\_\_\_\_ bestanden.

Thema der Master-Thesis:  
\_\_\_\_\_

Bewertung der Master-Thesis:  
\_\_\_\_\_

Die Prüfungsleistungen sind mit folgenden  
Noten beurteilt worden:

(Aufzählung der Prüfungsleistungen)

Die Gesamtnote der Prüfung lautet:  
\_\_\_\_\_

Kaiserslautern, den \_\_\_\_\_

Die Präsidentin / Vorsitzendes Mitglied  
der Präsident des  
der Fachhochschule Prüfungsausschusses

**Anlage 5:  
Example of a Diploma Supplement**

Fachhochschule Kaiserslautern  
University of Applied Sciences  
Betriebswirtschaft Zweibrücken

**DIPLOMA SUPPLEMENT**

Family Name \_\_\_\_\_

Given Names \_\_\_\_\_

Date of Birth day/month/year \_\_\_\_\_

Student ID: \_\_\_\_\_ Matr.no. \_\_\_\_\_

Qualification/Title conferred:  
MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION (MBA)  
Vertriebsingenieur (Marketing-Management)

awarded  
day/month/year

Main Field of Studies:  
<SALES ENGINEERING (MARKETING  
MANAGEMENT)

Awarding Institution:  
Fachhochschule Kaiserslautern -  
University of Applied Sciences Kaiserslautern

Level of Instructions/Examinations:  
German

Level of Qualification:  
Post graduate degree

Official Length of the Programme:  
Two years part-time (90 ECTS credits)

Access Requirements:  
General: University degree as Bachelor or  
equivalent with a grade above  
average  
Specific: Good level of German  
Minimum of three years working  
experience after graduation of 1<sup>st</sup>  
University degree

Mode of Study:  
part-time, distance learning programme

Programme Requirements:  
programme includes three half years of lectures  
(extensive reading material is provided/lectures  
are limited to Friday & Saturday four times per  
half a year/students are employed full-time).  
one half year to write a master thesis (including  
a final international off-campus-week at a partner  
university).  
The study programme is taught predominantly in  
German.

Program Details

Course	ECTS credits	Mark/Grade
...	...	...

(List of Course here)

Weighted Average:

Topic of the Master's Thesis:  
\_\_\_\_\_

Marks: 1 = very good 2 = good 3 = fair  
4 = sufficient 5 = fail (insufficient)

Access to further studies:  
The degree gives access to further postgraduate  
and doctoral level studies.  
Further information can be obtained from  
International Relations Office

Fachhochschule Kaiserslautern -  
University of Applied Sciences  
Morlauerer Straße 31  
67657 Kaiserslautern  
Phone: +49 631 / 37 24-133  
Fax +49 631 / 37 24-133  
e-mail: auslandsamt@verw-kl.fh-kl.de

Date: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
President

\_\_\_\_\_  
Chair of the board of examiners

Seal of the  
Fachhochschule Kaiserslautern  
University of Applied Sciences

**Anlage 6:  
Muster der Masterurkunde MBA  
Vertriebsingenieur und MBA  
Marketing-Management**

Fachhochschule Kaiserslautern  
University of Applied Sciences  
Betriebswirtschaft Zweibrücken

**MASTER OF BUSINESS  
ADMINISTRATION (MBA)**

Herr/Frau \_\_\_\_\_

geboren am \_\_\_\_\_ in \_\_\_\_\_

hat am \_\_\_\_\_  
die Prüfung im weiterbildenden Fernstudien-  
gang Master of Business Administration  
(MBA)  
Vertriebsingenieur (Marketing-Management)  
bestanden. Aufgrund dieser Prüfung wird  
ihr/ihm der Hochschulgrad

**MASTER OF BUSINESS  
ADMINISTRATION (MBA)**

verliehen.  
Kaiserslautern, den \_\_\_\_\_

Die Präsidentin  
der Präsident

Siegel der  
Fachhochschule Kaiserslautern  
University of Applied Sciences

