



**Hochschule  
Kaiserslautern**  
University of  
Applied Sciences

# Hochschulanzeiger

der Hochschule Kaiserslautern

---

Freitag, den 31. Juli 2015

Nr. 21/2015/6

---

## INHALT

|   | Seite |
|---|-------|
| Richtlinie für die Weiterbildungs-Fernstudiengänge mit Hochschulzertifikat Vertriebsingenieur/Vertriebsingenieurin, Marketing-Management, Motorsport-Management, Sport-Management und Innovations-Management an der Hochschule Kaiserslautern   | 2     |
| Prüfungsordnung für die weiterbildenden Fernstudiengänge MBA Vertriebsingenieur/Vertriebsingenieurin, MBA Marketing-Management, MBA Motorsport-Management, MBA Sport-Management und MBA Innovations-Management an der Hochschule Kaiserslautern | 17    |
| Zweite Änderungsordnung der Ordnung über die Einschreibung der Studierenden an der Hochschule Kaiserslautern  | 44    |
| Ordnung über die Aufnahme- und Feststellungsprüfung am Internationalen Studienkolleg für die Fachhochschulen an der Hochschule Kaiserslautern   | 45    |

**Richtlinie für die Weiterbildungs-Fernstudiengänge mit Hochschulzertifikat  
Vertriebsingenieur/Vertriebsingenieurin, Marketing-Management, Motorsport-Management,  
Sport-Management und Innovations-Management  
an der Hochschule Kaiserslautern vom 25.06.2015**

Der Fachbereichsrat des Fachbereichs Betriebswirtschaft der Hochschule Kaiserslautern hat am 15.04.2015 die folgende Richtlinie für die Weiterbildungs-Fernstudiengänge Vertriebsingenieur/Vertriebsingenieurin, Marketing-Management, Motorsport-Management, Sport-Management und Innovations-Management als Zertifikatsstudiengang beschlossen. Sie wird hiermit bekannt gemacht. Diese Richtlinie hat der Präsident der Hochschule Kaiserslautern am 22.06.2015 genehmigt. Sie wird hiermit bekannt gemacht.

## INHALT

- § 1 Geltungsbereich
- § 2 Studienziel
- § 3 Studienbeginn, Studiendauer
- § 4 Zulassungsvoraussetzungen
- § 5 Fachkommission
- § 6 Studienaufbau und Studieninhalte
- § 7 Lehreinheiten
- § 8 Präsenzveranstaltungen
- § 9 Leistungsnachweise
- § 10 Studienmaterialien
- § 11 Weiterbildungs-Zertifikat / Einzel-Zertifikate
- § 12 Bewertung
- § 13 Studienfachberatung
- § 14 Außerkrafttreten
- § 15 Inkrafttreten

- Anlage 1: Prüfungen und Kurseinheiten nach Prüfungsgebieten Vertriebsingenieur/Vertriebsingenieurin
- Anlage 2: Prüfungen und Kurseinheiten nach Prüfungsgebieten Marketing Management
- Anlage 3: Prüfungen und Kurseinheiten nach Prüfungsgebieten Motorsport-Management
- Anlage 4: Prüfungen und Kurseinheiten nach Prüfungsgebieten Sport-Management
- Anlage 5: Prüfungen und Kurseinheiten nach Prüfungsgebieten Innovations-Management

## **§ 1 Geltungsbereich**

Diese Richtlinien gelten für die wissenschaftlichen Weiterbildungs-Fernstudiengänge mit Hochschulzertifikat Vertriebsingenieur/Vertriebsingenieurin, Marketing-Management, Motorsport-Management, Sport-Management und Innovations-Management. Die Anlagen sind Bestandteil dieser Richtlinien.

## **§ 2 Studienziel**

(1) Die wissenschaftlichen Weiterbildungs-Fernstudiengänge mit Hochschulzertifikat Vertriebsingenieur/in, Marketing-Management, Motorsport-Management, Sport-Management, Innovations-Management stellen eine anwendungsbezogene Ausbildung auf wissenschaftlicher Grundlage dar. Das Ziel dieser Ausbildung ist, die Studierenden zu selbständiger Anwendung wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden zu befähigen und ihnen für ihre täglichen Aufgaben geeignete Strategien und Instrumente an die Hand zu geben. Die fachliche Ausrichtung soll die Studierenden für Aufgaben im Management qualifizieren.

(2) Das breit angelegte Profil des Weiterbildungsstudiums zielt auf hohe Flexibilität und Disponibilität der Absolventen. Es sollen sowohl Arbeitstechniken und -methoden als auch Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten vermittelt werden, die die Absolventen in die Lage versetzen, im Management von Unternehmen mitzuwirken, Marketing als Unternehmensphilosophie anwenden zu können, Veranstaltungen zu organisieren, Prozesse unter technologischen und wirtschaftlichen Gesichtspunkten zu analysieren und daraus Entscheidungen abzuleiten, das moderne betriebswirtschaftliche Instrumentarium sicher zu handhaben und für den Unternehmenserfolg anzuwenden. Darüber hinaus werden die Kompetenzen im sozialen Bereich (soft skills) gefördert.

(3) Das Studienziel der wissenschaftlichen Weiterbildungs-Fernstudiengänge mit Hochschulzertifikat Vertriebsingenieur/in, Marketing-Management, Motorsport-Management, Sport-Management und Innovations-Management ist erreicht, wenn die in § 11 geforderten Prüfungen erfolgreich abgelegt worden sind. Beim Erreichen des Studienziels wird das Weiterbildungs-Zertifikat Vertriebsingenieur/in, Marketing-Management, Motorsport-Management, Sport-Management oder Innovations-Management ausgestellt.

## **§ 3 Studienbeginn, Studiendauer**

(1) Das Studium kann zum Winter- oder Sommersemester aufgenommen werden. Bei Aufnahme im Sommersemester verlängert sich das Studium aus organisatorischen Gründen um ein Semester.

(2) Die Regelstudienzeit umfasst 3 Semester.

## **§ 4 Zulassungsvoraussetzungen**

(1) Die Weiterbildungs-Fernstudiengänge stehen denjenigen offen, von denen ein erfolgreicher Studienverlauf erwartet werden kann. Dies gilt insbesondere für diejenigen,

- a) die die für ein Studium an einer Fachhochschule notwendigen Voraussetzungen (Hochschulzugangsberechtigung) nachweisen oder
- b) die eine einschlägige berufliche Ausbildung abgeschlossen und danach eine mindestens einjährige berufliche Tätigkeit ausgeübt haben.

(2) Im Einzelfall entscheidet die Fachkommission der MBA Fernstudiengänge der Hochschule Kaiserslautern über die Anerkennung „einschlägiger“ beruflicher Tätigkeiten und Vorkenntnisse.

(3) Bewerberinnen und Bewerber müssen ihre Angaben über Berufsabschlüsse, berufliche Tätigkeiten und erfolgreich absolvierte Weiterbildungsmaßnahmen durch Zeugnisse, Arbeitsnachweise oder auf sonstige Weise belegen.

## **§ 5 Fachkommission**

Für die Entwicklung, Durchführung und Auswertung der Weiterbildungs-Fernstudiengänge ist eine Fachkommission eingerichtet. Ihr gehören Professorinnen und Professoren von Fachhochschulen der Länder Rheinland-Pfalz und Hessen an. Der/ die Leiter/in der Weiterbildungs-Fernstudiengänge ist Vorsitzende der Fachkommission.

## **§ 6 Studienaufbau und Studieninhalte**

(1) Das für Berufstätige konzipierte dreisemestrige Ergänzungsstudium in der Studienform Fernstudium besteht aus einem angeleiteten Selbststudium auf der Grundlage selbstinstruierender Kurs- und E-Learning Einheiten und wird durch didaktisch sinnvoll strukturierte Präsenzveranstaltungen ergänzt.

(2) Das Studium umfasst eine Ausbildung, die aus den Tätigkeitsfeldern eines Vertriebsingenieurs/in, Managers im Marketing, Managers im Motorsport, Managers im Sport oder Innovations-Managers abgeleitet ist. In den ersten beiden Semestern, die für alle fünf Weiterbildungs-Fernstudiengänge identisch sind, konzentriert sich das curriculare Konzept neben den Grundlagen der Betriebswirtschaft (Management Framework) auf weitere Fachgebiete der traditionellen Lehre wie Marketing-Politik und Strategie, finanz- und erfolgsorientierte Unternehmensführung und

Economics. Außer der betriebswirtschaftlichen Sachkompetenz werden auch Schlüsselqualifikationen, wie Sozialkompetenz sowie kommunikative und interkulturelle Kompetenz in dem Modul „Kommunikation und Soft-Skills für Führungskräfte“ vermittelt.

Ab dem dritten Semester teilen sich die Studiengänge in die Vertiefungen Vertriebsingenieur, Marketing-Management, Motorsport-Management, Sport-Management, und Innovations-Management.

(3) Die Weiterbildungs-Fernstudiengänge mit Hochschulzertifikat Vertriebsingenieur, Marketing-Management, Motorsport-Management, Sport-Management und Innovations-Management umfassen jeweils neun in sich geschlossene Lehreinheiten (3 Module je Semester).

(4) Wahlweise können Studierende an einem Internationalen Out of Campus Event teilnehmen.

### **§ 7 Lehreinheiten**

Dem Studienziel entsprechend umfasst das Studium für die Weiterbildungsstudiengänge die in den Anlagen dargestellten Module.

### **§ 8 Präsenzveranstaltungen**

(1) Im Studienablauf sind Präsenzveranstaltungen als mehrtägige Blockveranstaltungen vorgesehen. Die Zeiten für die Präsenzveranstaltungen werden den Studierenden rechtzeitig vor Semesterbeginn mitgeteilt.

(2) Den fachlichen Besonderheiten entsprechend können Lehrvorträge, seminaristische Veranstaltungen, Übungen, Seminare, Projekte, Praktika, Exkursionen sowie zusätzliche, geeignete Lehrveranstaltungen angeboten werden.

(3) Die Teilnehmerzahl für bestimmte Lehrveranstaltungen darf nur dann beschränkt werden, wenn dies im Hinblick auf einen geordneten Lehr- und Studienbetrieb zwingend erforderlich ist.

### **§ 9 Leistungsnachweise**

(1) Im Studium müssen Prüfungs- und Studienleistungen (Prüfungen) erbracht werden. Prüfungen sind Modulen zugeordnet. Die Modulprüfung umfasst alle Prüfungen eines Moduls. In der Regel besteht die Modulprüfung aus einer Prüfung, die sich auf die Stoffgebiete aller Lehrveranstaltungen des Moduls erstreckt. Die Modulprüfung gilt als bestanden, wenn alle zu diesem Modul gehörenden Prüfungen bestanden wurden. In diesem Fall werden die dem Modul zugeordneten Credit Points (ECTS) angerechnet.

(2) Jede Lehreinheit schließt mit einer Leistungsüberprüfung (Prüfungsleistung) ab, die in Form von Klausuren, Seminararbeiten, Fallstudien, Präsentationen, mündlichen Prüfungen oder bewerteten Seminaren absolviert wird. Zum Teil wird dies auch über interaktive Medien stattfinden. Prüfungsleistungen werden zur Bildung der Gesamtnote herangezogen.

(3) Prüfungs- und Studienleistungen dürfen zweimal wiederholt werden. Sind Teile einer Prüfung nicht bestanden, so müssen nur diese wiederholt werden. Die Wiederholung einer bestandenen Prüfung ist nicht zulässig. Die Wiederholungsprüfungen sind im Rahmen der Prüfungstermine des jeweils folgenden Semesters abzulegen. Über Ausnahmen entscheidet der Prüfungsausschuss unter Beachtung des § 26 Abs. 1 Nr. 8 HochSchG.

### **§ 10 Studienmaterialien**

Das Hauptmedium für die Vermittlung der Lehrinhalte sind Kurseinheiten in Form von selbstinstruierenden Studienbriefen. Ergänzende Materialien erhalten die Studierenden in Form von multimedialen Einheiten (Lernsoftware).

### **§ 11 Weiterbildungs-Zertifikat/Einzel-Zertifikate**

(1) Der Erwerb der Weiterbildungs-Zertifikate setzt die mit mindestens ausreichend bewerteten Prüfungsleistungen voraus.

(2) Die Weiterbildungs-Zertifikate Vertriebsingenieur/in, Marketing-Management, Motorsport-Management, Sport-Management und Innovations-Management bescheinigen, dass die Studentin/der Student die für die Berufspraxis notwendigen gründlichen Fachkenntnisse der im Weiterbildungsstudium enthaltenen Teilgebiete erworben hat und die zu Grunde liegenden wissenschaftlichen Methoden und Erkenntnisse selbständig anwenden kann.

(3) Das Weiterbildungs-Zertifikat enthält folgende fachliche Angaben:

- die Gesamtnote,
- die Lehreinheiten, die der Weiterbildungs-Fernstudiengang beinhaltet,
- die Prüfungsnote für jede Lehreinheit,
- den Umfang des Studiums in Credit-Points.

(4) Aus dem arithmetischen, nach den ECTS-Credits gewichteten Durchschnitt der Noten der Modulprüfungen, wird die Gesamtnote des Weiterbildungs-Zertifikats gebildet. Bei der Bildung der Gesamtnote wird nur die erste Dezimalstelle hinter dem Komma berücksichtigt; alle weiteren Stellen werden ohne Rundung gestrichen. Die Noten lauten:

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

(5) Nach einer mit mindestens ausreichend bewerteten Prüfungsleistung in einem Modul wird ein benotetes Einzel-Zertifikat vergeben. Es bestätigt, dass die Studentin/der Student die für die Berufspraxis notwendigen gründlichen Fachkenntnisse des entsprechenden Moduls erworben hat und die zu Grunde liegenden wissenschaftlichen Methoden und Erkenntnisse selbständig anwenden kann. Absatz 8 gilt sinngemäß.

(6) Das Einzel-Zertifikat enthält folgende fachliche Angaben:

- die Prüfungsnote für das absolvierte Modul,
- Inhaltsangaben zu dem Modul,
- den Umfang des Moduls in Credit-Points,
- die erbrachten Prüfungsleistungen für das Modul.

(7) Über das Studium eines Moduls bzw. über die Teilnahme am Weiterbildungs-Fernstudiengang ohne Prüfungsleistungen oder ohne erfolgreich abgelegte Prüfungsleistungen wird ein unbenotetes Zertifikat ausgestellt. Es bestätigt die Teilnahme an dem belegten Modul bzw. den belegten Lehreinheiten ohne Prüfungsleistung oder im Falle einer ohne Erfolg abgelegten Prüfungsleistung. Die Absätze 3, 6 und 8 gelten sinngemäß.

(8) Das Weiterbildungs-Zertifikat wird vom Dekan des durchzuführenden Fachbereichs und vom Vorsitzenden der Fachkommission unterzeichnet. Als Ausfertigungsdatum wird das Datum genannt, an dem die letzte Prüfungsleistung erbracht wurde.

## § 12 Bewertungen

(1) Die Noten für die einzelnen Prüfungsleistungen werden von den jeweiligen Prüfenden festgesetzt. 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 Einzelleistungen können die Noten um 0,3 vermindert oder erhöht werden. Noten schlechter als 4,0 sind nicht ausreichend. Die Noten 0,7; 4,3; 4,7 und 5,3 sind ausgeschlossen.

(3) Eine Prüfung ist bestanden, wenn sie bzw. ihre Teilleistungen mit mindestens „ausreichend“ oder „bestanden“ bewertet wurden.

(4) Die Bewertung der bestandenen Modulprüfung (Modulnote) bildet sich aus den entsprechend der Fachprüfungsordnung gewichteten Noten aller Prüfungsleistungen des Moduls. Beim Ergebnis dieser Bewertung wird nur die erste Dezimalstelle hinter dem Komma berücksichtigt; alle weiteren Stellen werden ohne Rundung gestrichen.

## § 13 Studienfachberatung

(1) Den Studierenden wird empfohlen, eine Studienfachberatung insbesondere in folgenden Fällen in Anspruch zu nehmen: bei wesentlicher Überschreitung der vorgesehenen Studienzeit, nach nicht bestandener Prüfung, im Falle des Studiengangwechsels.

(2) Die Fachstudienberatung wird von der Leitung der Weiterbildungs-Fernstudiengänge am Fachbereich Betriebswirtschaft der Hochschule Kaiserslautern, Standort Zweibrücken durchgeführt.

## § 14 Außerkrafttreten

Die Richtlinie für die weiterbildenden Fernstudiengänge MBA Vertriebsingenieur und MBA Marketing-Management an der Fachhochschule Kaiserslautern vom 12. Juni 2013 tritt mit Inkrafttreten dieser Richtlinie außer Kraft.

### **§ 15 Inkrafttreten**

Diese Prüfungsordnung tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung in Kraft. Sie gilt für Studierende, die sich in die Zertifikatsstudiengänge Vertriebsingenieur/Vertriebsingenieurin, Marketing-Management, Motorsport-Management, Sport-Management und Innovations-Management einschreiben oder eingeschrieben haben.

Zweibrücken, den 25.06.2015

Der Dekan des Fachbereiches Betriebswirtschaft  
der Hochschule Kaiserslautern  
Prof. Dr. Gunter Kürble

Anlage 1: Prüfungen und Kurseinheiten nach Prüfungsgebieten Vertriebsingenieur/Vertriebsingenieurin

| 1. Semester  |  | ECTS      | Präsenzen (UE) | KE        | Prüfung   |
|--|--|-----------|----------------|-----------|-----------|
| <b>Modul 1: Management-Framework</b>                               |  | <b>10</b> | <b>16</b>      | <b>6</b>  | <b>KL</b> |
|  | Ganzheitliches Management<br>Betriebswirtschaftliche Grundlagen I<br>Betriebswirtschaftliche Grundlagen II<br>Interne Logistik<br>Neue Konzepte<br>Supply Chain Management |           |                |           |           |
| <b>Modul 2: Kommunikation &amp; Soft Skills für Führungskräfte</b> |  | <b>5</b>  | <b>10</b>      | <b>3</b>  | <b>SA</b> |
|  | Rhetorik für den Kundenkontakt<br>Verhandlung- und Argumentationstechniken<br>Interkulturelles Management<br>Methodenkompetenz   |           |                |           |           |
| <b>Modul 3: Marketing-Politik und Strategie</b>                    |  | <b>5</b>  | <b>10</b>      | <b>2</b>  | <b>SA</b> |
|  | Grundlagen und Strategie I: Marktorientierte Führung von Marketing und Vertrieb<br>Grundlagen und Strategie II: Strategische Analyse und Strategieentwicklung              |           |                |           |           |
| <b>Gesamt:</b>   |  | <b>20</b> | <b>36</b>      | <b>11</b> |           |

| 2. Semester  |  | ECTS      | Präsenzen (UE) | KE        | Prüfung   |
|--|--|-----------|----------------|-----------|-----------|
| <b>Modul 4: Erfolgs- und finanzorientierte Unternehmensführung</b> |  | <b>10</b> | <b>22</b>      | <b>6</b>  | <b>KL</b> |
|  | <b>Management Accounting: Kosten- und Gewinnmanagement</b><br>Kosten- und Leistungsrechnung I<br>Kosten- und Leistungsrechnung II<br><b>Finanzen &amp; Controlling (inkl. Marketingcontrolling, Scorecard)</b><br>Finanz- und Investitionsrechnung<br>Controlling<br><b>Finanzberichterstattung</b><br>Jahresabschluss, Bilanzen |           |                |           |           |
| <b>Modul 5: Marketing: Market Research und Kundenmanagement</b>    |  | <b>5</b>  | <b>10</b>      | <b>4</b>  | <b>SA</b> |
|  | Informationsmanagement für das Marketing<br>Marktpsychologie<br>Topic of the Year<br>Case Study-Seminar zum Marketing  |           |                |           |           |
| <b>Modul 6: Management: Economics &amp; Quantitative Analysen</b>  |  | <b>5</b>  | <b>10</b>      | <b>2</b>  | <b>KL</b> |
|  | Volkswirtschaftslehre: Makroökonomie<br>Datenanalyse: Statistik  |           |                |           |           |
| <b>Gesamt:</b>   |  | <b>20</b> | <b>42</b>      | <b>12</b> |           |

| <b>3. Semester Vertriebsingenieur/ Vertriebsingenieurin</b> |   | <b>ECTS</b> | <b>Präsenzen<br/>(UE)</b> | <b>KE</b> | <b>Prüfung</b> |
|---|---|-------------|---------------------------|-----------|----------------|
| <b>Modul 7:</b>   | <b>Instrumente für den Technischen Vertrieb:<br/>Marketing-Mix</b>  | <b>6</b>    | <b>10</b>                 | <b>2</b>  | <b>KL</b>      |
|   | Vertrieb und Distributions-Management<br>Gegenleistung und Preispolitik   |             |                           |           |                |
| <b>Modul 8:</b>   | <b>Personal-, Projekt- und Managementtechniken</b>  | <b>6</b>    | <b>16</b>                 | <b>3</b>  | <b>SA</b>      |
|   | Personalführung<br>Projektmanagement (inkl. Projektierung, Engineering)<br>Unternehmensplanung und Risikomanagement |             |                           |           |                |
| <b>Modul 9:</b>   | <b>Management des Technischen Vertriebes</b>  | <b>7</b>    | <b>16</b>                 | <b>5</b>  | <b>KL</b>      |
|   | CRM, e Business<br>Vertriebsorganisation I<br>Vertriebsorganisation II<br>Kundenservice<br>Verkaufsförderung        |             |                           |           |                |
| <b>Gesamt:</b>  |   | <b>20</b>   | <b>42</b>                 | <b>10</b> |                |

ECTS= European Credit Points, UE =Unterrichtseinheiten (1 UE = 45 min); KE = Kurseinheiten; KL = Klausur; SA = Seminararbeiten



Anlage 2: Prüfungen und Kurseinheiten nach Prüfungsgebieten Marketing-Management

| 1. Semester  |  | ECTS      | Präsenzen (UE) | KE        | Prüfung   |
|--|--|-----------|----------------|-----------|-----------|
| <b>Modul 1: Management-Framework</b>                               |  | <b>10</b> | <b>16</b>      | <b>6</b>  | <b>KL</b> |
|  | Ganzheitliches Management<br>Betriebswirtschaftliche Grundlagen I<br>Betriebswirtschaftliche Grundlagen II<br>Interne Logistik<br>Neue Konzepte<br>Supply Chain Management |           |                |           |           |
| <b>Modul 2: Kommunikation &amp; Soft Skills für Führungskräfte</b> |  | <b>5</b>  | <b>10</b>      | <b>3</b>  | <b>SA</b> |
|  | Rhetorik für den Kundenkontakt<br>Verhandlung- und Argumentationstechniken<br>Interkulturelles Management<br>Methodenkompetenz   |           |                |           |           |
| <b>Modul 3: Marketing-Politik und Strategie</b>                    |  | <b>5</b>  | <b>10</b>      | <b>2</b>  | <b>SA</b> |
|  | Grundlagen und Strategie I: Marktorientierte Führung von Marketing und Vertrieb<br>Grundlagen und Strategie II: Strategische Analyse und Strategieentwicklung              |           |                |           |           |
| <b>Gesamt:</b>   |  | <b>20</b> | <b>36</b>      | <b>11</b> |           |

| 2. Semester  |  | ECTS      | Präsenzen (UE) | KE        | Prüfung   |
|--|--|-----------|----------------|-----------|-----------|
| <b>Modul 4: Erfolgs- und finanzorientierte Unternehmensführung</b> |  | <b>10</b> | <b>22</b>      | <b>6</b>  | <b>KL</b> |
|  | <b>Management Accounting: Kosten- und Gewinnmanagement</b><br>Kosten- und Leistungsrechnung I<br>Kosten- und Leistungsrechnung II<br><b>Finanzen &amp; Controlling (inkl. Marketingcontrolling, Scorecard)</b><br>Finanz- und Investitionsrechnung<br>Controlling<br><b>Finanzberichterstattung</b><br>Jahresabschluss, Bilanzen |           |                |           |           |
| <b>Modul 5: Marketing: Market Research und Kundenmanagement</b>    |  | <b>5</b>  | <b>10</b>      | <b>4</b>  | <b>SA</b> |
|  | Informationsmanagement für das Marketing<br>Marktpsychologie<br>Topic of the Year<br>Case Study-Seminar zum Marketing  |           |                |           |           |
| <b>Modul 6: Management: Economics &amp; Quantitative Analysen</b>  |  | <b>5</b>  | <b>10</b>      | <b>2</b>  | <b>KL</b> |
|  | Volkswirtschaftslehre: Makroökonomie<br>Datenanalyse: Statistik  |           |                |           |           |
| <b>Gesamt:</b>   |  | <b>20</b> | <b>42</b>      | <b>12</b> |           |

| <b>3. Semester Marketing-Management</b>  | <b>ECTS</b> | <b>Präsenzen (UE)</b> | <b>KE</b> | <b>Prüfung</b> |
|--|-------------|-----------------------|-----------|----------------|
| <b>Modul 10: Managementtechniken im internationalen Wirtschaftsraum</b>  | <b>6</b>    | <b>16</b>             | <b>3</b>  | <b>SA</b>      |
| Projektmanagement (inkl. Projektierung, Engineering)<br>Unternehmensplanung und Risikomanagement<br>Internationales Management                   |             |                       |           |                |
| <b>Modul 11: Internationales Marketing-Management</b>  | <b>7</b>    | <b>14</b>             | <b>3</b>  | <b>KL</b>      |
| Internationales Marketing / Außenhandel I<br>Internationales Marketing / Außenhandel II<br>Planung, Organisation und Durchführung von Großevents |             |                       |           |                |
| <b>Modul 12: Marketing-Instrumente: Strategie, Operation, Politik</b>  | <b>7</b>    | <b>12</b>             | <b>4</b>  | <b>KL</b>      |
| Angebot und Produkt-Management<br>Gegenleistung und Preispolitik<br>Kommunikation und Werbemanagement<br>Vertrieb und Distributions-Management   |             |                       |           |                |
| <b>Gesamt:</b>   | <b>20</b>   | <b>42</b>             | <b>10</b> |                |

ECTS= European Credit Points, UE =Unterrichtseinheiten (1 UE = 45 min); KE = Kurseinheiten; KL = Klausur; SA = Seminararbeiten

Anlage 3: Prüfungen und Kurseinheiten nach Prüfungsgebieten Motorsport-Management

| 1. Semester  | ECTS      | Präsenzen (UE) | KE        | Prüfung |
|--|-----------|----------------|-----------|---------|
| <b>Modul 1: Management-Framework</b><br>Ganzheitliches Management<br>Betriebswirtschaftliche Grundlagen I<br>Betriebswirtschaftliche Grundlagen II<br>Interne Logistik<br>Neue Konzepte<br>Supply Chain Management | 10        | 16             | 6         | KL      |
| <b>Modul 2: Kommunikation &amp; Soft Skills für Führungskräfte</b><br>Rhetorik für den Kundenkontakt<br>Verhandlung- und Argumentationstechniken<br>Interkulturelles Management<br>Methodenkompetenz               | 5         | 10             | 3         | SA      |
| <b>Modul 3: Marketing-Politik und Strategie</b><br>Grundlagen und Strategie I: Marktorientierte Führung von Marketing und Vertrieb<br>Grundlagen und Strategie II: Strategische Analyse und Strategieentwicklung   | 5         | 10             | 2         | SA      |
| <b>Gesamt:</b>   | <b>20</b> | <b>36</b>      | <b>11</b> |         |

| 2. Semester  | ECTS      | Präsenzen (UE) | KE        | Prüfung |
|--|-----------|----------------|-----------|---------|
| <b>Modul 4: Erfolgs- und finanzorientierte Unternehmensführung</b><br><b>Management Accounting: Kosten- und Gewinnmanagement</b><br>Kosten- und Leistungsrechnung I<br>Kosten- und Leistungsrechnung II<br><b>Finanzen &amp; Controlling (inkl. Marketingcontrolling, Scorecard)</b><br>Finanz- und Investitionsrechnung<br>Controlling<br><b>Finanzberichterstattung</b><br>Jahresabschluss, Bilanzen | 10        | 22             | 6         | KL      |
| <b>Modul 5: Marketing: Market Research und Kundenmanagement</b><br>Informationsmanagement für das Marketing<br>Marktpsychologie<br>Topic of the Year<br>Case Study-Seminar zum Marketing   | 5         | 10             | 4         | SA      |
| <b>Modul 6: Management: Economics &amp; Quantitative Analysen</b><br>Volkswirtschaftslehre: Makroökonomie<br>Datenanalyse: Statistik   | 5         | 10             | 2         | KL      |
| <b>Gesamt:</b>   | <b>20</b> | <b>42</b>      | <b>12</b> |         |

| <b>3. Semester: Vertiefung Motorsport-Management</b>                       |   | <b>ECTS</b> | <b>Präsenzen<br/>(UE)</b> | <b>KE</b> | <b>Prüfung</b> |
|--|---|-------------|---------------------------|-----------|----------------|
| <b>Modul 15: Organisation im Motorsport</b>                                | Grundlagen des Motorsport-Managements<br>Prozesse, Abläufe und Reglements in Motorsportserien   | <b>5</b>    | <b>14</b>                 | <b>2</b>  | <b>SA</b>      |
| <b>Modul 16: Personal-, Projekt- und Managementtechniken im Motorsport</b> | Personal- und Teamführung im Motorsport<br>Projektmanagement und Motorsportlogistik<br>Veranstaltungs- und Streckenmanagement von Motorsportevents  | <b>5</b>    | <b>14</b>                 | <b>3</b>  | <b>KL</b>      |
| <b>Modul 17: Marketing im Motorsport</b>                                   | Marktforschung und Social Media im Motorsport<br>Projektseminar Marktforschung und Rechtevermarktung<br>Sponsoring und Finanzierung im Motorsport<br>Innovations- und Markenmanagement<br>Fahrervermarktung und Vertragsrecht | <b>10</b>   | <b>20</b>                 | <b>5</b>  | <b>KL</b>      |
| <b>Gesamt:</b>   |   | <b>20</b>   | <b>48</b>                 | <b>10</b> |                |

ECTS= European Credit Points, UE =Unterrichtseinheiten (1 UE = 45 min); KE = Kurseinheiten; KL = Klausur; SA = Seminararbeiten

Anlage 4: Prüfungen und Kurseinheiten nach Prüfungsgebieten Sport-Management

| 1. Semester  | ECTS      | Präsenzen (UE) | KE        | Prüfung |
|--|-----------|----------------|-----------|---------|
| <b>Modul 1: Management-Framework</b><br>Ganzheitliches Management<br>Betriebswirtschaftliche Grundlagen I<br>Betriebswirtschaftliche Grundlagen II<br>Interne Logistik<br>Neue Konzepte<br>Supply Chain Management | 10        | 16             | 6         | KL      |
| <b>Modul 2: Kommunikation &amp; Soft Skills für Führungskräfte</b><br>Rhetorik für den Kundenkontakt<br>Verhandlung- und Argumentationstechniken<br>Interkulturelles Management<br>Methodenkompetenz               | 5         | 10             | 3         | SA      |
| <b>Modul 3: Marketing-Politik und Strategie</b><br>Grundlagen und Strategie I: Marktorientierte Führung von Marketing und Vertrieb<br>Grundlagen und Strategie II: Strategische Analyse und Strategieentwicklung   | 5         | 10             | 2         | SA      |
| <b>Gesamt:</b>   | <b>20</b> | <b>36</b>      | <b>11</b> |         |

| 2. Semester  | ECTS      | Präsenzen (UE) | KE        | Prüfung |
|--|-----------|----------------|-----------|---------|
| <b>Modul 4: Erfolgs- und finanzorientierte Unternehmensführung</b><br><b>Management Accounting: Kosten- und Gewinnmanagement</b><br>Kosten- und Leistungsrechnung I<br>Kosten- und Leistungsrechnung II<br><b>Finanzen &amp; Controlling (inkl. Marketingcontrolling, Scorecard)</b><br>Finanz- und Investitionsrechnung<br>Controlling<br><b>Finanzberichterstattung</b><br>Jahresabschluss, Bilanzen | 10        | 22             | 6         | KL      |
| <b>Modul 5: Marketing: Market Research und Kundenmanagement</b><br>Informationsmanagement für das Marketing<br>Marktpsychologie<br>Topic of the Year<br>Case Study-Seminar zum Marketing   | 5         | 10             | 4         | SA      |
| <b>Modul 6: Management: Economics &amp; Quantitative Analysen</b><br>Volkswirtschaftslehre: Makroökonomie<br>Datenanalyse: Statistik   | 5         | 10             | 2         | KL      |
| <b>Gesamt:</b>   | <b>20</b> | <b>42</b>      | <b>12</b> |         |

| <b>3. Semester: Vertiefung Sport-Management</b> |  | <b>ECTS</b> | <b>Präsenzen<br/>(UE)</b> | <b>KE</b> | <b>Prüfung</b> |
|---|--|-------------|---------------------------|-----------|----------------|
| <b>Modul 18:</b>                                | <b>Organisation und Finanzierung im Sport</b><br>Grundlagen Organisation des Sports, Vereins- und<br>Verbandsmanagement<br>Finanzierung im Sport   | <b>5</b>    | <b>14</b>                 | <b>2</b>  | <b>SA</b>      |
| <b>Modul 19:</b>                                | <b>Personal-, Projekt- und Managementtechniken im Sport</b><br>Personalführung und Ethik im Sport<br>Projektmanagement im Sport<br>Planung, Organisation und Durchführung<br>von Großevents                                  | <b>5</b>    | <b>14</b>                 | <b>3</b>  | <b>KL</b>      |
| <b>Modul 20:</b>                                | <b>Marketing im Sport</b><br>Marktforschung und Social Media im Sport<br>Projektseminar Marktforschung<br>Sportsponsoring, Testimonials und Merchandising<br>Sportrechtevermarktung<br>Sportlervermarktung und Vertragsrecht | <b>10</b>   | <b>20</b>                 | <b>5</b>  | <b>KL</b>      |
| <b>Gesamt:</b>                                  |  | <b>20</b>   | <b>48</b>                 | <b>10</b> |                |

ECTS= European Credit Points, UE =Unterrichtseinheiten (1 UE = 45 min); KE = Kurseinheiten; KL = Klausur; SA = Seminararbeiten

Anlage 5: Prüfungen und Kurseinheiten nach Prüfungsgebieten Innovations-Management

| 1. Semester  |  | ECTS      | Präsenzen (UE) | KE        | Prüfung   |
|--|--|-----------|----------------|-----------|-----------|
| <b>Modul 1: Management-Framework</b>                               |  | <b>10</b> | <b>16</b>      | <b>6</b>  | <b>KL</b> |
|  | Ganzheitliches Management<br>Betriebswirtschaftliche Grundlagen I<br>Betriebswirtschaftliche Grundlagen II<br>Interne Logistik<br>Neue Konzepte<br>Supply Chain Management |           |                |           |           |
| <b>Modul 2: Kommunikation &amp; Soft Skills für Führungskräfte</b> |  | <b>5</b>  | <b>10</b>      | <b>3</b>  | <b>SA</b> |
|  | Rhetorik für den Kundenkontakt<br>Verhandlung- und Argumentationstechniken<br>Interkulturelles Management<br>Methodenkompetenz   |           |                |           |           |
| <b>Modul 3: Marketing-Politik und Strategie</b>                    |  | <b>5</b>  | <b>10</b>      | <b>2</b>  | <b>SA</b> |
|  | Grundlagen und Strategie I: Marktorientierte Führung von Marketing und Vertrieb<br>Grundlagen und Strategie II: Strategische Analyse und Strategieentwicklung              |           |                |           |           |
| <b>Gesamt:</b>   |  | <b>20</b> | <b>36</b>      | <b>11</b> |           |

| 2. Semester  |   | ECTS      | Präsenzen (UE) | KE        | Prüfung   |
|--|---|-----------|----------------|-----------|-----------|
| <b>Modul 4: Erfolgs- und finanzorientierte Unternehmensführung</b> |   | <b>10</b> | <b>22</b>      | <b>6</b>  | <b>KL</b> |
|  | <b>Management Accounting: Kosten- und Gewinnmanagement</b><br>Kosten- und Leistungsrechnung I<br>Kosten- und Leistungsrechnung II |           |                |           |           |
|  | <b>Finanzen &amp; Controlling (inkl. Marketingcontrolling, Scorecard)</b><br>Finanz- und Investitionsrechnung<br>Controlling      |           |                |           |           |
|  | <b>Finanzberichterstattung</b><br>Jahresabschluss, Bilanzen   |           |                |           |           |
| <b>Modul 5: Marketing: Market Research und Kundenmanagement</b>    |   | <b>5</b>  | <b>10</b>      | <b>4</b>  | <b>SA</b> |
|  | Informationsmanagement für das Marketing<br>Marktpsychologie<br>Topic of the Year<br>Case Study-Seminar zum Marketing             |           |                |           |           |
| <b>Modul 6: Management: Economics &amp; Quantitative Analysen</b>  |   | <b>5</b>  | <b>10</b>      | <b>2</b>  | <b>KL</b> |
|  | Volkswirtschaftslehre: Makroökonomie<br>Datenanalyse: Statistik   |           |                |           |           |
| <b>Gesamt:</b>   |   | <b>20</b> | <b>42</b>      | <b>12</b> |           |

| <b>3. Semester: Vertiefung Innovations-Management</b> |  | <b>ECTS</b> | <b>Präsen-<br/>zen(UE)</b> | <b>KE</b> | <b>Prüfung</b> |
|---|--|-------------|----------------------------|-----------|----------------|
| <b>Modul 21:</b>                                      | <b>Innovations-Management in Unternehmen</b><br>Grundlagen und Modelle des Innovations-<br>Managements<br>Methodische Gestaltung von Innovationsprozessen in<br>Unternehmen<br>Intellectual Property Management - Grundlagen des<br>Rechts und des Umgangs mit geistigem Eigentum<br>Case-Study-Seminar: Intellectual Property Manage-<br>ment im Innovations-Management | <b>7</b>    | <b>16</b>                  | <b>4</b>  | <b>KL</b>      |
| <b>Modul 22:</b>                                      | <b>Personalführung als Teil einer innovationsförder-<br/>lichen Unternehmenskultur</b><br>Innovationsförderliche Strategieentwicklung und -<br>umsetzung<br>Entwicklung individueller Innovations-Kompetenzen<br>Gestaltung innovationsförderlicher Arbeitsformen  | <b>6</b>    | <b>16</b>                  | <b>3</b>  | <b>SA</b>      |
| <b>Modul 23:</b>                                      | <b>Methodik für ein systematisches Innovations-<br/>Management</b><br>Innovations-Methodik TRIZ: Innovative Ideenfindung<br>und Problemlösung<br>Innovations-Vorschau mit Mustern, Trends und evolu-<br>tionären Methoden<br>Innovations-Projektseminar  | <b>7</b>    | <b>16</b>                  | <b>3</b>  | <b>SA</b>      |
| <b>Gesamt:</b>  |  | <b>20</b>   | <b>48</b>                  | <b>10</b> |                |

ECTS= European Credit Points, UE =Unterrichtseinheiten (1 UE = 45 min); KE = Kurseinheiten; KL = Klausur; SA = Seminararbeiten



**Prüfungsordnung**  
**für die weiterbildenden Fernstudiengänge**  
**MBA Vertriebsingenieur/Vertriebsingenieurin, MBA Marketing-Management,**  
**MBA Motorsport-Management, MBA Sport-Management und MBA Innovations-Management**  
**an der Hochschule Kaiserslautern vom 25.06.2015**

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), zuletzt geändert durch Gesetz vom 24. Juli 2014 (GVBl. S. 125), hat der Fachbereichsrat des Fachbereichs Betriebswirtschaft der Hochschule Kaiserslautern am 15. April 2015 die folgende Prüfungsordnung für die Masterstudiengänge MBA Vertriebsingenieur/Vertriebsingenieurin, MBA Marketing-Management, MBA Motorsport-Management, MBA Sport-Management und MBA Innovations-Management beschlossen. Diese Prüfungsordnung hat der Präsident der Hochschule Kaiserslautern am 22.06.2015 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 und Studienleistungen
- § 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 Prüfungs- und Studienleistungen
- § 20 Umfang der Masterprüfung
- § 21 Bildung der Gesamtnote, Zeugnis
- § 22 Masterurkunde
- § 23 Ungültigkeit der Prüfung
- § 24 Einsicht in die Prüfungsakten
- § 25 Außerkrafttreten
- § 26 Inkrafttreten

Anlage 1: Curricula MBA Vertriebsingenieur/Vertriebsingenieurin, MBA Marketing-Management, MBA Motorsport-Management, MBA Sport-Management und MBA Innovations-Management

Anlage 2: Studienverlaufsplan SS, MBA Vertriebsingenieur/Vertriebsingenieurin und MBA Marketing-Management

Anlage 3: Studienverlaufsplan WS, MBA Motorsport-, MBA Sport- und MBA Innovations-Management

Anlage 4: Struktur einer Modulbeschreibung

Anlage 5: Muster des Zeugnisses über die Masterprüfung

Anlage 6: Muster der Masterurkunde MBA Vertriebsingenieur/Vertriebsingenieurin, MBA Marketing-Management, MBA Motorsport-Management, MBA Sport-Management und MBA Innovations-Management

## **§ 1 Geltungsbereich**

Die Masterprüfungsordnung gilt für die gebührenpflichtigen Weiterbildungsfernstudiengänge MBA Vertriebsingenieur/Vertriebsingenieurin, MBA Marketing-Management, MBA Motorsport-Management, MBA Sport-Management und MBA Innovations-Management des Fachbereichs Betriebswirtschaft der Hochschule 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 Zusammenhänge ihres Faches überblicken, die Fähigkeit zu abstraktem und analytischem Denken besitzen, wissenschaftliche Methoden und Erkenntnisse anwenden können und die für die Berufspraxis notwendigen vertiefenden Fachkenntnisse erworben haben.

## **§ 3 Akademischer Grad**

Aufgrund der bestandenen Masterprüfung verleiht die Hochschule Kaiserslautern für die Studiengänge MBA Vertriebsingenieur/Vertriebsingenieur, MBA Marketing-Management, MBA Motorsport-Management, MBA Sport-Management und MBA Innovations-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 Hochschule 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 1. 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.
2. Oder alternativ ein Abschlusszeugnis in einem Studiengang an einer Fachhochschule, Universität oder gleichgestellten Hochschule; der Studiengang muss mindestens sechs Theoriesemester und 210 ECTS beinhalten und die Feststellung der Befähigung zu den Masterstudiengängen. Durch die Prüfung der Befähigung soll eine vergleichbare Zulassungsvoraussetzung zu (1) 1 geschaffen werden. Sie erfolgt anhand einer schriftlichen Prüfung gemäß § 12 Abs. 1 und dauert 60 Minuten.
3. 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.
4. 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.
5. Ein Nachweis über Englisch-Kenntnisse, angelehnt an den Europäischen Referenzrahmen, spätestens bis zum Ende des ersten Semesters.

(2) Die Wahl des Studienganges MBA Vertriebsingenieur/Vertriebsingenieurin 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 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 Hochschule 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 dahingehend 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 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 ordnungsmäßige 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 Modulinhalte folgt dabei dem Muster der Anlage 4.

(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.

(2) Über die Zulassung entscheidet der Prüfungsausschuss.

(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 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 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) Prüfungen sind Prüfungs- und Studienleistungen. Die Noten von Studienleistungen gehen nicht in die Gesamtnote gemäß § 21 Abs. 1 ein.

---

<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.

(2) Prüfungen sind Modulen zugeordnet. Die Modulprüfung umfasst alle Prüfungen eines Moduls. In der Regel besteht die Modulprüfung aus einer Prüfung, die sich auf die Stoffgebiete aller Lehrveranstaltungen des Moduls erstreckt. Die Modulprüfung gilt als bestanden, wenn alle zu diesem Modul gehörenden Prüfungen bestanden wurden. In diesem Fall werden die dem Modul zugeordneten Leistungspunkte (ECTS) angerechnet.

(3) Formen von Prüfungsleistungen sind

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

Studienleistungen werden in Form von praktischen Übungen, Vorträgen, Seminaren, Präsentationen oder Gruppenarbeiten erbracht.

(4) 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 haben erstmals nach Erreichen von mindestens 40 ECTS in den Studiengängen MBA Vertriebsingenieur/Vertriebsingenieurin, MBA Marketing-Management, MBA Motorsport-Management, MBA Sport-Management und MBA Innovations-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 sowie in elektronischer Form (pdf-Datei) 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 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. Eine Prüfung ist bestanden, wenn sie bzw. ihre Teilleistungen mit mindestens „ausreichend“ oder „bestanden“ bewertet wurden.

(3) Besteht eine Prüfung aus Teilleistungen, errechnet sich die Note aus dem gewichteten Durchschnitt der Bewertungen, wenn Leistungspunkte (ECTS) den Teilleistungen zugeordnet sind oder eine andere Gewichtung in der Fachprüfungsordnung definiert ist, ansonsten aus dem arithmetischen Mittel der Bewertungen, durch Rundung zur nächstzulässigen Note gemäß Abs. 1. Befindet sich der gewichtete Durchschnitt oder das arithmetische Mittel genau in der Mitte zwischen zwei zulässigen Noten wird zum nächstniedrigeren Notenwert gerundet. Ist eine Teilleistung mit „nicht ausreichend“ bewertet, ist die Note der Prüfung „nicht ausreichend“.

(4) Bei der Bewertung durch mehrere Prüfende und nicht übereinstimmender Bewertung der Prüfungsleistungen errechnet sich die Note aus dem arithmetischen Mittel durch Rundung zur nächstzulässigen Note gemäß Abs. 1. Befindet sich das arithmetische Mittel genau in der Mitte zwischen zwei zulässigen Noten, wird zum nächstniedrigeren Notenwert gerundet. Laufen ebenso viele Bewertungen „nicht ausreichend“ wie „ausreichend“ und besser, wird eine weitere prüfende Person gem. § 9 bestellt. Bei überwiegenden Bewertungen mit „ausreichend“ und besser ergibt sich die Note aus diesen Bewertungen entsprechend Satz 1 und 2. Bei überwiegenden Bewertungen mit „nicht ausreichend“ gilt die Prüfung als nicht bestanden.

(5) Die Bewertung der bestandenen Modulprüfung (Modulnote) bildet sich aus den entsprechend der Fachprüfungsordnung gewichteten Noten aller Prüfungsleistungen des Moduls. Beim Ergebnis dieser Bewertung wird nur die erste Dezimalstelle hinter dem Komma berücksichtigt; alle weiteren Stellen werden ohne Rundung gestrichen.

### § 16 Versäumnis, Rücktritt, Täuschung, Ordnungsverstoß

(1) Eine Prüfungs- oder Studienleistung gilt als mit „nicht ausreichend“ bewertet, wenn Studierende zu dem vorgeesehenen 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. Die Entscheidung über das Vorliegen einer Beeinflussung des Prüfungsergebnisses nach Satz 1 trifft der Prüfungsausschuss. In schwerwiegenden Fällen kann der Prüfungsausschuss Studierende von der Erbringung weiterer Prüfungen ausschließen. Gegenstände in Bezug auf welche der Verdacht besteht, dass sie unzulässige Hilfsmittel darstellen, sind auf deren Verlangen den Aufsichtspersonen auszuhändigen. Studierende, die diesem Verlangen nicht nachkommen, können von der Fortsetzung der Prüfung ausgeschlossen werden. Die Rückgabe derartiger Gegenstände erfolgt durch das vorsitzende Mitglied des Prüfungsausschusses, spätestens nachdem die Entscheidung über das Vorliegen einer Beeinflussung des Prüfungsergebnisses unanfechtbar geworden ist. 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.



(5) Die Masterarbeit ist zur Auffindung möglicher Täuschungsversuche durch eine computerunterstützte Plagiats-Prüfung zusätzlich als kopierbare, textbasierte PDF-Datei abzuliefern. Dies gilt entsprechend für sonstige geeignete Studien- und Prüfungsleistungen, sofern dies durch die prüfende Person bei der Ausgabe der Aufgabenstellung angekündigt wurde. Bei der Abgabe haben die Studierenden zu versichern, dass sie ihre Arbeit – bzw. bei Gruppenarbeiten ihren gekennzeichneten Anteil an der Arbeit – selbständig verfasst, keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt und Kenntnis von der Möglichkeit der automatisierten Plagiat-Prüfung ihrer Arbeit erhalten haben. Zur Berücksichtigung des Datenschutzes werden die Arbeiten ohne Angaben personenbezogener Daten in die entsprechende Datenbank eingegeben und überprüft. Bei Verdacht auf Täuschung bei Praxissemester- und Masterarbeiten ist eine schriftliche Stellungnahme der betreuenden Person erforderlich.

#### **§ 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 (§ 18 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. 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.

(4) Bei einem Wechsel aus einem zu den Studiengängen gehörenden Zertifikat-Weiterbildungs-Fernstudiengang in den mit dem Master abschließenden Studiengang oder einem Wechsel aus einer vorherigen Version einer Prüfungsordnung der Studiengänge in diese Prüfungsordnung sind Wiederholungsprüfungen aus dem Zertifikat-Weiterbildungs-Fernstudiengang nach der dafür geltenden Richtlinie abzulegen, nach der der erste Prüfungsversuch abgelegt wurde.

#### **§ 19 Anrechnung von Studienzeiten und Anerkennung von Prüfungs- und Studienleistungen**

(1) Studienzeiten und Prüfungsleistungen, die in einem Masterstudiengang Vertriebsingenieur/Vertriebsingenieurin, Marketing-Management, Motorsport-Management, Sport-Management oder Innovations-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 Gesamtbetrachtung 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 - 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. Den anerkannten Prüfungs- und Studienleistungen werden die Leistungspunkte (ECTS) zugeordnet, die in der betreffenden Fachprüfungsordnung dafür vorgesehen sind.

(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 Modulprüfungen, sofern diese wenigstens eine Prüfungsleistung umfassen, wird die Gesamtnote gebildet. Bei der Bildung der Gesamtnote wird nur die erste Dezimalstelle hinter dem Komma berücksichtigt; alle weiteren Stellen werden ohne Rundung gestrichen. Bei überragenden Leistungen (Gesamtnote 1,3 oder besser) wird das Gesamturteil „Mit Auszeichnung bestanden“ erteilt. Die Noten lauten:

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

(2) Über die bestandene Prüfung wird ein Zeugnis ausgestellt (vgl. Anlage 5). Das Zeugnis enthält:

1. Studiengang,
2. Thema der Master-Thesis,
3. Bezeichnungen der zum Bestehen der Masterprüfung absolvierten Module einschließlich der bestehenden Modulnoten und der zugeordneten ECTS-,
4. Gesamtnote und Gesamtumfang des Studienganges in ECTS-Punkten
5. Auf Antrag der Studierenden: Fachstudierendauer bis zum erfolgreichen Abschluss der Masterprüfung.

(3) Das Zeugnis ist von der Präsidentin oder dem Präsidenten der Hochschule und dem vorsitzenden Mitglied des Prüfungsausschusses zu unterzeichnen und trägt das Datum des Tages, an dem der Studierende die letzte Leistung erbracht hat.

(4) Die Studierenden erhalten eine Einstufung der Gesamtnote mittels einer Einstufungstabelle entsprechend dem aktuellen ECTS-Users-Guide. Bei der Einstufung werden alle Abschlüsse der vier dem Abschluss vorhergehenden Semester des betreffenden Studienganges berücksichtigt. Durch die Fachprüfungsordnung können weitere, diesem Bezugszeitraum vorhergehende Semester oder weitere fachlich verwandte Studiengänge in die Berechnung einbezogen werden. Die Einstufung ist durchzuführen, sofern die Bezugsgruppe mindestens 30 Abschlüsse umfasst. Die Einstufung erfolgt im Anhang zum Zeugnis.

(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

---

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

die Art des Abschlusses, das Studienprogramm, die Zugangsvoraussetzungen, die Studienanforderungen und den Studienverlauf sowie über das deutsche Studiensystem.

(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 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 Hochschule unterzeichnet und mit dem Siegel der Hochschule 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, 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 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.

#### **§ 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 Außerkrafttreten**

Die Prüfungsordnung für die weiterbildenden Fernstudiengänge MBA Vertriebsingenieur/Vertriebsingenieurin und MBA Marketing-Management an der Fachhochschule Kaiserslautern vom 1. Februar 2012 tritt mit Inkrafttreten dieser Prüfungsordnung außer Kraft. Die Studierenden, die ihr Studium bis einschließlich Sommersemester 2014 in einem dieser Studiengänge aufgenommen haben, beenden ihr Studium nach dieser Prüfungsordnung. Für Studierende, die sich ab Wintersemester 2014/15 in einen der Studiengänge eingeschrieben haben, gilt mit ihrem Inkrafttreten diese Prüfungsordnung.

### **§ 26 Inkrafttreten**

Diese Prüfungsordnung tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung in Kraft. Sie gilt für Studierende, die sich in die Studiengänge MBA Vertriebsingenieur/Vertriebsingenieurin, MBA Marketing-Management, MBA Motorsport-Management, MBA Sport-Management und MBA Innovations-Management ab Sommersemester 2015 einschreiben, und für die Studierenden nach § 25 Satz 3.

Zweibrücken, den 25.06.2015

Der Dekan des Fachbereiches Betriebswirtschaft  
der Hochschule Kaiserslautern  
Prof. Dr. Gunter Kürble

## MBA Vertriebsingenieur/Vertriebsingenieurin

| 1. Semester  |  | ECTS      | Präsenzen (UE) | KE        | Prüfung   |
|--|--|-----------|----------------|-----------|-----------|
| <b>Modul 1: Management-Framework</b>                               |  | <b>10</b> | <b>16</b>      | <b>6</b>  | <b>KL</b> |
|  | Ganzheitliches Management<br>Betriebswirtschaftliche Grundlagen I<br>Betriebswirtschaftliche Grundlagen II<br>Interne Logistik<br>Neue Konzepte<br>Supply Chain Management |           |                |           |           |
| <b>Modul 2: Kommunikation &amp; Soft Skills für Führungskräfte</b> |  | <b>5</b>  | <b>10</b>      | <b>3</b>  | <b>SA</b> |
|  | Rhetorik für den Kundenkontakt<br>Verhandlung- und Argumentationstechniken<br>Interkulturelles Management<br>Methodenkompetenz   |           |                |           |           |
| <b>Modul 3: Marketing-Politik und Strategie</b>                    |  | <b>5</b>  | <b>10</b>      | <b>2</b>  | <b>SA</b> |
|  | Grundlagen und Strategie I: Marktorientierte Führung von Marketing und Vertrieb<br>Grundlagen und Strategie II: Strategische Analyse und Strategieentwicklung              |           |                |           |           |
| <b>Gesamt:</b>   |  | <b>20</b> | <b>36</b>      | <b>11</b> |           |

| 2. Semester  |  | ECTS      | Präsenzen (UE) | KE        | Prüfung   |
|--|--|-----------|----------------|-----------|-----------|
| <b>Modul 4: Erfolgs- und finanzorientierte Unternehmensführung</b> |  | <b>10</b> | <b>22</b>      | <b>6</b>  | <b>KL</b> |
|  | <b>Management Accounting: Kosten- und Gewinnmanagement</b><br>Kosten- und Leistungsrechnung I<br>Kosten- und Leistungsrechnung II<br><b>Finanzen &amp; Controlling (inkl. Marketingcontrolling, Scorecard):</b><br>Finanz- und Investitionsrechnung<br>Controlling<br><b>Finanzberichterstattung:</b><br>Jahresabschluss, Bilanzen |           |                |           |           |
| <b>Modul 5: Marketing: Market Research und Kundenmanagement</b>    |  | <b>5</b>  | <b>10</b>      | <b>4</b>  | <b>SA</b> |
|  | Informationsmanagement für das Marketing<br>Marktpsychologie<br>Topic of the Year<br>Case Study-Seminar zum Marketing  |           |                |           |           |
| <b>Modul 6: Management: Economics &amp; Quantitative Analysen</b>  |  | <b>5</b>  | <b>10</b>      | <b>2</b>  | <b>KL</b> |
|  | Volkswirtschaftslehre: Makroökonomie<br>Datenanalyse: Statistik  |           |                |           |           |
| <b>Gesamt:</b>   |  | <b>20</b> | <b>42</b>      | <b>12</b> |           |

| <b>3. Semester Vertriebsingenieur/ Vertriebsingenieurin</b>   | <b>ECTS</b> | <b>Präsenzen (UE)</b> | <b>KE</b> | <b>Prüfung</b> |
|---|-------------|-----------------------|-----------|----------------|
| <b>Modul 7: Instrumente für den Technischen Vertrieb: Marketing-Mix</b>   | <b>6</b>    | <b>10</b>             | <b>2</b>  | <b>KL</b>      |
| Vertrieb und Distributions-Management<br>Gegenleistung und Preispolitik   |             |                       |           |                |
| <b>Modul 8: Personal-, Projekt- und Managementtechniken</b>   | <b>6</b>    | <b>16</b>             | <b>3</b>  | <b>SA</b>      |
| Personalführung<br>Projektmanagement (inkl. Projektierung, Engineering)<br>Unternehmensplanung und Risikomanagement |             |                       |           |                |
| <b>Modul 9: Management des Technischen Vertriebes</b>   | <b>7</b>    | <b>16</b>             | <b>5</b>  | <b>KL</b>      |
| CRM, e Business<br>Vertriebsorganisation I<br>Vertriebsorganisation II<br>Kundenservice<br>Verkaufsförderung        |             |                       |           |                |
| <b>Gesamt:</b>  | <b>20</b>   | <b>42</b>             | <b>10</b> |                |

| <b>4. Semester: Abschlusssemester</b>                  | <b>ECTS</b> | <b>Präsenzen (UE)</b> | <b>KE</b> | <b>Prüfung</b> |
|--|-------------|-----------------------|-----------|----------------|
| <b>Modul 13: Internationales Master-Thesis Seminar</b> | <b>4</b>    | <b>32</b>             |           | <b>SL</b>      |
| Out-of-Campus-Event                                    |             |                       |           |                |
| <b>Modul 14: Master –Thesis inkl. Kolloquium</b>       | <b>26</b>   |                       |           | <b>MT</b>      |
| <b>Gesamt:</b>   | <b>30</b>   | <b>32</b>             |           |                |

|                                   |           |            |           |  |
|-----------------------------------|-----------|------------|-----------|--|
| <b>Gesamt (1. – 4. Semester):</b> | <b>90</b> | <b>152</b> | <b>33</b> |  |
|-----------------------------------|-----------|------------|-----------|--|

ECTS= European Credit Points, UE =Unterrichtseinheiten (1 UE = 45 min); KE = Kurseinheiten;  
KL = Klausur; SA = Seminararbeiten, SL=Studienleistung, MT=Master-Thesis

## MBA Marketing-Management

| 1. Semester   | ECTS      | Präsenzen (UE) | KE        | Prüfung |
|---|-----------|----------------|-----------|---------|
| <b>Modul 1: Management-Framework</b>  | 10        | 16             | 6         | KL      |
| Ganzheitliches Management   |           |                |           |         |
| Betriebswirtschaftliche Grundlagen I  |           |                |           |         |
| Betriebswirtschaftliche Grundlagen II   |           |                |           |         |
| Interne Logistik  |           |                |           |         |
| Neue Konzepte   |           |                |           |         |
| Supply Chain Management   |           |                |           |         |
| <b>Modul 2: Kommunikation &amp; Soft Skills für Führungskräfte</b>              | 5         | 10             | 3         | SA      |
| Rhetorik für den Kundenkontakt  |           |                |           |         |
| Verhandlung- und Argumentationstechniken  |           |                |           |         |
| Interkulturelles Management   |           |                |           |         |
| Methodenkompetenz   |           |                |           |         |
| <b>Modul 3: Marketing-Politik und Strategie</b>                                 | 5         | 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>20</b> | <b>36</b>      | <b>11</b> |         |

| 2. Semester  | ECTS      | Präsenzen (UE) | KE        | Prüfung |
|--|-----------|----------------|-----------|---------|
| <b>Modul 4: Erfolgs- und finanzorientierte Unternehmensführung</b>         | 10        | 22             | 6         | KL      |
| <b>Management Accounting: Kosten- und Gewinnmanagement</b>                 |           |                |           |         |
| Kosten- und Leistungsrechnung I  |           |                |           |         |
| Kosten- und Leistungsrechnung II   |           |                |           |         |
| <b>Finanzen &amp; Controlling (inkl. Marketingcontrolling, Scorecard):</b> |           |                |           |         |
| Finanz- und Investitionsrechnung   |           |                |           |         |
| Controlling  |           |                |           |         |
| <b>Finanzberichterstattung:</b>  |           |                |           |         |
| Jahresabschluss, Bilanzen  |           |                |           |         |
| <b>Modul 5: Marketing: Market Research und Kundenmanagement</b>            | 5         | 10             | 4         | SA      |
| Informationsmanagement für das Marketing                                   |           |                |           |         |
| Marktpsychologie   |           |                |           |         |
| Topic of the Year  |           |                |           |         |
| Case Study-Seminar zum Marketing   |           |                |           |         |
| <b>Modul 6: Management: Economics &amp; Quantitative Analysen</b>          | 5         | 10             | 2         | KL      |
| Volkswirtschaftslehre: Makroökonomie                                       |           |                |           |         |
| Datenanalyse: Statistik  |           |                |           |         |
| <b>Gesamt:</b>   | <b>20</b> | <b>42</b>      | <b>12</b> |         |

| <b>3. Semester Marketing-Management</b> |  | <b>ECTS</b> | <b>Präsen-zen(UE)</b> | <b>KE</b> | <b>Prüfung</b> |
|---|--|-------------|-----------------------|-----------|----------------|
| <b>Modul 10:</b>                        | <b>Managementtechniken im internationalen Wirtschaftsraum</b>  | <b>6</b>    | <b>16</b>             | <b>3</b>  | <b>SA</b>      |
|   | Projektmanagement (inkl. Projektierung, Engineering)<br>Unternehmensplanung und Risikomanagement<br>Internationales Management                   |             |                       |           |                |
| <b>Modul 11:</b>                        | <b>Internationales Marketing-Management</b>  | <b>7</b>    | <b>14</b>             | <b>3</b>  | <b>KL</b>      |
|   | Internationales Marketing / Außenhandel I<br>Internationales Marketing / Außenhandel II<br>Planung, Organisation und Durchführung von Großevents |             |                       |           |                |
| <b>Modul 12:</b>                        | <b>Marketing-Instrumente: Strategie, Operation, Politik</b>  | <b>7</b>    | <b>12</b>             | <b>4</b>  | <b>KL</b>      |
|   | Angebot und Produkt-Management<br>Gegenleistung und Preispolitik<br>Kommunikation und Werbemanagement<br>Vertrieb und Distributions-Management   |             |                       |           |                |
| <b>Gesamt:</b>                          |  | <b>20</b>   | <b>42</b>             | <b>10</b> |                |

| <b>4. Semester: Abschlussemester</b> |  | <b>ECTS</b> | <b>Präsenzen (UE)</b> | <b>KE</b> | <b>Prüfung</b> |
|--------------------------------------|--|-------------|-----------------------|-----------|----------------|
| <b>Modul 13:</b>                     | <b>Internationales Master-Thesis Seminar</b> | <b>4</b>    | <b>32</b>             |           | <b>SL</b>      |
|                                      | Out-of-Campus-Event                          |             |                       |           |                |
| <b>Modul 14:</b>                     | <b>Master –Thesis inkl. Kolloquium</b>       | <b>26</b>   |                       |           | <b>MT</b>      |
| <b>Gesamt:</b>                       |  | <b>30</b>   | <b>32</b>             |           |                |

|                                   |  |           |            |           |  |
|-----------------------------------|--|-----------|------------|-----------|--|
| <b>Gesamt (1. – 4. Semester):</b> |  | <b>90</b> | <b>152</b> | <b>33</b> |  |
|-----------------------------------|--|-----------|------------|-----------|--|

ECTS= European Credit Points, UE =Unterrichtseinheiten (1 UE = 45 min); KE = Kurseinheiten;  
KL = Klausur; SA = Seminararbeiten, SL=Studienleistung, MT=Master-Thesis



## MBA Motorsport-Management

| 1. Semester  |  | ECTS      | Präsenzen (UE) | KE        | Prüfung   |
|--|--|-----------|----------------|-----------|-----------|
| <b>Modul 1: Management-Framework</b>                               |  | <b>10</b> | <b>16</b>      | <b>6</b>  | <b>KL</b> |
|  | Ganzheitliches Management<br>Betriebswirtschaftliche Grundlagen I<br>Betriebswirtschaftliche Grundlagen II<br>Interne Logistik<br>Neue Konzepte<br>Supply Chain Management |           |                |           |           |
| <b>Modul 2: Kommunikation &amp; Soft Skills für Führungskräfte</b> |  | <b>5</b>  | <b>10</b>      | <b>3</b>  | <b>SA</b> |
|  | Rhetorik für den Kundenkontakt<br>Verhandlung- und Argumentationstechniken<br>Interkulturelles Management<br>Methodenkompetenz   |           |                |           |           |
| <b>Modul 3: Marketing-Politik und Strategie</b>                    |  | <b>5</b>  | <b>10</b>      | <b>2</b>  | <b>SA</b> |
|  | Grundlagen und Strategie I: Marktorientierte Führung von Marketing und Vertrieb<br>Grundlagen und Strategie II: Strategische Analyse und Strategieentwicklung              |           |                |           |           |
| <b>Gesamt:</b>   |  | <b>20</b> | <b>36</b>      | <b>11</b> |           |

| 2. Semester  |  | ECTS      | Präsenzen (UE) | KE        | Prüfung   |
|--|--|-----------|----------------|-----------|-----------|
| <b>Modul 4: Erfolgs- und finanzorientierte Unternehmensführung</b> |  | <b>10</b> | <b>22</b>      | <b>6</b>  | <b>KL</b> |
|  | <b>Management Accounting: Kosten- und Gewinnmanagement</b><br>Kosten- und Leistungsrechnung I<br>Kosten- und Leistungsrechnung II<br><b>Finanzen &amp; Controlling (inkl. Marketingcontrolling, Scorecard):</b><br>Finanz- und Investitionsrechnung<br>Controlling<br><b>Finanzberichterstattung:</b><br>Jahresabschluss, Bilanzen |           |                |           |           |
| <b>Modul 5: Marketing: Market Research und Kundenmanagement</b>    |  | <b>5</b>  | <b>10</b>      | <b>4</b>  | <b>SA</b> |
|  | Informationsmanagement für das Marketing<br>Marktpsychologie<br>Topic of the Year<br>Case Study-Seminar zum Marketing  |           |                |           |           |
| <b>Modul 6: Management: Economics &amp; Quantitative Analysen</b>  |  | <b>5</b>  | <b>10</b>      | <b>2</b>  | <b>KL</b> |
|  | Volkswirtschaftslehre: Makroökonomie<br>Datenanalyse: Statistik  |           |                |           |           |
| <b>Gesamt:</b>   |  | <b>20</b> | <b>42</b>      | <b>12</b> |           |

| <b>3. Semester: Schwerpunkt Motorsport-Management</b>                      |   | <b>ECTS</b> | <b>Präsenzen (UE)</b> | <b>KE</b> | <b>Prüfung</b> |
|--|---|-------------|-----------------------|-----------|----------------|
| <b>Modul 15: Organisation im Motorsport</b>                                | Grundlagen des Motorsport-Managements<br>Prozesse, Abläufe und Reglements in Motorsportserien:<br>- National<br>- International   | 5           | 14                    | 2         | SA             |
| <b>Modul 16: Personal-, Projekt- und Managementtechniken im Motorsport</b> | Personal- und Teamführung im Motorsport<br>Projektmanagement und Motorsportlogistik<br>Veranstaltungs- und Streckenmanagement von Motorsportevents  | 5           | 14                    | 3         | KL             |
| <b>Modul 17: Marketing im Motorsport</b>                                   | Marktforschung und Social Media im Motorsport<br>Projektseminar Marktforschung und Rechtevermarktung<br>Sponsoring und Finanzierung im Motorsport<br>Innovations- und Markenmanagement<br>Fahrervermarktung und Vertragsrecht | 10          | 20                    | 5         | KL             |
| <b>Gesamt:</b>   |   | <b>20</b>   | <b>48</b>             | <b>10</b> |                |

| <b>4. Semester: Abschlussemester</b>                   |  | <b>ECTS</b> | <b>Präsenzen (UE)</b> | <b>KE</b> | <b>Prüfung</b> |
|--|--|-------------|-----------------------|-----------|----------------|
| <b>Modul 13: Internationales Master-Thesis Seminar</b> | Out-of-Campus-Event (Motorsport-Projekt) | 4           | 32                    |           | SL             |
| <b>Modul 14: Master –Thesis inkl. Kolloquium</b>       |  | 26          |                       |           | MT             |
| <b>Gesamt:</b>   |  | <b>30</b>   | <b>32</b>             |           |                |

|                                   |  |           |            |           |  |
|-----------------------------------|--|-----------|------------|-----------|--|
| <b>Gesamt (1. – 4. Semester):</b> |  | <b>90</b> | <b>158</b> | <b>33</b> |  |
|-----------------------------------|--|-----------|------------|-----------|--|

ECTS= European Credit Points, UE =Unterrichtseinheiten (1 UE = 45 min); KE = Kurseinheiten;  
KL = Klausur; SA = Seminararbeiten, SL=Studienleistung, MT=Master-Thesis

## MBA Sport-Management

| 1. Semester     |   | ECTS | Präsenzen (UE) | KE | Prüfung |
|-----------------|---|------|----------------|----|---------|
| <b>Modul 1:</b> | <b>Management-Framework</b><br>Ganzheitliches Management<br>Betriebswirtschaftliche Grundlagen I<br>Betriebswirtschaftliche Grundlagen II<br>Interne Logistik<br>Neue Konzepte<br>Supply Chain Management | 10   | 16             | 6  | KL      |
| <b>Modul 2:</b> | <b>Kommunikation &amp; Soft Skills für Führungskräfte</b><br>Rhetorik für den Kundenkontakt<br>Verhandlung- und Argumentationstechniken<br>Interkulturelles Management<br>Methodenkompetenz               | 5    | 10             | 3  | SA      |
| <b>Modul 3:</b> | <b>Marketing-Politik und Strategie</b><br>Grundlagen und Strategie I: Marktorientierte Führung von Marketing und Vertrieb<br>Grundlagen und Strategie II: Strategische Analyse und Strategieentwicklung   | 5    | 10             | 2  | SA      |
| <b>Gesamt:</b>  |   | 20   | 36             | 11 |         |

| 2. Semester     |   | ECTS | Präsenzen (UE) | KE | Prüfung |
|-----------------|---|------|----------------|----|---------|
| <b>Modul 4:</b> | <b>Erfolgs- und finanzorientierte Unternehmensführung</b><br><b>Management Accounting: Kosten- und Gewinnmanagement</b><br>Kosten- und Leistungsrechnung I<br>Kosten- und Leistungsrechnung II<br><b>Finanzen &amp; Controlling (inkl. Marketingcontrolling, Scorecard):</b><br>Finanz- und Investitionsrechnung<br>Controlling<br><b>Finanzberichterstattung:</b><br>Jahresabschluss, Bilanzen | 10   | 22             | 6  | KL      |
| <b>Modul 5:</b> | <b>Marketing: Market Research und Kundenmanagement</b><br>Informationsmanagement für das Marketing<br>Marktpsychologie<br>Topic of the Year<br>Case Study-Seminar zum Marketing   | 5    | 10             | 4  | SA      |
| <b>Modul 6:</b> | <b>Management: Economics &amp; Quantitative Analysen</b><br>Volkswirtschaftslehre: Makroökonomie<br>Datenanalyse: Statistik   | 5    | 10             | 2  | KL      |
| <b>Gesamt:</b>  |   | 20   | 42             | 12 |         |

| <b>3. Semester: Schwerpunkt Sport-Management</b> |   | <b>ECTS</b> | <b>Präsenzen (UE)</b> | <b>KE</b> | <b>Prüfung</b> |
|--|---|-------------|-----------------------|-----------|----------------|
| <b>Modul 18:</b>                                 | <b>Organisation und Finanzierung im Sport</b>   | <b>5</b>    | <b>14</b>             | <b>2</b>  | <b>SA</b>      |
|  | Grundlagen Organisation des Sports, Vereins- und Verbandsmanagement<br>Finanzierung im Sport  |             |                       |           |                |
| <b>Modul 19:</b>                                 | <b>Personal-, Projekt- und Managementtechniken im Sport</b>   | <b>5</b>    | <b>14</b>             | <b>3</b>  | <b>KL</b>      |
|  | Personalführung und Ethik im Sport<br>Projektmanagement im Sport<br>Planung, Organisation und Durchführung von Großevents   |             |                       |           |                |
| <b>Modul 20:</b>                                 | <b>Marketing im Sport</b>   | <b>10</b>   | <b>20</b>             | <b>5</b>  | <b>KL</b>      |
|  | Marktforschung und Social Media im Sport<br>Projektseminar Marktforschung<br>Sportsponsoring, Testimonials und Merchandising<br>Sportrechtevermarktung<br>Sportlervermarktung und Vertragsrecht |             |                       |           |                |
| <b>Gesamt:</b>                                   |   | <b>20</b>   | <b>48</b>             | <b>10</b> |                |

| <b>4. Semester: Abschlusssemester</b> |  | <b>ECTS</b> | <b>Präsenzen (UE)</b> | <b>KE</b> | <b>Prüfung</b> |
|---------------------------------------|--|-------------|-----------------------|-----------|----------------|
| <b>Modul 13:</b>                      | <b>Internationales Master-Thesis Seminar</b> | <b>4</b>    | <b>32</b>             |           | <b>SL</b>      |
|                                       | Out-of-Campus-Event (Sport-Projekt)          |             |                       |           |                |
| <b>Modul 14:</b>                      | <b>Master –Thesis inkl. Kolloquium</b>       | <b>26</b>   |                       |           | <b>MT</b>      |
| <b>Gesamt:</b>                        |  | <b>30</b>   | <b>32</b>             |           |                |

|                                   |           |            |           |  |
|-----------------------------------|-----------|------------|-----------|--|
| <b>Gesamt (1. – 4. Semester):</b> | <b>90</b> | <b>158</b> | <b>33</b> |  |
|-----------------------------------|-----------|------------|-----------|--|

ECTS= European Credit Points, UE =Unterrichtseinheiten (1 UE = 45 min); KE = Kurseinheiten;  
KL = Klausur; SA = Seminararbeiten, SL=Studienleistung, MT=Master-Thesis

## MBA Innovations-Management

| 1. Semester  |  | ECTS      | Präsenzen (UE) | KE        | Prüfung   |
|--|--|-----------|----------------|-----------|-----------|
| <b>Modul 1: Management-Framework</b>                               |  | <b>10</b> | <b>16</b>      | <b>6</b>  | <b>KL</b> |
|  | Ganzheitliches Management<br>Betriebswirtschaftliche Grundlagen I<br>Betriebswirtschaftliche Grundlagen II<br>Interne Logistik<br>Neue Konzepte<br>Supply Chain Management |           |                |           |           |
| <b>Modul 2: Kommunikation &amp; Soft Skills für Führungskräfte</b> |  | <b>5</b>  | <b>10</b>      | <b>3</b>  | <b>SA</b> |
|  | Rhetorik für den Kundenkontakt<br>Verhandlung- und Argumentationstechniken<br>Interkulturelles Management<br>Methodenkompetenz   |           |                |           |           |
| <b>Modul 3: Marketing-Politik und Strategie</b>                    |  | <b>5</b>  | <b>10</b>      | <b>2</b>  | <b>SA</b> |
|  | Grundlagen und Strategie I: Marktorientierte Führung von Marketing und Vertrieb<br>Grundlagen und Strategie II: Strategische Analyse und Strategieentwicklung              |           |                |           |           |
| <b>Gesamt:</b>   |  | <b>20</b> | <b>36</b>      | <b>11</b> |           |

| 2. Semester  |  | ECTS      | Präsenzen (UE) | KE        | Prüfung   |
|--|--|-----------|----------------|-----------|-----------|
| <b>Modul 4: Erfolgs- und finanzorientierte Unternehmensführung</b> |  | <b>10</b> | <b>22</b>      | <b>6</b>  | <b>KL</b> |
|  | <b>Management Accounting: Kosten- und Gewinnmanagement</b><br>Kosten- und Leistungsrechnung I<br>Kosten- und Leistungsrechnung II<br><b>Finanzen &amp; Controlling (inkl. Marketingcontrolling, Scorecard):</b><br>Finanz- und Investitionsrechnung<br>Controlling<br><b>Finanzberichterstattung:</b><br>Jahresabschluss, Bilanzen |           |                |           |           |
| <b>Modul 5: Marketing: Market Research und Kundenmanagement</b>    |  | <b>5</b>  | <b>10</b>      | <b>4</b>  | <b>SA</b> |
|  | Informationsmanagement für das Marketing<br>Marktpsychologie<br>Topic of the Year<br>Case Study-Seminar zum Marketing  |           |                |           |           |
| <b>Modul 6: Management: Economics &amp; Quantitative Analysen</b>  |  | <b>5</b>  | <b>10</b>      | <b>2</b>  | <b>KL</b> |
|  | Volkswirtschaftslehre: Makroökonomie<br>Datenanalyse: Statistik  |           |                |           |           |
| <b>Gesamt:</b>   |  | <b>20</b> | <b>42</b>      | <b>12</b> |           |

| <b>3. Semester: Schwerpunkt Innovations-Management</b> |  | <b>ECTS</b> | <b>Präsen-zen(UE)</b> | <b>KE</b> | <b>Prüfung</b> |
|--|--|-------------|-----------------------|-----------|----------------|
| <b>Modul 21:</b>                                       | <b>Innovations-Management in Unternehmen</b><br>Grundlagen und Modelle des Innovations-<br>Managements<br>Methodische Gestaltung von Innovationsprozessen in<br>Unternehmen<br>Intellectual Property Management - Grundlagen des<br>Rechts und des Umgangs mit geistigem Eigentum<br>Case-Study-Seminar: Intellectual Property Manage-<br>ment im Innovations-Management | <b>7</b>    | <b>16</b>             | <b>4</b>  | <b>KL</b>      |
| <b>Modul 22:</b>                                       | <b>Personalführung als Teil einer innovationsförder-lichen Unternehmenskultur</b><br>Innovationsförderliche Strategieentwicklung und -<br>umsetzung<br>Entwicklung individueller Innovations-Kompetenzen<br>Gestaltung innovationsförderlicher Arbeitsformen   | <b>6</b>    | <b>16</b>             | <b>3</b>  | <b>SA</b>      |
| <b>Modul 23:</b>                                       | <b>Methodik für ein systematisches Innovations-Management</b><br>Innovations-Methodik TRIZ: Innovative Ideenfindung<br>und Problemlösung<br>Innovations-Vorschau mit Mustern, Trends und evolu-<br>tionären Methoden<br>Innovations-Projektseminar   | <b>7</b>    | <b>16</b>             | <b>3</b>  | <b>SA</b>      |
| <b>Gesamt:</b>   |  | <b>20</b>   | <b>48</b>             | <b>10</b> |                |

| <b>4. Semester: Abschlusssemester</b> |   | <b>ECTS</b> | <b>Präsenzen (UE)</b> | <b>KE</b> | <b>Prüfung</b> |
|---------------------------------------|---|-------------|-----------------------|-----------|----------------|
| <b>Modul 13:</b>                      | <b>Internationales Master-Thesis Seminar</b><br>Out-of-Campus-Event | <b>4</b>    | <b>32</b>             |           | <b>SL</b>      |
| <b>Modul 14:</b>                      | <b>Master –Thesis inkl. Kolloquium</b>                              | <b>26</b>   |                       |           | <b>MT</b>      |
| <b>Gesamt:</b>                        |   | <b>30</b>   | <b>32</b>             |           |                |

|                                   |  |           |            |           |  |
|-----------------------------------|--|-----------|------------|-----------|--|
| <b>Gesamt (1. – 4. Semester):</b> |  | <b>90</b> | <b>158</b> | <b>33</b> |  |
|-----------------------------------|--|-----------|------------|-----------|--|

ECTS= European Credit Points, UE =Unterrichtseinheiten (1 UE = 45 min); KE = Kurseinheiten;  
KL = Klausur; SA = Seminararbeiten, SL=Studienleistung, MT=Master-Thesis

Anlage 2: Studienverlaufsplan bei Studienbeginn im Sommersemester für die Studiengänge MBA Vertriebsingenieur/Vertriebsingenieurin und MBA Marketing-Management

**1. Semester => Sommersemester XX 01**

Modul 5 + 6

**2. Semester => Wintersemester XX 01**

Module 1 – 3

**3. Semester => Sommersemester XX 02**

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

**4. Semester => Wintersemester XX 02**

Module 7, 8, 9 (Schwerpunkt Vertriebsingenieur/Vertriebsingenieurin)

Module 10, 11, 12 (Schwerpunkt Marketing-Management)

**5. Semester => Sommersemester XX 03**

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

Anlage 3: Studienverlaufsplan bei Studienbeginn im Wintersemester für die Studiengänge MBA Motorsport-Management, MBA Sport-Management, MBA Innovations-Management

**1. Semester => Wintersemester XX 01**

Modul 5 + 6

**2. Semester => Sommersemester XX 01**

Modul 1 – 3

**3. Semester => Wintersemester XX 02**

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

**4. Semester => Sommersemester XX 02**

Module 15, 16, 17 (Schwerpunkt Motorsport-Management)

Module 18, 19, 20 (Schwerpunkt Sport-Management)

Module 21, 22, 23 (Schwerpunkt Innovations-Management)

**5. Semester => Wintersemester XX 03**

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



Anlage 4: Struktur einer Modulbeschreibung

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



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/Vertriebsingenieurin (*Marketing-Management, Motorsport-Management,  
Sport-Management, Innovations-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 Hochschule

Vorsitzendes Mitglied  
des Prüfungsausschusses

Anlage 6: Muster der Masterurkunde MBA Vertriebsingenieur/Vertriebsingenieurin, MBA Marketing-Management, MBA Motorsport-Management, MBA Sport-Management oder MBA Innovations-Management



MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION (MBA)

---

Frau / Herr

---

geboren am

in

---

hat am

die Prüfung im weiterbildenden Fernstudiengang  
Master of Business Administration (MBA)

**Vertriebsingenieur/Vertriebsingenieurin oder**  
*(Marketing-Management, Motorsport-Management, Sport-Management, Innovations-Management)*

---

bestanden. Auf Grund dieser Prüfung wird ihr/ihm der Hochschulgrad

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION (MBA)

verliehen.

---

Kaiserslautern, den

Die Präsidentin  
der Präsident

Siegel der  
Hochschule Kaiserslautern  
University of Applied Sciences

**Zweite Änderungsordnung der Ordnung  
über die Einschreibung der Studierenden  
an der Hochschule Kaiserslautern vom 26. Juni 2013**

Aufgrund des § 7 Abs. 2 Nr. 1 in Verbindung mit § 67 Abs. 3, 3a und § 76 Abs. 2 Nr. 3 des Hochschulgesetzes (HochSchG) in der Fassung vom 19. November 2010 (GVBl. S. 463), zuletzt geändert durch Gesetz vom 24. Juli 2014 (GVBl. S. 125), hat der Senat der Hochschule Kaiserslautern am 29.04.2015 die nachfolgende Änderung der Ordnung über die Einschreibung an der Hochschule Kaiserslautern vom 26.06.2013 erlassen. Sie wird hiermit bekannt gemacht.

**Artikel 1  
Änderungen**

1. § 7 wird wie folgt gefasst:  
„Die Einschreibung für mehr als einen zulassungsbeschränkten Studiengang ist nur zulässig, wenn das gleichzeitige Studium in den verschiedenen Studiengängen für eine angestrebte Qualifikation oder aus wissenschaftlichen oder künstlerischen Gründen zwingend erforderlich ist. Die Einschreibung für zwei oder mehr zulassungsfreie Studiengänge ist möglich. Hinsichtlich der Anzahl der zulassungsfreien Studiengänge gibt es keine Einschränkung. In begründeten Ausnahmefällen können Studierende in einem Masterstudiengang in Abweichung von Satz 1 und 2 für höchstens ein Semester eingeschrieben werden, bevor die Abschlussprüfungen des Bachelorstudiengangs beendet sind. Das Nähere regelt die jeweilige Fachprüfungsordnung.“
2. In § 22 werden im ersten Satz die Wörter „Staatsanzeiger für Rheinland-Pfalz“ durch die Wörter „Hochschulanzeiger der Hochschule Kaiserslautern“ ersetzt.
3. In der Überschrift, in der Überschrift des 1. Abschnitts und den §§ 1, 2 Abs. 3, 3, 4, 11, 14, 15, 16, 17, 19 und 20 das Wort „Fachhochschule“ jeweils durch das Wort „Hochschule“ ersetzt.

**Artikel 2  
Inkrafttreten**

Diese Ordnung tritt am Tag nach ihrer Veröffentlichung im Hochschulanzeiger der Hochschule Kaiserslautern in Kraft.

Kaiserslautern, den 15.07.2015

Prof. Dr. Konrad Wolf  
Präsident der Hochschule Kaiserslautern

**Ordnung über die Aufnahme- und Feststellungsprüfung  
am Internationalen Studienkolleg für die Fachhochschulen  
an der Hochschule Kaiserslautern  
vom 07. Juli 2015**

Aufgrund § 94 Abs. 3 in Verbindung mit § 26 und §7 Abs. 3 Satz 2 sowie Abs. 4 und 5 des Hochschulgesetzes (HochSchG) in der Fassung vom 19. November 2010 (GVBl. 2010, S. 463), zuletzt geändert durch das Landesgesetz zur Änderung des Schulgesetzes, des Hochschulgesetzes und des Verwaltungshochschulgesetzes vom 24. Juli 2014 (GVBl. 2014, S. 125) hat der Senat der Hochschule Kaiserslautern am 08. Juli 2015 die folgende Prüfungsordnung für das Internationale Studienkolleg beschlossen. Diese Prüfungsordnung wurde vom Präsidenten mit Schreiben vom 15.07.2015 genehmigt. Sie wird hiermit bekannt gemacht.

## **INHALT**

### **TEIL A ALLGEMEINE BESTIMMUNGEN**

- § 1 Gegenstand und Zweck der Prüfungen
- § 2 Dauer der Ausbildung am Internationalen Studienkolleg
- § 3 Zulassungsvoraussetzungen
- § 4 Prüfungsausschuss
- § 5 Prüfende
- § 6 Ausschluss vom Prüfungsverfahren
- § 7 Nachteilsausgleich
- § 8 Einsicht in die Prüfungsarbeiten
- § 9 Aufbewahrung der Prüfungsunterlagen

### **TEIL B AUFNAHMEPRÜFUNG**

- § 10 Termine und Gliederung der Aufnahmeprüfung
- § 11 Teilnahme an der Aufnahmeprüfung
- § 12 Bewertung der Prüfungsleistungen
- § 13 Aufnahme in das Internationale Studienkolleg
- § 14 Wiederholung der Aufnahmeprüfung

### **TEIL C FESTSTELLUNGSPRÜFUNG**

- § 15 Termine und Gliederung der Feststellungsprüfung
- § 16 Bewerbung, Zulassung und Anmeldung zur Feststellungsprüfung
- § 17 Benotung der Prüfungsleistungen
- § 18 Schriftliche Prüfung
- § 19 Mündliche Prüfung
- § 20 Bewertung der Prüfungsleistungen
- § 21 Feststellung der Prüfungsergebnisse
- § 22 Versäumnis und Nachholung von Prüfungsleistungen
- § 23 Wiederholung der Feststellungsprüfung
- § 24 Zeugnis über die Feststellungsprüfung
- § 25 Ergänzungsprüfung

### **TEIL D SCHLUSSBESTIMMUNG**

- § 26 Inkrafttreten

## TEIL A ALLGEMEINE BESTIMMUNGEN

### § 1 Gegenstand und Zweck der Prüfungen

(1) Die vorliegende Ordnung regelt die Durchführung der Aufnahme- und Feststellungsprüfung für Bewerberinnen und Bewerber mit ausländischen Bildungsnachweisen am Internationalen Studienkolleg für die Fachhochschulen an der Hochschule Kaiserslautern.

(2) In der Aufnahmeprüfung wird festgestellt, ob eine Bewerberin oder ein Bewerber ausreichende Kenntnisse besitzt, um an den Schwerpunktkursen des Internationalen Studienkollegs mit Erfolg teilnehmen zu können.

(3) In der Feststellungsprüfung wird festgestellt, ob eine Kollegiatin oder ein Kollegiat oder eine Bewerberin oder ein Bewerber nach § 2 Satz 2 die sprachlichen, fachlichen und methodischen Voraussetzungen für ein Studium an deutschen Universitäten oder Fachhochschulen (Hochschulen) erfüllt.

### § 2 Dauer der Ausbildung am Internationalen Studienkolleg

Die Ausbildung am Internationalen Studienkolleg dauert in der Regel ein Semester einschließlich der Prüfungszeiten für die Feststellungsprüfung. Die Feststellungsprüfung kann auch ohne vorherigen Besuch des Internationalen Studienkollegs abgelegt werden.

### § 3 Zulassungsvoraussetzungen

(1) An den Prüfungen nehmen Bewerberinnen und Bewerber teil, die die in den Bewertungsvorschlägen der Zentralstelle für ausländisches Bildungswesen der Kultusministerkonferenz genannten Bedingungen erfüllen. Zur Entscheidung über einen Zulassungsantrag muss eine Bewerberin oder ein Bewerber folgende Unterlagen in amtlich beglaubigter Kopie beim Internationalen Studienkolleg einreichen:

- das Abschlusszeugnis einer Sekundarschule, das im Herkunftsland zum Studium an einer wissenschaftlichen Hochschule berechtigt (einschließlich einer Übersicht über die Prüfungsfächer und Prüfungsnoten),
- gegebenenfalls einen Nachweis über eine bestandene Hochschulaufnahmeprüfung im Herkunftsland,
- gegebenenfalls Nachweise über die Dauer eines Studiums an einer wissenschaftlichen Hochschule im Herkunftsland und die dabei erbrachten Studienleistungen,
- ein Zeugnis über den Umfang der deutschen Sprachkenntnisse.

Originalsprachige Unterlagen werden nur akzeptiert, wenn sie in englischer oder französischer Sprache verfasst sind, ansonsten müssen von einem vereidigten Übersetzer angefertigte Übersetzungen beigelegt werden.

Außerdem ist dem Zulassungsantrag eine Erklärung über den etwaigen Besuch eines Studienkollegs und eine bereits erfolgte Teilnahme an einer Feststellungsprüfung in der Bundesrepublik Deutschland beizufügen.

(2) Die Zulassung zur Aufnahmeprüfung setzt ein Sprachzertifikat auf dem Niveau B2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens (GER) für Sprachen voraus; für die Zulassung zur Feststellungsprüfung ohne vorherigen Besuch des Studienkollegs ist ein Sprachzertifikat auf dem Niveau C1 erforderlich. In begründeten Ausnahmefällen können auch andere Sprachzertifikate akzeptiert werden.

(3) Eine Zulassung zu den Prüfungen ist nicht möglich, wenn eine Bewerberin oder ein Bewerber bereits zweimal ohne Erfolg an einer Feststellungsprüfung in der Bundesrepublik Deutschland teilgenommen hat oder von einem Studienkolleg in der Bundesrepublik Deutschland ausgeschlossen wurde.

### § 4 Prüfungsausschuss

(1) Zur Sicherung einer ordnungsgemäßen Durchführung der Prüfungen wird ein Prüfungsausschuss gebildet. Die Mitglieder haben das Recht, bei den Prüfungen zugegen zu sein. Der Prüfungsausschuss bestellt die Prüfenden und sorgt dafür, dass die Namen der Prüfenden, die Meldefristen zu den Prüfungen sowie die Prüfungstermine spätestens vier Wochen vor den jeweiligen Fristen bzw. Terminen bekannt gegeben werden.

(2) Dem Prüfungsausschuss gehören an

1. ein Vertreter oder eine Vertreterin der Hochschulleitung,
2. eine Vertreterin oder ein Vertreter der Studierenden,
3. eine hauptamtliche Lehrkraft des Internationalen Studienkollegs als Vertreterin oder Vertreter der akademischen und nichtwissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

(3) Die Mitglieder des Prüfungsausschusses werden vom Senat der Hochschule Kaiserslautern für die Dauer von drei Jahren bestellt. Die Amtszeit der Vertreterin oder des Vertreters der Studierenden beträgt ein Jahr. Das studentische Mitglied sollte das Internationale Studienkolleg absolviert haben.

(4) Der Prüfungsausschuss wählt ein Mitglied zur Vorsitzenden oder zum Vorsitzenden, ein weiteres zur Stellvertreterin oder zum Stellvertreter.

(5) Der Prüfungsausschuss ist beschlussfähig, wenn das vorsitzende Mitglied und ein weiteres Mitglied anwesend sind. Der Prüfungsausschuss entscheidet mit der Mehrheit der Stimmen der anwesenden Mitglieder. Bei Stimmengleichheit gibt die Stimme des vorsitzenden Mitgliedes den Ausschlag.

(6) Die hauptamtlichen Mitglieder des Internationalen Studienkollegs können an den Sitzungen des Prüfungsausschusses als Gäste teilnehmen.

(7) Über alle Sitzungen und Entscheidungen des Prüfungsausschusses sind Niederschriften anzufertigen.

(8) 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.

(9) Die Mitglieder des Prüfungsausschusses und die weiteren anwesenden Personen gemäß Absatz 6 unterliegen der Amtsverschwiegenheit. Soweit sie nicht im öffentlichen Dienst stehen, sind sie durch das vorsitzende Mitglied zur Amtsverschwiegenheit zu verpflichten.

### **§ 5 Prüfende**

(1) Prüfende sind die hauptamtlichen Lehrkräfte des Internationalen Studienkollegs, die die Prüfungsfächer in den jeweiligen Schwerpunktkursen unterrichten.

(2) Die hauptamtlichen Lehrkräfte können auch Lehrbeauftragte zu Prüfenden bestimmen.

(3) Prüfende sind in allen Prüfungsangelegenheiten zur Verschwiegenheit verpflichtet.

### **§ 6 Ausschluss vom Prüfungsverfahren**

(1) Versuchen Kandidatinnen oder Kandidaten das Ergebnis einer Prüfung durch Täuschung, Benutzung nicht zugelassener Hilfsmittel oder unzulässige Hilfe anderer Personen zu ihren Gunsten zu beeinflussen, können sie von den zuständigen Prüfenden von der weiteren Teilnahme ausgeschlossen werden; die betreffende Prüfungsleistung wird in diesem Fall als nicht erbracht bewertet. In besonders schweren Fällen kann der Prüfungsausschuss auch den Ausschluss vom gesamten weiteren Prüfungsverfahren beschließen.

(2) Absatz 1 gilt sinngemäß auch für Kandidatinnen und Kandidaten, die den Ablauf einer Prüfung bewusst stören und damit insbesondere andere Teilnehmerinnen und Teilnehmer von der ordnungsgemäßen Erbringung der Prüfungsleistung abhalten.

(3) Die Kandidatin oder der Kandidat kann innerhalb einer Frist von zwei Wochen verlangen, dass Entscheidungen nach Absatz 2 vom Prüfungsausschuss überprüft werden. Belastende Entscheidungen sind der Kandidatin oder dem Kandidaten unverzüglich schriftlich und/oder elektronisch mitzuteilen, zu begründen und mit einer Rechtsbehelfsbelehrung zu versehen. Der Kandidatin oder dem Kandidaten ist vor einer Entscheidung Gelegenheit zur Äußerung zu geben.

### **§ 7 Nachteilsausgleich**

Machen Kandidatinnen oder Kandidaten durch ärztliches Zeugnis glaubhaft, dass sie wegen Behinderungen oder länger andauernden Krankheiten nicht in der Lage sind, Prüfungen ganz oder teilweise in der vorgesehenen Form abzulegen, hat der Prüfungsausschuss entweder die Bearbeitungszeit zur Erbringung der Prüfungsleistungen angemessen zu verlängern oder anstelle der vorgesehenen Prüfung gleichwertige Prüfungsleistungen in anderer Form zuzulassen. Voraussetzung ist ein Antrag der Kandidatinnen oder Kandidaten.

### **§ 8 Einsicht in die Prüfungsarbeiten**

Kandidatinnen und Kandidaten können sich über Teilergebnisse der Prüfung vor Abschluss ihrer Prüfung unterrichten und nach Abschluss eines Prüfungsverfahrens innerhalb einer Frist von einem Jahr nach Bekanntgabe des Ergebnisses Einsicht in ihre Prüfungsarbeiten und die Prüfungsakten nehmen. Die Einsichtnahme erfolgt in Gegenwart einer oder eines Prüfenden.

### **§ 9 Aufbewahrung der Prüfungsunterlagen**

(1) Alle Prüfungsunterlagen (Klausuren, Protokolle) werden zwei Jahre, gerechnet ab dem Tag der Bekanntgabe der Ergebnisse am Internationalen Studienkolleg, aufbewahrt, soweit den Prüfungsergebnissen nicht widersprochen

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

(2) Die Studierenden-Akten mit den Ergebnissen über die Feststellungsprüfung am Internationalen Studienkolleg werden nach Maßgabe der gesetzlichen Vorschriften im Archiv des Internationalen Studienkollegs oder im Archiv der Hochschule Kaiserslautern aufbewahrt.

## **TEIL B AUFNAHMEPRÜFUNG**

### **§ 10 Termine und Gliederung der Aufnahmeprüfung**

(1) Die Aufnahmeprüfung findet in der Regel zweimal jährlich statt. Der Termin ist so zu legen, dass die Bewerberinnen und Bewerber möglichst sechs Wochen vor dem Unterrichtsbeginn im jeweiligen Semester von ihrem Prüfungsergebnis Kenntnis erhalten.

(2) Die Aufnahmeprüfung erfolgt schriftlich oder elektronisch und umfasst die Fächer Deutsch und Mathematik; die Bearbeitungszeit pro Fach beträgt 60 bis 120 Minuten.

### **§ 11 Teilnahme an der Aufnahmeprüfung**

(1) Bewerberinnen und Bewerber, die einen Aufnahmeantrag für das Internationale Studienkolleg gestellt haben und die Zulassungsvoraussetzungen gemäß § 3 Absatz 1 erfüllen, werden vom Internationalen Studienkolleg zum nächstmöglichen Termin zur Aufnahmeprüfung eingeladen; eine Teilnahme ohne vorherige Einladung ist nicht möglich.

(2) Ein Aufnahmeantrag für ein bestimmtes Semester muss spätestens vier Monate vor dem Termin der Aufnahmeprüfung beim Internationalen Studienkolleg eingegangen sein; in begründeten Ausnahmefällen können auch später eingegangene Aufnahmeanträge für das jeweilige Semester berücksichtigt werden.

(3) Bewerberinnen oder Bewerber sind auf Antrag im Fach Deutsch von der Prüfung befreit, wenn sie folgende Nachweise vorlegen können:

1. das Deutsche Sprachdiplom der KMK – Stufe zwei – (DSD II) oder
2. das Zeugnis der Deutschen Sprachprüfung für den Hochschulzugang ausländischer
3. Studienbewerber (DSH 1) oder
4. das Goethe-Zertifikat B2 (in allen Varianten) oder
5. telc Deutsch B2 Zertifikat oder
6. das TestDaF-Zertifikat mit mindestens vier Teilqualifikationen auf dem Niveau TDN 3 oder
7. das Österreichische Sprachdiplom (ÖSD) B2 oder
8. eine bestandene Feststellungsprüfung im Fach Deutsch an einem Studienkolleg an einer Fachhochschule.

Die Aufnahmeprüfung im Fach Mathematik bleibt hiervon unberührt.

### **§ 12 Bewertung der Prüfungsleistungen**

(1) Die Prüfenden bewerten die Prüfungsarbeiten nach einer Prozentskala, eine Umrechnung in Noten findet nicht statt.

(2) Ausreichende Leistungen liegen vor, wenn in der Fachprüfung Deutsch mindestens 60% und in der Fachprüfung Mathematik mindestens 50% der Anforderungen erfüllt sind.

### **§ 13 Aufnahme in das Internationale Studienkolleg**

(1) Die Ergebnisse der Aufnahmeprüfung werden vom Internationalen Studienkolleg per Aushang und in elektronischer Form unter Einhaltung der üblichen Datenschutzbestimmungen bekannt gegeben. Bewerberinnen und Bewerber, die die Aufnahmeprüfung mit ausreichenden Leistungen abgelegt haben, erhalten die Berechtigung, das Studium am Internationalen Studienkolleg im unmittelbar auf die Aufnahmeprüfung folgenden Semester aufzunehmen.

(2) Soweit der Senat der Hochschule Kaiserslautern die Zulassung zum Internationalen Studienkolleg gemäß § 94 Absatz 2 des Hochschulgesetzes beschränkt hat und die Zahl der Bewerberinnen und Bewerber mit ausreichenden Leistungen die Zahl der verfügbaren Studienplätze übersteigt, werden die Bewerberinnen und Bewerber in der Rangfolge ihres Prüfungsergebnisses aufgenommen. Bei der Berechnung der Rangfolge wird das Ergebnis der Fachprüfung Deutsch doppelt gewichtet.



### **§ 14 Wiederholung der Aufnahmeprüfung**

(1) Die Aufnahmeprüfung kann nur einmal frühestens nach einem Semester und nur als Ganzes wiederholt werden; nach zweimaliger erfolgloser Teilnahme ist eine erneute Teilnahme an der Aufnahmeprüfung ausgeschlossen. Zur Wiederholung der Aufnahmeprüfung müssen Bewerberinnen und Bewerber erneut einen Antrag auf Zulassung zum Internationalen Studienkolleg stellen.

## **TEIL C FESTSTELLUNGSPRÜFUNG**

### **§ 15 Termine und Gliederung der Feststellungsprüfung**

(1) Die Feststellungsprüfung findet am Ende des jeweiligen Semesters statt. Die Termine werden zu Beginn des Semesters bekannt gegeben und sind so zu legen, dass sich die Studierenden bei erfolgreicher Teilnahme rechtzeitig zum nachfolgenden Semester für ein Studium an einer Universität oder Fachhochschule (Hochschule) bewerben können.

(2) Die Prüfungsfächer sind im Schwerpunktkurs T/TI (Vorbereitung auf natur- und ingenieurwissenschaftliche Studiengänge an Universitäten oder Fachhochschulen (Hochschulen)):

1. Deutsch
2. Mathematik und Informatik
3. Physik

im Schwerpunktkurs W/WW (Vorbereitung auf wirtschaftswissenschaftliche Studiengänge an Universitäten oder Fachhochschulen (Hochschulen)):

1. Deutsch
2. Mathematik
3. Volks- und Betriebswirtschaftslehre

(3) Kandidatinnen und Kandidaten, die ein Zeugnis über die Deutsche Sprachprüfung für den Hochschulzugang (DSH) mit Nachweis der uneingeschränkten sprachlichen Studierfähigkeit besitzen, sind von der Prüfung im Fach Deutsch befreit. Sie können sich jedoch auf Antrag auch der Prüfung im Fach Deutsch unterziehen; die dabei erzielte Note erscheint dann im Zeugnis über die Feststellungsprüfung und geht in die Berechnung der Durchschnittsnote ein.

Dem DSH - Zeugnis stehen gleich

- das Deutsche Sprachdiplom der Kultusministerkonferenz Zweite Stufe (DSD II),
- das Große oder das Kleine Sprachdiplom des Goethe-Instituts,
- die Zentrale Oberstufenprüfung (ZOP) des Goethe-Instituts,
- ein TestDaF - Zertifikat der Niveaustufe TDN 4 in allen Teilprüfungen,
- ein telc Deutsch C1 Zertifikat.

(4) Die Feststellungsprüfung kann vorbehaltlich der Regelungen für die Wiederholungsprüfung (§ 23) nur als Ganzes abgelegt werden.

### **§ 16 Bewerbung, Zulassung und Anmeldung zur Feststellungsprüfung**

(1) Studierende des internationalen Studienkollegs, die an mindestens 75% aller Lehrveranstaltungen teilgenommen haben, sind automatisch für die unmittelbar anschließende Feststellungsprüfung angemeldet; die Studierenden sind entsprechend zu unterrichten. Ein Rücktritt von der Anmeldung ist nur in begründeten Ausnahmefällen auf schriftlichen Antrag einer bzw. eines Studierenden möglich, dieser Antrag muss spätestens 14 Tage vor der ersten Fachprüfung gestellt werden. Studierende, deren Fehlzeit mehr als 25% aller Lehrveranstaltungen beträgt, werden von der Feststellungsprüfung ausgeschlossen. Die Feststellungsprüfung gilt in diesem Fall als nicht bestanden.

(2) Externe Bewerberinnen und Bewerber, die sich ohne Besuch des Internationalen Studienkollegs einer externen Feststellungsprüfung unterziehen wollen, müssen sich hierzu unter Vorlage der Unterlagen gemäß § 3 Absatz 1 und unter Angabe des Schwerpunktkurses schriftlich bewerben. Für die Bewerbungsfristen gelten sinngemäß die gleichen Regeln wie in § 11 Absatz 2, gleichzeitige Bewerbungen für die externe Feststellungsprüfung und die Aufnahme in das Internationale Studienkolleg sind dabei ausgeschlossen. Falls die Voraussetzungen erfüllt sind, erhalten die Bewerberinnen und Bewerber umgehend eine Zulassung zur externen Feststellungsprüfung, anschließend müssen sie sich spätestens 14 Tage vor der ersten Fachprüfung schriftlich für die Teilnahme anmelden.

(3) Die Zulassung zur externen Feststellungsprüfung kann im Hinblick auf die Kapazitäten durch den Senat der Hochschule Kaiserslautern begrenzt werden, in diesem Fall entscheidet die Reihenfolge des Bewerbungseingangs über die Zulassung zur externen Feststellungsprüfung im jeweiligen Semester.

(4) Bewerberinnen und Bewerber, die bereits in das Internationale Studienkolleg aufgenommen worden sind, können keine Zulassung zur externen Feststellungsprüfung erhalten.

### **§ 17 Benotung der Prüfungsleistungen**

(1) Die Prüfungsleistungen werden nach dem folgenden Notensystem beurteilt:

|                   |   |   |
|-------------------|---|---|
| sehr gut          | 1 | eine hervorragende Leistung   |
| gut               | 2 | eine Leistung, die über den durchschnittlichen Anforderungen liegt  |
| befriedigend      | 3 | eine Leistung, die durchschnittlichen Anforderungen entspricht      |
| ausreichend       | 4 | eine Leistung, die trotz ihrer Mängel noch den Anforderungen genügt |
| nicht ausreichend | 5 | eine Leistung, die den Anforderungen nicht mehr genügt              |

Zur differenzierten Bewertung einer Prüfungsleistung können einzelne Noten um 0,3 auf Zwischenwerte angehoben oder abgesenkt werden; die Noten 0,7; 4,3; 4,7 und 5,3 sind dabei ausgeschlossen.

(2) Setzt sich eine Prüfungsleistung aus mehreren Teilleistungen zusammen, wird aus den Teilnoten zunächst ein Mittelwert errechnet und anschließend auf die nächstgelegene Notenstufe gemäß Absatz 1 gerundet. Die Teilnoten werden dabei mit dem Umfang der zugehörigen Teilleistungen gewichtet.

### **§ 18 Schriftliche Prüfung**

(1) In allen Prüfungsfächern gemäß § 15 Absatz 2 werden schriftliche Prüfungen durchgeführt; die Aufgaben stellen die Prüfenden, die für das jeweilige Prüfungsfach zuständig sind. Eine schriftliche Prüfung wird in Form einer Klausur abgelegt. Die Bearbeitungszeit einer Prüfung beträgt 90 bis 180 Minuten; besteht ein Prüfungsfach aus Teilfächern, wird die Prüfungszeit entsprechend auf die Teilprüfungen verteilt.

(2) Schriftliche Prüfungen werden unter Aufsicht einer oder eines Prüfenden durchgeführt. Über den Ablauf der Prüfung ist ein formloses Protokoll mit Angaben zu Beginn und Ende der Prüfung sowie etwaige besondere Vorkommnisse anzufertigen.

### **§ 19 Mündliche Prüfung**

(1) Alle Kandidatinnen und Kandidaten werden im Fach Deutsch mündlich geprüft; die mündliche Prüfung findet jedoch nur dann statt, wenn die schriftliche Prüfungsarbeit im Fach Deutsch nicht schlechter als 4,0 bewertet wurde.

(2) Mündliche Prüfungen sind Einzelprüfungen, die in der Gegenwart von mindestens zwei Prüfenden durchgeführt werden.

(3) Die Dauer einer mündlichen Prüfung beträgt zwischen 15 und 30 Minuten, zuvor ist den Kandidatinnen und Kandidaten ausreichend Zeit zur Vorbereitung einzuräumen.

(4) Über den Ablauf einer mündlichen Prüfung ist ein Protokoll mit Angaben über den Namen der Kandidatin oder des Kandidaten, Beginn und Ende der Prüfung, die anwesenden Prüfenden, die wesentlichen Prüfungsfragen, die Bewertung der Prüfung sowie etwaige besondere Vorkommnisse anzufertigen. Die Anfertigung des Protokolls in elektronischer Form ist ausgeschlossen.

(5) Auf Antrag Studierender kann die zentrale Gleichstellungsbeauftragte der Hochschule Kaiserslautern an der jeweiligen mündlichen Prüfung teilnehmen.

(6) Studierende des gleichen Schwerpunktkurses können als Gäste an einer mündlichen Prüfung teilnehmen, sofern die betroffenen Kandidatinnen oder Kandidaten vor Beginn der Prüfung keinen Widerspruch äußern.

### **§ 20 Bewertung der Prüfungsleistungen**

(1) Die schriftlichen Prüfungsarbeiten werden von den zuständigen Prüfenden begutachtet und mit Noten gemäß § 17 Absatz 1 bewertet. Der Prüfende kann auch im Fachunterricht des jeweiligen Semesters erbrachte Studienleistungen des Studierenden in die Benotung einfließen lassen.

(2) Eine Begutachtung einer schriftlichen Prüfungsarbeit durch eine zweite prüfende Person findet statt, wenn im Falle einer Wiederholungsprüfung gemäß § 23 das endgültige Nichtbestehen der Feststellungsprüfung droht oder wenn eine Kandidatin oder ein Kandidat einen entsprechenden Antrag stellt und diesem Antrag stattgegeben wird. Weichen Erst- und Zweitgutachten um höchstens eine ganze Note voneinander ab, wird die betreffende schriftli-

che Prüfungsarbeit mit einer mittleren Note gemäß § 17 Absatz 2 bewertet, ansonsten entscheidet der Prüfungsausschuss über die endgültige Note.

(3) Mündliche Prüfungsleistungen werden von den anwesenden Prüfenden gemeinsam bewertet.

#### **§ 21 Feststellung der Prüfungsergebnisse**

(1) Die Ergebnisse der schriftlichen Prüfungen werden den Kandidatinnen und Kandidaten nach Abschluss aller Begutachtungen bekannt gegeben. Ist das Ergebnis im Prüfungsfach Deutsch nicht schlechter als 4,0, erhalten die Kandidatinnen und Kandidaten einen Termin für die mündliche Prüfung im Fach Deutsch.

(2) Die Endnote im Fach Deutsch wird zu 70 % aus der Note der schriftlichen Prüfung und zu 30 % aus der Note der mündlichen Prüfung gebildet; das Ergebnis der mündlichen Prüfung und die Endnote werden der Kandidatin oder dem Kandidaten im Anschluss an die mündliche Prüfung bekannt gegeben. In allen anderen Prüfungsfächern ist die Note der schriftlichen Prüfung zugleich die Endnote.

(3) Die Feststellungsprüfung ist bestanden, wenn die Endnote in keinem Prüfungsfach schlechter als 4,0 ist.

#### **§ 22 Versäumnis und Nachholung von Prüfungsleistungen**

Sollten Kandidatinnen oder Kandidaten die Feststellungsprüfung bzw. einzelne Prüfungsteile aus von ihnen nicht zu vertretenden Gründen versäumen, müssen sie das Internationale Studienkolleg am gleichen Tag darüber informieren und innerhalb von drei Arbeitstagen eine amtliche oder ärztliche Bescheinigung über die Gründe ihres Fernbleibens vorlegen. Werden die Gründe anerkannt, können die Kandidatinnen oder Kandidaten die versäumten Prüfungsteile nachholen; ansonsten werden die versäumten Prüfungsteile mit nicht ausreichend (5,0) bewertet. Im Zweifelsfall kann die Vorlage eines amtsärztlichen Attests verlangt werden.

#### **§ 23 Wiederholung der Feststellungsprüfung**

(1) Eine nicht bestandene Feststellungsprüfung kann nur einmal – in der Regel im darauf folgenden Semester – wiederholt werden.

(2) Haben Kandidatinnen oder Kandidaten die Feststellungsprüfung nur in einzelnen Prüfungsfächern nicht bestanden, so muss die Prüfung auch nur in diesen Prüfungsfächern wiederholt werden. Die Noten der bereits bestandenen Fachprüfungen werden bei der Wiederholung übernommen.

(3) Auf schriftlichen Antrag können sich Kandidatinnen oder Kandidaten bei der Wiederholung auch in den Fächern, in denen sie die Prüfung beim ersten Mal bestanden hatten, erneut prüfen lassen; in diesem Fall werden die ursprünglichen Noten durch die Noten der Wiederholungsprüfung ersetzt, sofern sie eine Verbesserung darstellen.

#### **§ 24 Zeugnis über die Feststellungsprüfung**

(1) Über die bestandene Feststellungsprüfung wird ein Zeugnis ausgestellt. Das Zeugnis enthält insbesondere die Noten in den einzelnen Prüfungsfächern sowie die Durchschnittsnote der gesamten Feststellungsprüfung. Die Durchschnittsnote wird als Mittelwert aus den einzelnen Prüfungsnoten berechnet und auf eine Dezimalstelle nach dem Komma gerundet. Das Zeugnis trägt das Datum der Zeugnisausgabe.

(2) Das Zeugnis über die Feststellungsprüfung kann zusätzlich die Noten von weiteren Fächern enthalten, die in den Schwerpunktkursen unterrichtet und bewertet werden, aber nicht zu den Prüfungsfächern gemäß § 15 Absatz 2 gehören. Die Noten der weiteren Fächer werden bei der Berechnung der Durchschnittsnote nicht berücksichtigt.

(3) Das Zeugnis über die Feststellungsprüfung ist nur gültig, wenn es das Siegel der Hochschule Kaiserslautern trägt und von dem oder der Vorsitzenden des Prüfungsausschusses und einem Mitglied der Leitung der Hochschule Kaiserslautern unterschrieben ist.

(4) Die Erteilung des Zeugnisses in elektronischer Form ist ausgeschlossen.

#### **§ 25 Ergänzungsprüfung**

(1) Bewerberinnen und Bewerber, die bereits eine Feststellungsprüfung bestanden haben, aber nunmehr einen Studiengang anstreben, der einem anderen als dem ursprünglich gewählten Schwerpunktkurs zugeordnet ist, können hierfür eine Ergänzungsprüfung ablegen.

(2) Interessenten für eine Ergänzungsprüfung bewerben sich bis zu Semesterbeginn unter Angabe des gewünschten Studiengangs und unter Vorlage sowohl der Unterlagen nach § 3 Absatz 1 als auch des Zeugnisses über die bestandene Feststellungsprüfung beim Internationalen Studienkolleg. Falls die Voraussetzungen gemäß § 3 Absatz 1

erfüllt sind, erhalten sie für das laufende Semester umgehend eine Zulassung zur Ergänzungsprüfung, anschließend müssen sie sich spätestens 14 Tage vor der ersten Fachprüfung schriftlich für die Teilnahme anmelden.

(3) Die Ergänzungsprüfung findet jeweils in den Prüfungsfächern nach Nr. 2 und 3 in § 15 Absatz 2 statt, die Prüfung im Fach Deutsch wird anerkannt. Für die Durchführung der Ergänzungsprüfung gelten sinngemäß die gleichen Regeln wie bei der Feststellungsprüfung.

(4) Über die Ergänzungsprüfung wird ein Zeugnis ausgestellt, das nur in Verbindung mit dem Zeugnis über die ursprüngliche Feststellungsprüfung gültig ist. Die Durchschnittsnote der gesamten Feststellungsprüfung wird aus den Noten der Prüfungsfächer in der Ergänzungsprüfung und der Note im Prüfungsfach Deutsch in der ursprünglichen Feststellungsprüfung gebildet. § 24 Absatz 4 gilt sinngemäß.

(5) Bewerberinnen und Bewerber, die sich für eine Ergänzungsprüfung angemeldet haben, kann der Besuch der Lehrveranstaltungen des entsprechenden Schwerpunktkurses gestattet werden.

## TEIL D SCHLUSSBESTIMMUNG

### § 26 Inkrafttreten

(1) Diese Prüfungsordnung tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung im Hochschulanzeiger der Hochschule Kaiserslautern in Kraft.

(2) Sie gilt für die Bewerberinnen und Bewerber, die sich ab dem Wintersemester 2015/16 um die Aufnahme in das Internationale Studienkolleg oder um die Teilnahme an der externen Feststellungsprüfung bewerben.

Kaiserslautern, den 15. Juli 2015

Prof. Dr. Konrad Wolf  
Präsident der Hochschule Kaiserslautern