



# Hochschulanzeiger

der Fachhochschule Kaiserslautern

---

Freitag, den 30. Mai 2014

Nr. 11/2014/3

---

## INHALT

	Seite
Fachprüfungsordnung für den Bachelorstudiengang Technische Logistik an der Fachhochschule Kaiserslautern	2
Erste Änderung der Fachprüfungsordnung für den Bachelorstudiengang Logistics – Diagnostics and Design an der Fachhochschule Kaiserslautern	7
Erste Änderung der Ordnung für die Prüfung in den Bachelor-Studiengängen Finanzdienstleistungen, Information Management, Mittelstandsökonomie und Technische Betriebswirtschaft an der Fachhochschule Kaiserslautern	11
Richtlinie für den wissenschaftlichen Weiterbildungsstudiengang Betriebswirtschaft als Zertifikatsstudiengang	19
Erste Änderung der Richtlinien für die Weiterbildungs-Fernstudiengänge mit Hochschulzertifikat Vertriebsingenieur und Marketing-Management an der Fachhochschule Kaiserslautern	25
Erste Änderung der Prüfungsordnung für die weiterbildenden Fernstudiengänge MBA Vertriebsingenieur und MBA Marketing-Management des Fachbereichs Betriebswirtschaft an der Fachhochschule Kaiserslautern	32
Änderungsordnung der Beitragsordnung der Studierendenschaft der Fachhochschule Kaiserslautern, Campus Kaiserslautern und Pirmasens	41

---

Erste Änderung der Prüfungsordnung für die weiterbildenden Fernstudiengänge  
MBA Vertriebsingenieur und  
MBA Marketing-Management  
des Fachbereichs Betriebswirtschaft  
an der Fachhochschule Kaiserslautern  
vom 16. Mai 2014

Aufgrund des § 7 Abs. 2 Nr. 2 und des § 86 Abs. 2 Nr. 3 des Hochschulgesetzes (HochSchG) in der Fassung vom 19. November 2010 (GVBl. S. 463), zuletzt geändert durch Gesetz vom 20. Dezember 2011 (GVBl. S. 455), hat der Fachbereichsrat des Fachbereichs Betriebswirtschaft der Fachhochschule Kaiserslautern am 12.06.2013 die folgende Änderung der Prüfungsordnung für die weiterbildenden Fernstudiengängen MBA Vertriebsingenieur und MBA Marketing-Management vom 1. Februar 2012 an der Fachhochschule Kaiserslautern beschlossen.  
Diese Prüfungsordnung hat der Präsident am 15. Mai 2014 genehmigt. Sie wird hiermit bekannt gemacht.

Artikel 1  
Änderungen

- (1) Die Anlage 1 erhält die aus dem Anhang 1 zu dieser Änderung ersichtliche Fassung.
- (2) Die Anlage 2 erhält die aus dem Anhang 2 zu dieser Änderung ersichtliche Fassung.

Artikel 2  
Inkrafttreten

- (1) Diese Ordnung tritt am Tag nach ihrer Veröffentlichung im Hochschulanzeiger der Fachhochschule Kaiserslautern in Kraft.
- (2) Sie gilt für Studierende, die ihr Studium ab dem Wintersemester 2014/2015 in den Studiengängen MBA Vertriebsingenieur und MBA Marketing-Management aufnehmen.

Zweibrücken, 16. Mai 2014

Prof. Dr. Gunter Kürble  
Dekan des Fachbereichs Betriebswirtschaft  
Fachhochschule Kaiserslautern

Anhang 1 zu Artikel 1, Nr. 1

Anlage 1: Prüfungsgebiete und ECTS-Anrechnungspunkte MBA Vertriebsingenieur

1. Semester		ECTS	SWS	
			Präsenzen	KE
<b>Modul 1:</b>	<b>Management-Framework</b>	10	1	6
	Ganzheitliches Management			
	Betriebswirtschaftliche Grundlagen I			
	Betriebswirtschaftliche Grundlagen II			
	Interne Logistik			
	Neue Konzepte			
	Supply Chain Management			
<b>Modul 2:</b>	<b>Communication &amp; Soft Skills for Leadership</b>	5	1	3
	Rhetorik für den Kundenkontakt			
	Verhandlung- und Argumentationstechniken			
	Interkulturelles Management			
	Methodenkompetenz			
<b>Modul 3:</b>	<b>Marketing-Politik und Strategie</b>	5	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:</b>	<b>Management of Finance, Controlling &amp; Accounting</b>	10	1,5	5
	Management Accounting: Kosten- und Gewinnmanagement			
	Kosten- und Leistungsrechnung I			
	Kosten- und Leistungsrechnung II			
	Finance & Controlling (inkl. Marketingcontrolling, Scorecard):			
	Finanz- und Investitionsrechnung			
	Controlling			
	Financial Accounting:			
	Jahresabschluss, Bilanzen			
<b>Modul 5:</b>	<b>Marketing: Market Research und Kundenmanagement</b>	5	0,5	4
	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>	5	0,5	2
	Volkswirtschaftslehre: Makroökonomie			
	Datenanalyse: Statistik			
<b>Gesamt:</b>		20	2,5	11

SWS = Semesterwochenstunden; KE = Kurseinheiten

3. Semester:		ECTS	SWS	
			Präsenzen	KE
Modul 7:	Instrumente für den Technischen Vertrieb: Marketing-Mix Vertrieb und Distributions-Management Gegenleistung und Preispolitik	6	0,5	3
Modul 8:	Personal-, Projekt- und Managementtechniken Personalführung Projektmanagement (inkl. Projektierung, Engineering) Unternehmensplanung und Risikomanagement	6	1	3
Modul 9:	Management des Technischen Vertriebes CRM, e-business Vertriebsorganisation I Vertriebsorganisation II Kundenservice Verkaufsförderung	8	1	5
<b>Gesamt:</b>		<b>20</b>	<b>2,5</b>	<b>11</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 1: Prüfungsgebiete und ECTS-Anrechnungspunkte MBA Marketing-Management

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

2. Semester		ECTS	SWS	
			Präsenzen	KE
<b>Modul 4:</b>	<b>Management of Finance, Controlling &amp; Accounting</b> Management Accounting: Kosten- und Gewinnmanagement Kosten- und Leistungsrechnung I Kosten- und Leistungsrechnung II Finance & Controlling (inkl. Marketingcontrolling, Scorecard): Finanz- und Investitionsrechnung Controlling Financial Accounting: Jahresabschluss, Bilanzen	10	1,5	5
<b>Modul 5:</b>	<b>Marketing:</b> Market Research und Kundenmanagement Informationsmanagement für das Marketing Marktpsychologie Topic of the Year Case Study-Seminar zum Marketing	5	0,5	4
<b>Modul 6:</b>	<b>Management: Economics &amp; Quantitative Analysis</b> Volkswirtschaftslehre: Makroökonomie Datenanalyse: Statistik	5	0,5	2
<b>Gesamt:</b>		<b>20</b>	<b>2,5</b>	<b>11</b>

SWS = Semesterwochenstunden; KE = Kurseinheiten

3. Semester:	ECTS	SWS	KE
		Präsenzen	

Modul 10:	Management-Techniken im internationalen Wirtschaftsraum Projektmanagement (inkl. Projektierung, Engineering) Unternehmensplanung und Risikomanagement Internationales Management	6	1	3
Modul 11:	Internationales Marketing-Management Internationales Marketing / Außenhandel I Internationales Marketing / Außenhandel II Planung, Organisation und Durchführung von Großevents	7	0,5	4
Modul 12:	Marketing-Instrumente: Strategie, Operation, Policy Angebot und Produkt-Management Gegenleistung und Preispolitik Kommunikation und Werbemanagement Vertrieb und Distributions-Management	7	1	4
<b>Gesamt:</b>		<b>20</b>	<b>2,5</b>	<b>11</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

Anhang 2 zu Artikel 1, Nr. 2

Anlage 2: Prüfungen und Kurseinheiten nach Prüfungsgebieten MBA Vertriebsingenieur

1. Semester		Präsenzen (UE)	KE	Prüfung
<b>Modul 1:</b>	<b>Management-Framework</b> Ganzheitliches Management Betriebswirtschaftliche Grundlagen I Betriebswirtschaftliche Grundlagen II Interne Logistik Neue Konzepte Supply Chain Management	16	6	KL
<b>Modul 2:</b>	<b>Communication &amp; Soft Skills for Leadership</b> Rhetorik für den Kundenkontakt Verhandlungs- und Argumentationstechniken Interkulturelles Management Methodenkompetenz	10	4	SA
<b>Modul 3:</b>	<b>Marketing-Politik und Strategie</b> Grundlagen und Strategie I: Marktorientierte Führung von Marketing und Vertrieb Grundlagen und Strategie II: Strategische Analyse und Strategieentwicklung	10	2	SA
<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> Management Accounting: Kosten- und Gewinnmanagement Kosten- und Leistungsrechnung I Kosten- und Leistungsrechnung II Finance & Controlling (inkl. Marketingcontrolling, Scorecard): Finanz- und Investitionsrechnung Controlling Financial Accounting: Jahresabschluss, Bilanzen	22	6	KL
<b>Modul 5:</b>	<b>Marketing: Market Research und Kundenmanagement</b> Informationsmanagement für das Marketing Marktpsychologie Topic of the Year Case Study-Seminar zum Marketing	10	4	SA
<b>Modul 6:</b>	<b>Management: Economics &amp; Quantitative Analysis</b> Volkswirtschaftslehre: Makroökonomie Datenanalyse: Statistik	10	2	KL
<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
Modul 7:	Instrumente für den Technischen Vertrieb: Marketing-Mix Vertrieb und Distributions-Management Gegenleistung und Preispolitik	10	2	KL
Modul 8:	Personal-, Projekt- und Managementtechniken Personalführung Projektmanagement (inkl. Projektierung, Engineering) Unternehmensplanung und Risikomanagement	16	3	SA
Modul 9:	Management des Technischen Vertriebes CRM, e-business Vertriebsorganisation I Vertriebsorganisation II Kundenservice Verkaufsförderung	16	5	KL
<b>Gesamt:</b>		<b>42</b>	<b>10</b>	

4. Semester: Abschlusssemester		Präsenzen (UE)	KE	Prüfung
	Master-Thesis inkl. Kolloquium			MT
	Internat. Master-Thesis Seminar (Out of Campus)	32		SL
<b>Gesamt:</b>		<b>32</b>		

<b>Gesamt (1. – 4. Semester):</b>		<b>152</b>	<b>33</b>	
-----------------------------------	--	------------	-----------	--

UE = Unterrichtseinheiten; KE = Kurseinheiten; KL = Klausur; SA = Seminararbeit; SL = Studienleistung;  
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> Ganzheitliches Management Betriebswirtschaftliche Grundlagen I Betriebswirtschaftliche Grundlagen II Interne Logistik Neue Konzepte Supply Chain Management	16	6	KL
<b>Modul 2:</b>	<b>Communication &amp; Soft Skills for Leadership</b> Rhetorik für den Kundenkontakt Verhandlungs- und Argumentationstechniken Interkulturelles Management Methodenkompetenz	10	4	SA
<b>Modul 3:</b>	<b>Marketing-Politik und Strategie</b> Grundlagen und Strategie I: Marktorientierte Führung von Marketing und Vertrieb Grundlagen und Strategie II: Strategische Analyse und Strategieentwicklung	10	2	SA
<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> Management Accounting: Kosten- und Gewinnmanagement Kosten- und Leistungsrechnung I Kosten- und Leistungsrechnung II Finance & Controlling (inkl. Marketingcontrolling, Scorecard): Finanz- und Investitionsrechnung Controlling Financial Accounting: Jahresabschluss, Bilanzen	22	6	KL
<b>Modul 5:</b>	<b>Marketing:</b> Market Research und Kundenmanagement Informationsmanagement für das Marketing Marktpsychologie Topic of the Year Case Study-Seminar zum Marketing	10	4	SA
<b>Modul 6:</b>	<b>Management: Economics &amp; Quantitative Analysis</b> Volkswirtschaftslehre: Makroökonomie Datenanalyse: Statistik	10	2	KL
<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
Modul 10:	Management-Techniken im internationalen Wirtschaftsraum Projektmanagement (inkl. Projektierung, Engineering) Unternehmensplanung und Risikomanagement Internationales Management	16	3	SA
Modul 11:	Internationales Marketing-Management Internationales Marketing / Außenhandel I Internationales Marketing / Außenhandel II Planung, Organisation und Durchführung von Großevents	14	3	KL
Modul 12:	Marketing-Instrumente: Strategie, Operation, Policy Angebot und Produkt-Management Gegenleistung und Preispolitik Kommunikation und Werbemanagement Vertrieb und Distributions-Management	12	4	KL
Gesamt:		42	10	

4. Semester: Abschlusssemester		Präsenzen (UE)	KE	Prüfung
	Master-Thesis inkl. Kolloquium			MT
	Internat. Master-Thesis Seminar (Out of Campus)	32		SL
Gesamt:		32		

Gesamt (1. – 4. Semester):		152	33	
----------------------------	--	-----	----	--

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



# Staatsanzeiger

## für Rheinland-Pfalz

### Ämtliche Bekanntmachungen

MONTAG, DEN 12. MÄRZ 2012

STAATSANZEIGER

NR. 8 / SEITE 657

#### INHALT

Seite		Seite	Seite
	<b>Staatskanzlei</b>		
	Erteilung eines Exequaturs an Herrn Dragan Dragic, Generalkonsul von Bosnien und Herzegowina in Stuttgart ..... 657		
	Erlöschen eines Exequaturs hier: Herr Alfred Weiß, Honorarkonsul der Republik Uganda in Mainz ..... 657		
	<b>Ministerium für Bildung, Wissenschaft, Weiterbildung und Kultur</b>		
	Wahlordnung für die Wahl der Kirchenvorstände im nordrhein-westfälischen und rheinland-pfälzischen Anteil des Erzbistums Köln ..... 658		
	<b>Aufsichts- und Dienstleistungsdirektion</b>		
	Bekanntmachung der Prüfungstermine für die Abschlussprüfung nach § 37 Berufsbildungsgesetz (BBiG) in dem Ausbildungsberuf „Straßenwärterin / Straßenwärter“ ..... 660		
	<b>Struktur- und Genehmigungsdirektion Süd</b>		
	Veröffentlichung nach § 88 Abs. 2 Nr. 3 des Wassergesetzes für das Land Rheinland-Pfalz des Wassergesetz - LWG) zur Fassung der Bekanntmachung vom 22. Januar 2004, GVBl. 2004, S. 54, zuletzt geändert durch Gesetz vom 5. April 2005, GVBl. 2005, S. 98 Hochwasserschutz; Überschwemmungsgebiete nach § 88 Abs. 2 Nr. 3 LWG ..... 661		
	<b>Hochschulen</b>		
	Änderung der Satzung der Verfassten Studierendenschaft der TU Kaiserslautern ..... 661		
	Prüfungsordnung für die Prüfung im lehramtsbezogenen Zertifikatsstudiengang Lehramt (Erweiterungsprüfung) an der TU Kaiserslautern ..... 661		
	Ordnung zur Änderung der Fachprüfungsordnung für den Bachelorstudiengang Facility Management an der Technischen Universität Kaiserslautern ..... 667		
	Ordnung zur Änderung der Ordnung des Fachbereichs 08 der Johannes Gutenberg-Universität Mainz für die Prüfung im Bachelorstudiengang Meteorologie ... 668		
	Fachprüfungsordnung für den Bachelorstudiengang Virtual Design an der Fachhochschule Kaiserslautern .. 677		
	Bibliothekordnung der Hochschulbibliothek Kaiserslautern ..... 679		
	Prüfungsordnung für die weiterbildenden Fernstudiengänge MBA Vertriebsingenieur und MBA Marketing-Management des Fachbereichs Betriebswirtschaft an der Fachhochschule Kaiserslautern ... 681		
	Fachprüfungsordnung für die konsekutiven Master-Studiengänge		
	„International Finance & Entrepreneurship“ und „Information Management“ des Fachbereichs Betriebswirtschaft an der Fachhochschule Kaiserslautern ... 695		
	Ordnung zur Änderung der Beitragsordnung des Studierendenwerks Koblenz ..... 703		
	<b>Sonstige Veröffentlichungen</b>		
	Auflösung des Vereins „Freunde Oppenheims e.V.“ ..... 703		
	Bekanntmachung gemäß § 3a des Gesetzes über die Umweltverträglichkeitsprüfung (UVPG) (Ausbau der B 8 bei Borod nach RiStWag) ..... 703		
	Bekanntmachung gemäß § 3a des Gesetzes über die Umweltverträglichkeitsprüfung (UVPG), (Ausbau der K 75 in der Ortsdurchfahrt Battweiler) ..... 703		
	Landessstraße (L) 505, Eußerthal Einziehung der nördlichen Teilstrecke zwischen dem Weiler Taubensuhl und dem Anschluss an die Bundesstraße (B) 48 ..... 703		
	Auflösung der Stiftung Private Medizinische Hochschule Ludwigshafen ..... 703		
	Satzung zur Änderung der Satzung der Architektenkammer Rheinland-Pfalz ..... 704		
	Öffentliche Ausschreibungen ..... 704		
	Stellenausschreibungen ..... 704		
	Bekanntmachungen der Gerichte ..... 708		

#### Staatskanzlei

1440.

Erteilung eines Exequaturs  
an Herrn Dragan Dragic,  
Generalkonsul von  
Bosnien und Herzegowina  
in Stuttgart

Bekanntmachung der Staatskanzlei  
vom 23. Februar 2012 (01221-10/08)

Die Bundesregierung hat dem zum Leiter der

en und Herzegowina in Stuttgart ernannten  
Herrn Dragan Dragic am 15. Februar 2012  
das Exequatur als Generalkonsul erteilt.

Das dem bisherigen Generalkonsul, Herrn  
Hariz Halilovic, am 28. Oktober 2008 erteilte  
Exequatur ist erloschen.

Der Konsularbezirk umfasst auch das Land  
Rheinland-Pfalz.

Mainz, den 23. Februar 2012

Die Ständige Vertreterin  
des Chefs der Staatskanzlei

1441.

Erlöschen eines Exequaturs  
hier: Herr Alfred Weiß,  
Honorarkonsul der Republik Uganda  
in Mainz

Bekanntmachung der Staatskanzlei  
vom 23. Februar 2012 (01222-81/88)

Das dem Herrn Alfred Weiß am 26. Oktober 1987  
erteilte Exequatur als Honorarkonsul der  
Republik Uganda in Mainz ist mit Ablauf  
des 20. Dezember 2010 erloschen.

Herr Weiß ist am 20. Dezember 2010 verstor-

Prüfungsordnung hat der Präsident der Fachhochschule Kaiserslautern mit Schreiben vom 24. Januar 2012 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 Wiederholung von Prüfungen und der Master-Thesis
  - § 19 Anrechnung von Studienzeiten und Anerkennung von Prüfungsleistungen
  - § 20 Umfang der Masterprüfung
  - § 21 Bildung der Gesamtnote, Zeugnis
  - § 22 Masterurkunde
  - § 23 Ungültigkeit der Prüfung
  - § 24 Einsicht in die Prüfungsakten
  - § 25 Inkrafttreten
- Anlage 1: Prüfungsgebiete und ECTS-Anrechnungspunkte MBA Vertriebsingenieur und MBA Marketing-Management
- Anlage 2: Prüfungsgebiete und Semesterwochenstunden MBA Vertriebsingenieur und MBA Marketing-Management
- Anlage 2a: Studienverlaufsplan SS
- 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

1451.

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

Vom 1. Februar 2012

Aufgrund des § 7 Abs. 2 Nr. 2 und des § 86 Abs. 2 Nr. 3 des Hochschulgesetzes in der Fassung vom 19. November 2010 (GVBl. S. 463) hat der Fachbereichsrat des Fachbereichs Betriebswirtschaft der Fachhochschule Kaiserslautern am 15. Juni 2011 die folgende Prüfungsordnung für die Masterstudiengänge MBA Vertriebsingenieur und MBA Marketing-Management beschlossen. Diese

hänge 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 und 210 ECTS beinhalten oder ein Abschlusszeugnis in einem Studiengang an einer Fachhochschule, Universität oder gleichgestellten Hochschule, der Studiengang muss mindestens sechs Theoriesemester beinhalten, und die Feststellung der Befähigung zu den Masterstudiengängen. Durch die Prüfung der Befähigung soll eine vergleichbare Zulassung

#### § 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 einjährige, 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 Zusammen-

sungsvoraussetzung zu (1) 1 geschaffen werden. Sie erfolgt anhand einer schriftlichen Prüfung gemäß § 12 Abs. 1 und dauert 60 Minuten.

- 2) der Nachweis über eine mindestens einjährige, berufliche Praxis nach Abschluss des Studiums. Soweit im Studium nach Ziffer 1 nicht 210 ECTS-Punkte erreicht wurden, können in der beruflichen Praxis oder durch Prüfungs- oder Studienleistungen aus anderen Studiengängen 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.

(?) Die Wahl des Studienganges MBA Vertrieb Ingenieur ist nur für Absolventen eines in der 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 Hochschulzugangsberechtigung gem. Landesrecht (Hochschulreife, Fachhochschulreife, berufsqualifizierter Abschluss mit zweijähriger Berufserfahrung, Meisterabschluss oder gleichwertiger Meisterabschluss) 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 müssen eine anrechnungsfähige Berufspraxis von mind. drei Jahren 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 studiengangrelevante 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 8 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 8, 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) 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 jeweiligen 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 haben, 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 gem. § 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 Prüfungs-

ausschusses 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 gem. § 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 und Lehrbeauftragte 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 und Studienleistungen

(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.

Studienleistungen werden in Form von praktischen Übungen, Vorträgen, Seminaren, Präsentationen oder Gruppenarbeiten erbracht. Ihre Noten gehen nicht in die Gesamtnote gemäß § 22 Abs. 1 ein.

(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. Entsprechendes gilt für Studienleistungen.

### § 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 festzuhalten. 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

<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.

haben erstmals nach Erreichen von mindestens 40 ECTS in den Studiengängen MBA Vertriebsingenieur und MBA Marketing-Management die Möglichkeit, ein Master-Thesisthema anzumelden. Auf Antrag der Studierenden sorgt der Prüfungsausschuss dafür, dass sie ein Thema für eine 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 auszugsweise 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 Abgabeterminpunkt 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 rufenden 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 beisitzendes 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 Prüfungs- und Studienleistungen 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 Prüfungs- und Studienleistungen 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“. Studienleistungen können auch mit „bestanden“ bzw. „nicht bestanden“ bewertet werden.

(3) Werden die Noten mehrerer Teilleistungen zur Note einer Prüfungs- oder Studienleistung 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 Prüfungs- oder Studienleistung gilt als mit „nicht ausreichend“ bewertet, wenn Studierende zu dem vorgesehenen Termin ohne triftige Gründe nicht erscheinen oder

wenn sie nach Beginn der Prüfung ohne triftige Gründe von der Prüfung zurücktreten. Dasselbe gilt, wenn eine schriftliche Prüfungs- oder Studienleistung nicht innerhalb der vorgegebenen Bearbeitungszeit erbracht wird.

(2) Die für das Versäumnis eines Termins 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 Termin 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 sowie Studienleistungen und die Master-Thesis mit mindestens „ausreichend“ und die nicht zu benotenden Studienleistungen mit „bestanden“ 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 Prüfungs- und Studienleistungen ausgestellt.

#### § 18

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

(1) Prüfungen und Studienleistungen, die nicht mindestens mit „ausreichend“ oder „bestanden“ bewertet worden sind, können zweimal 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 Wesentli-

chen 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.

(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. 8 HochSchG.

§ 19

Anrechnung von Studienzeiten und Anerkennung von Prüfungs- und Studienleistungen

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

§ 20

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.

§ 21

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 1,3 oder besser) wird das Gesamturteil „Mit Auszeichnung bestanden“ erteilt.

(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 werden die bis zum Abschluss der Prüfung benötigte Fachstudiendauer und die Bewertungen der Studienleistungen in einen Anhang zum Zeugnis aufgenommen.

(4) Das Zeugnis ist von der Präsidentin oder dem Präsidenten der Fachhochschule und dem vorsitzenden Mitglied des Prüfungsausschusses 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) Die Ausstellung des Diploma-Supplements und des Zeugnisses in elektronischer Form ist ausgeschlossen.

§ 22

Masterurkunde

(1) Über die bestandene Masterprüfung erhält der Absolvent oder die Absolventin eine

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

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 des Zeugnisses bei.

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

§ 23

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

§ 24

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.

§ 25

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 1. Februar 2012

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:</b>	<b>Management-Framework</b>	10	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	1	3
	Rhetorik für den Kundenkontakt			
	Verhandlung- und Argumentationstechniken			
	Interkulturelles Management			
	Methodenkompetenz			
<b>Modul 3:</b>	<b>Marketing-Politik und Strategie</b>	5	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:</b>	<b>Management of Finance, Controlling &amp; Accounting</b>	11	1,5	6
	Management Accounting: Kosten- und Gewinnmanagement			
	Kosten- und Leistungsrechnung I			
	Kosten- und Leistungsrechnung II			
	Finance & Controlling (inkl. Marketingcontrolling, Scorecard):			
	Finanz- und Investitionsrechnung			
	Controlling			
	Financial Accounting:			
	Jahresabschluss, Bilanzen			
<b>Modul 5:</b>	<b>Marketing: Market Research und Kundenmanagement</b>	5	0,5	4
	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>	5	0,5	2
	Volkswirtschaftslehre: Makroökonomie			
	Datenanalyse: Statistik			
<b>Gesamt:</b>		21	2,5	12

SWS = Semesterwochenstunden; KE = Kurseinheiten

3. Semester:		ECTS	SWS	
			Präsenzen	KE
<b>Modul 7:</b>	<b>Instrumente für den Technischen Vertrieb: Marketing-Mix</b> Vertrieb und Distributions-Management Gegenleistung und Preispolitik	5	0,5	2
<b>Modul 8:</b>	<b>Personal-, Projekt- und Managementtechniken</b> Personalführung Projektmanagement (inkl. Projektlerung, Engineering) Unternehmensplanung und Risikomanagement	6	1	3
<b>Modul 9:</b>	<b>Management des Technischen Vertriebes</b> CRM, e-business Vertriebsorganisation I Vertriebsorganisation II Kundenservice Verkaufsförderung	8	1	5
<b>Gesamt:</b>		19	2,5	10

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

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

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

SWS = Semesterwochenstunden; KE = Kurseinheiten

2. Semester		ECTS	SWS	
			Präsenzen	KE
<b>Modul 4:</b>	<b>Management of Finance, Controlling &amp; Accounting</b>	11	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:</b>	<b>Marketing: Market Research und Kundenmanagement</b>	5	0,5	4
	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>	5	0,5	2
	Volkswirtschaftslehre: Makroökonomie			
	Datenanalyse: Statistik			
<b>Gesamt:</b>		<b>21</b>	<b>2,5</b>	<b>12</b>

3. Semester:		ECTS	SWS	
			Präsenzen	KE
<b>Modul 10:</b>	<b>Management-Techniken im internationalen Wirtschaftsraum</b>	6	1	3
	Projektmanagement (inkl. Projektierung, Engineering)			
	Unternehmensplanung und Risikomanagement			
	Internationales Management			
<b>Modul 11:</b>	<b>Internationales Marketing-Management</b>	6	0,5	3
	Internationales Marketing / Außenhandel I			
	Internationales Marketing / Außenhandel II			
	Planung, Organisation und Durchführung von Großevents		4	
<b>Modul 12:</b>	<b>Marketing-Instrumente: Strategie, Operation, Policy</b>	7	1	4
	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>		<b>36</b>	<b>11</b>	

2. Semester		Präsenzen (UE)	KE	Prüfung
<b>Modul 4:</b>	<b>Management of Finance, Controlling &amp; Accounting</b>	22	6	KL
	Management Accounting: Kosten- und Gewinnmanagement			
	Kosten- und Leistungsrechnung I			
	Kosten- und Leistungsrechnung II			
	Finance & Controlling (inkl. Marketingcontrolling, Scorecard):			
	Finanz- und Investitionsrechnung			
	Controlling			
	Financial Accounting:			
	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>		<b>42</b>	<b>12</b>	

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

3. Semester:		Präsenzen (UE)	KE	Prüfung
Modul 7:	Instrumente für den Technischen Vertrieb: Marketing-Mix	8	2	KL
	Vertrieb und Distributions-Management Gegenleistung und Preispolitik			
Modul 8:	Personal-, Projekt- und Managementtechniken	16	3	SA
	Personalführung			
	Projektmanagement (inkl. Projektierung, Engineering) Unternehmensplanung und Risikomanagement			
Modul 9:	Management des Technischen Vertriebes	16	5	KL
	CRM, e-business			
	Vertriebsorganisation I			
	Vertriebsorganisation II			
	Kundenservice Verkaufsförderung			
<b>Gesamt:</b>		<b>40</b>	<b>10</b>	

4. Semester: Abschlusssemester		Präsenzen (UE)	KE	Prüfung
Master-Thesis inkl. Kolloquium Internat. Master-Thesis Seminar (Out of Campus)		32		MT
				SL
<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; SL= Studienleistung, 3MT = Master-Thesis

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

3. Semester:		Präsenzen (UE)	KE	Prüfung
Modul 7:	Instrumente für den Technischen Vertrieb: Marketing-Mix	8	2	KL
	Vertrieb und Distributions-Management Gegenleistung und Preispolitik			
Modul 8:	Personal-, Projekt- und Managementtechniken	16	3	SA
	Personalführung			
	Projektmanagement (inkl. Projektierung, Engineering) Unternehmensplanung und Risikomanagement			
Modul 9:	Management des Technischen Vertriebes	16	5	KL
	CRM, e-business			
	Vertriebsorganisation I			
	Vertriebsorganisation II			
	Kundenservice Verkaufsförderung			
<b>Gesamt:</b>		<b>40</b>	<b>10</b>	

4. Semester: Abschlusssemester		Präsenzen (UE)	KE	Prüfung
Master-Thesis inkl. Kolloquium Internat. Master-Thesis Seminar (Out of Campus)		32		MT
				SL
<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; SL= Studienleistung, 3MT = Master-Thesis

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

2. Semester		Präsenzen (UE)	KE	Prüfung
<b>Modul 4:</b>	<b>Management of Finance, Controlling &amp; Accounting</b>	22	6	KL
	Management Accounting: Kosten- und Gewinnmanagement Kosten- und Leistungsrechnung I Kosten- und Leistungsrechnung II			
	Finance & Controlling (inkl. Marketingcontrolling, Scorecard): Finanz- und Investitionsrechnung Controlling			
	Financial Accounting: 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>		<b>42</b>	<b>12</b>	

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

4. Semester, Abschlusssemester:		Präsenzen (UE)	KE	Prüfung
	Master-Thesis inkl. Kolloquium Internat. Master-Thesis Seminar (Out of Campus)	32		MT SL
<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; SL= Studienleistung, MT = Master-Thesis

Anlage 2 a) Studienverlaufsplan bei Studienbeginn im Sommersemester

1. Semester => Sommersemester XX 01

Modul 5 + 6

2. Semester => Wintersemester XX 01

Modul 1 - 3

1. Semester => Sommersemester XX 02

Modul 4 + fakultativ „Out-of-Campus-Event“

4. Semester => Wintersemester XX 02

Modul 7 - 9 (Vertiefungsrichtung Vertriebsingenieur)

Modul 10 - 12 (Vertiefungsrichtung Marketing-Management)

5. Semester => Sommersemester XX 03

Master- Thesis und „Out-of-Campus-Event“

## Anlage 3: Struktur einer Modulbeschreibung

Modul-Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
1	Modulbausteine		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
<b>Modulbaustein</b>					
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

## M A S T E R P R Ü F U N G S Z E U G N I S

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

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

in \_\_\_\_\_

hat die Prüfung im weiterbildenden Fernstudiengang 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 /  
der Präsident der Fachhochschule

Vorsitzendes Mitglied  
des 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 predominately 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  
Morlauterer Str. 31  
67657 Kaiserslautern  
Phone: +49 631 3724-133 Fax +49 631 3724-133  
e-mail: [auslandsamt@verw-kl.fh-kl.de](mailto: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)

---

Frau / Herr

---

geboren am                      in

---

hat am                              die Prüfung im weiterbildenden Fernstudiengang  
Master of Business Administration (MBA)  
Vertriebsingenieur (*Marketing-Management*)

---

bestanden. Auf Grund dieser Prüfung wird Ihr/Ihm der Hochschulgrad

## MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION (MBA)

---

verleihen.

---

Kaiserslautern, den

Die Präsidentin  
der Präsident

Siegel der  
Fachhochschule Kaiserslautern  
University of Applied Sciences