



Hochschulanzeiger

der Fachhochschule Kaiserslautern

Freitag, den 31. Januar 2014

Nr. 09/2014/1

INHALT

Bibliotheksordnung der Hochschulbibliothek Kaiserslautern	Seite 2
Gebührenverzeichnis für die Hochschulbibliothek Kaiserlautern	7
Richtlinien für die Weiterbildungs-Fernstudiengänge mit Hochschulzertifikat Vertriebsingenieur und Marketing-Management an der Fachhochschule Kaiserslautern	8

Bibliotheksordnung der Hochschulbibliothek Kaiserslautern

I Bibliotheksverwaltung

§ 1 Struktur und Aufgaben der Hochschulbibliothek

(1) Die Hochschulbibliothek ist eine Betriebseinheit (zentrale Einrichtung) der Fachhochschule Kaiserslautern unter der Verantwortung des Senats gemäß § 90 Absatz 2 Satz 1 Hochschulgesetz. Sie gliedert sich in die Standorte Kaiserslautern, Pirmasens und Zweibrücken.

(2) Die Hochschulbibliothek versorgt im Rahmen von Lehre, Studium, Forschung und wissenschaftlicher Weiterbildung die Mitglieder der Fachhochschule Kaiserslautern mit Literatur in gedruckter und digitaler Form, im folgenden „Medien“ genannt. Mit ihren Beständen dient sie darüber hinaus auch der örtlichen und überörtlichen Literaturversorgung.

(3) Die Hochschulbibliothek beschafft, verzeichnet und erschließt die Medien und stellt sie zur Nutzung bereit.

§ 2 Leitung der Hochschulbibliothek

(1) Der Hochschulbibliothek steht eine Vizepräsidentin oder ein Vizepräsident vor. Die Vizepräsidentin oder der Vizepräsident kann die bibliotheksfachliche Gesamtleitung einer leitenden bibliothekarischen Fachkraft übertragen. Für die Teilbibliotheken kann sie bzw. er je Campus eine bibliotheksfachliche Leitung einsetzen.

(2) Zur hauptamtlichen bibliotheksfachlichen Leitung der Hochschulbibliothek bedarf es mindestens der Befähigung zum gehobenen Bibliotheksdienst. Die hauptamtliche bibliotheksfachliche Leitung ist Vorgesetzte aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und entscheidet in allen bibliotheksfachlichen Angelegenheiten. Die Bibliothek wird innerhalb der Hochschulleitung und in den nicht-bibliotheksfachlichen Gremien und Ausschüssen der Hochschule durch die Vizepräsidentin oder den Vizepräsidenten vertreten. Dort kann er oder sie sich durch die hauptamtliche bibliotheksfachliche Leitung vertreten lassen. Die hauptamtliche bibliotheksfachliche Leitung vertritt die Bibliothek in bibliothekarischen Fachorganisationen. Sie unterstützen die Hochschulleitung bei der Vertretung der Hochschulbibliothek in öffentlichen Angelegenheiten.

§ 3 Etat

(1) Die Fachbereiche bestimmen ihren Etat zur Medienbeschaffung aus den zugewiesenen Haushaltsmitteln. Die Hochschulbibliothek verwaltet diese Mittel nach § 4 Absatz 2. Der Etat zur Medienbeschaffung umfasst alle von der Hochschulbibliothek verwalteten Informationsmittel (Bücher in gedruckter und elektronischer Form, Zeitschriften, AV-Medien, elektronische Datenträger etc.). Als Orientierung zur jährlichen Festlegung des Etats zur Medienbeschaffung dient die Anzahl der Studierenden pro Fachbereich unter Berücksichtigung der Durchschnittspreise der Medien in den jeweiligen Sachgruppen. Die Fachbereiche definieren jährlich ein Budget zur Beschaffung von Medien, das zweckgebunden zur Medienbeschaffung verausgabt werden muss.

Die Hochschulbibliothek verzeichnet die Ausgaben nach Fachbereichen getrennt und erstellt Ausgabenübersichten. Wird der Etat von den Fachbereichen bis zum Ablauf des jeweiligen Kalenderjahres nicht verausgabt, so verbleiben die Restmittel im Etat zur Medienbeschaffung des jeweiligen Fachbereichs. Aus diesen Restmitteln beschafft die Bibliothek Literatur zur Schließung thematischer Lücken und Verbesserung der Aktualität des Bestandes.

(2) Der Etat zur Medienbeschaffung steht nicht zur Verfügung für

- a) Medien, die von einzelnen Hochschulbediensteten auf Dauer an ihrem Arbeitsplatz benutzt werden sollen
- b) Medien, die dauerhaft im Labor aufbewahrt werden sollen
- c) Medien für Zwecke der Hochschulverwaltung

(3) Die Hochschulbibliothek verwaltet außerdem die vom Senat zugewiesenen Haushaltsmittel zur Beschaffung von allgemeiner, fächerübergreifender und bibliotheksfachlicher Literatur, Hilfskräfte, Bibliotheksmaterialien und Sachausstattung (Etat der Bibliothek). Hierzu erstellt die bibliotheksfachliche Leitung jährlich einen Haushaltsentwurf zur Vorlage und Genehmigung durch die Hochschulleitung.

(4) Die bibliotheksfachliche Leitung erstellt Empfehlungen zum langfristigen Ausbau der Bibliothek in Bezug auf Medienbestand, Personal- und Sachausstattung sowie den Einsatz der Informationstechnik.

§ 4 Erwerbungsrichtlinien

- (1) Die Beschaffung der Medien erfolgt grundsätzlich über die Bibliothek. Vorschläge zur Anschaffung können von allen Nutzerinnen und Nutzern gemacht werden.
- (2) Bei der Medienauswahl sind die Grundsätze der bibliothekarischen Grundausstattung, der Aktualität, der Berücksichtigung des derzeitigen und absehbaren künftigen Bedarfs und der Wirtschaftlichkeit zu beachten. Die Ausgewogenheit des Medienbestandes für alle Fachgebiete soll sichergestellt werden. Es ist weiterhin zu gewährleisten, dass eine ausreichende Lehrbuchsammlung zur Verfügung gestellt wird. Eingehende Spenden werden nach den gleichen Kriterien in den Bestand aufgenommen.
- (3) Die bibliotheksfachliche Leitung sorgt für einen Bestandsaufbau entsprechend der Erwerbungsrichtlinien. Sie unterstützen die Fachbereiche bei der Auswahl der Fachliteratur durch Vorschläge und Weiterleitung von Nutzerwünschen.
- (4) Die Auswahl allgemeiner, fächerübergreifender und bibliotheksfachlicher Medien fällt in die Zuständigkeit der bibliotheksfachlichen Leitung.
- (5) Die von der Hochschulbibliothek erworbenen Medien sind ausschließlich Eigentum der Fachhochschule.
- (6) Die Hochschulbibliothek sondert entbehrlich oder unbrauchbar gewordenes Bibliotheksgut unter besonderer Berücksichtigung der Aussonderungsvorschläge von Professorinnen und Professoren aus.

II Dienstleistungen der Hochschulbibliothek

§ 5 Aufgaben der Hochschulbibliothek

- (1) Die Hochschulbibliothek erfüllt ihre in §1 genannten Aufgaben, indem sie
 - a) die Medien gemäß § 4 beschafft
 - b) ihre Bestände nach bundeseinheitlichen Regeln in Katalogen erschließt, um einen formalen und sachlichen Zugriff zu ermöglichen
 - c) die Medien in den Räumen der Bibliothek zur Nutzung bereitstellt; über die Aufstellung der Bestände entscheidet die leitende Bibliotheksfachkraft
 - d) Teile ihrer Bestände zur Nutzung außerhalb der Bibliothek ausleiht
 - e) Lizenzen für Online-Medien erwirbt und verwaltet
 - f) in der Hochschulbibliothek nicht vorhandene Medien aus anderen Bibliotheken vermittelt (Fernleihe)
 - g) aufgrund ihrer Bestände und Kataloge mündliche und schriftliche Auskünfte erteilt, sowie weitere allgemeine Informationsdienstleistungen erbringt
 - h) zur Informationsgewinnung und –beschaffung anleitet.

III Nutzung der Hochschulbibliothek

§ 6 Zulassung zur Nutzung

- (1) Die Nutzung der Bibliothek steht jedermann offen.
Wer Medien entleihen oder den Leihverkehr der Bibliotheken in Anspruch nehmen will, bedarf der Zulassung als Entleiher.
- (2) Die Zulassung als Entleiher erfolgt für Externe unter Vorlage des Personalausweises und der Erfassung der Daten. Minderjährige haben eine schriftliche Einwilligung eines gesetzlichen Vertreters vorzulegen. Die Antragstellerin oder der Antragsteller verpflichtet sich schriftlich zur Einhaltung der Nutzungsordnung. Inhaber der CampusCard erkennen die Bibliotheksordnung bei Beantragung der CampusCard an.
- (3) Bei der Anmeldung werden die Nutzerdaten erfasst und in automatisierter Form ausschließlich für bibliotheksinterne Zwecke verwendet. Die Nutzer können jederzeit Auskunft über die betreffenden Daten verlangen. Namens- und Adressenänderungen sind der Hochschulbibliothek unverzüglich zu melden. Die erforderlichen Verwaltungsdaten der Hochschulangehörigen werden aus dem zentralen Hochschulverwaltungssystem erhoben.
- (4) Zugelassene Entleiher erhalten einen Bibliotheksausweis. Die CampusCard dient gleichzeitig als Bibliotheksausweis. Der Ausweis ist bei jeder Entleiher vorzulegen und nicht übertragbar.
- (5) Studierende der Fachhochschule Kaiserslautern müssen vor der Exmatrikulation entlehene Medien zurückgeben und ihr Gebührenkonto ausgleichen. Die Exmatrikulation wird vom Studierendensekretariat nur vollzogen, wenn eine Entlastungsbestätigung der Hochschulbibliothek vorliegt.
- (6) Bei Ausscheiden aus dem Dienst der Fachhochschule Kaiserslautern sind entlehene Medien vorab zurückzugeben. Die Hochschulbibliothek bestätigt auch für diesen Personenkreis die Entlastung. Sollten entlehene Medien nach dem Ablauf einer Frist von 4 Wochen nach Beendigung der Tätigkeit an der Fachhochschule Kaiserslautern noch nicht zurückgegeben worden sein, so werden die Medien dem Entleiher zum Neupreis in Rechnung gestellt.
- (7) Die Nutzerdaten werden bei Hochschulangehörigen spätestens nach 3 Jahren nach dem Ausscheiden aus der Hochschule gelöscht.

§ 7 Öffnungszeiten

- (1) Die regulären Öffnungszeiten werden durch Aushang und auf der Website der Hochschulbibliothek bekanntgegeben.
- (2) Außerhalb der allgemeinen Öffnungszeiten ist der Zutritt zu den Bibliotheksräumen nur nach Absprache und in Anwesenheit des Bibliothekspersonals gestattet.

§ 8 Haftung

- (1) Alle Medien sind sorgfältig zu behandeln. Die Nutzerinnen und Nutzer haften für entlehene Medien. Die Nutzerin oder der Nutzer hat den Zustand des ihm ausgehändigten Bibliotheksgutes beim Empfang zu prüfen und etwaige vorhandene Schäden unverzüglich anzuzeigen. Erfolgt keine Anzeige, so hat die Nutzerin oder der Nutzer im Streitfall zu beweisen, dass er das Bibliotheksgut bereits in fehlerhaftem Zustand erhalten hat.
- (2) Bei Beschädigung, Einbehalten oder Verlust der Medien sind die Nutzerinnen und Nutzer zum Ersatz des Schadens, ggf. bis zur Höhe des Wiederbeschaffungswertes verpflichtet.
- (3) Die Fachhochschule Kaiserslautern haftet nicht für verlorengegangene, beschädigte oder gestohlene Gegenstände oder Wertsachen der Nutzerinnen und Nutzer.

§ 9 Formen der Bibliotheksnutzung

- (1) Die Hochschulbibliothek bietet Medien und Dienstleistungen zur Nutzung an. Dabei wird zwischen Präsenznutzung (innerhalb der Bibliotheksräume), Ortsleihe und Fernleihe unterschieden.
- (2) Die Bestände können in der Regel zur Nutzung außerhalb der Bibliothek entliehen werden. Ausgenommen hiervon sind Präsenzbestände, z. B. Nachschlagewerke, Loseblattsammlungen, Norm- und Regelwerke, Zeitschriften und Zeitungen sowie andere Medien, deren Sicherung oder Erhaltung dies erfordert. Hierüber entscheiden die leitenden Bibliotheksfachkräfte.

§ 10 Präsenznutzung, Kurzausleihe

- (1) Taschen und ähnliche Behältnisse sowie Mäntel und ähnliche Bekleidungsstücke dürfen nicht in den Regal- und Lesesaalbereich mitgenommen werden; sie sind im Garderobenbereich zu verwahren. Der Inhalt von unberechtigt in den Regal- und Lesesaalbereich mitgenommenen Taschen, Behältnissen und Mänteln ist beim Verlassen der Bibliothek auf Verlangen vorzuzeigen.
- (2) In allen Bibliotheksräumen, insbesondere in den Lesesälen, ist im gemeinsamen Interesse aller Nutzerinnen und Nutzer Ruhe zu bewahren.
- (3) Rauchen, Essen und Trinken sowie das Telefonieren mit Mobiltelefonen in den Bibliotheksräumen ist nicht gestattet.
- (4) Auf Wunsch der Nutzerin oder des Nutzers für den Lesesaal bereitgelegte Werke aus den geschlossenen Magazinen, aus auswärtigen Bibliotheken und solche Werke, die nur innerhalb der Bibliotheksräume benutzt werden dürfen (§8 Absatz 2), werden gegen Hinterlegung des Bibliotheksausweises bzw. der CampusCard ausgegeben.
- (5) Bestimmte Medien aus dem Präsenzbestand können kurzfristig entliehen werden. Dies ist eine Stunde vor Schließung der Bibliothek bis zum nächstfolgenden Öffnungstag zwei Stunden nach Öffnung gestattet.
- (6) Mit allen technischen Geräten ist schonend umzugehen. Veränderungen der vorgegebenen Installationen sind streng untersagt. Ebenso ist das Umräumen des Bibliotheksinventars/der Einrichtung nicht gestattet.
- (7) Den Nutzerinnen und Nutzern obliegt die Einhaltung der urheberrechtlichen Bestimmungen.
- (8) Den Anordnungen der Bibliotheksfachkräfte oder des von ihnen beauftragten Personals ist Folge zu leisten.

§ 11 Ortsleihe

- (1) Die Leihfrist beträgt in der Regel drei Wochen.
Studierende, die ihre Abschlussarbeit schreiben, erhalten gegen Nachweis eine Sonderleihfrist von zwei Monaten für den Ausleihbestand.
Für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist die Leihfrist unbegrenzt. Für einzelne Medien kann die leitende Bibliotheksfachkraft eine abweichende Leihfrist festsetzen.
- (2) Die Nutzerin oder der Nutzer sorgt für eine fristgerechte Rückgabe der entliehenen Medien, auch im Falle der persönlichen Verhinderung.
- (3) Sofern ein Werk nicht vorgemerkt ist, kann die Leihfrist bis zu acht Mal verlängert werden. Nach Erreichen der maximalen Anzahl der Verlängerungen ist das Medium in der Bibliothek vorzulegen.
- (4) Die Höchstzahl von 25 Leihexemplaren bei Studierenden und externen Nutzerinnen und Nutzern und 40 bei Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern darf nicht überschritten werden.
- (5) Für Forschungsprojekte von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern können separate Bibliotheksausweise auf Antrag von der Bibliothek ausgestellt werden. Das Ausleihkontingent für diese beträgt bis zu 60 Medien.
- (6) Für Revisionszwecke sind auf Aufforderung der Hochschulbibliothek alle entliehenen Medien vorzulegen.

§ 12 Fernleihe

- (1) Medien, die in der Hochschulbibliothek Kaiserslautern nicht vorhanden sind, können nach den Bestimmungen der jeweils gültigen Deutschen Leihverkehrsordnung bei auswärtigen Bibliotheken bestellt werden (passive Fernleihe).
- (2) Die Nutzerin oder der Nutzer wird benachrichtigt, wenn das bestellte Medium eingetroffen ist. Auch bei Nichtabholung hat die Nutzerin oder der Nutzer angefallene Fernleihentgelte zu entrichten.
- (3) Bei der Nutzung auswärtiger Medien sind die Leihfristen und Vorgaben der liefernden Bibliothek maßgeblich.
- (4) Die Nutzerin oder der Nutzer sorgt für eine fristgerechte Rückgabe der Fernleih-Medien. Bei mehrmaliger Leihfristüberschreitung kann die Hochschulbibliothek die Entleihung von Fernleih-Medien einstellen und deren Präsenznutzung im Lesesaal festlegen.
- (5) Die Hochschulbibliothek versendet Medien, die von auswärtigen Bibliotheken im Rahmen des Deutschen Leihverkehrs angefordert werden, entsprechend den Regelungen der Deutschen Leihverkehrsordnung (aktive Fernleihe).

§ 13 Semesterapparate

(1) In Absprache mit der bibliotheksfachlichen Leitung können für einen bestimmten Zeitraum in den Räumen der Bibliothek Semesterapparate bereitgestellt werden.

§ 14 Gebühren

(1) Die Nutzung der Bibliothek ist gebührenfrei. Säumnisentgelte und Verwaltungsgebühren werden aufgrund der Landesverordnung über die Gebühren im Geschäftsbereich des Ministeriums für Bildung, Wissenschaft und Weiterbildung (Besonderes Gebührenverzeichnis) in der jeweils geltenden Fassung erhoben. Säumnisentgelte werden auch ohne zugestellte Mahnschreiben fällig. Über die Höhe der jeweils geltenden Gebühren unterrichtet ein besonderer Aushang an den Bibliotheksstandorten.

(2) Kosten und Entgelte, die im Zusammenhang mit Bestellungen im Auswärtigen Leihverkehr mit Anfertigung von Kopien, oder mit besonderen Informationsübermittlungen anfallen, tragen die Nutzerinnen und Nutzer, ebenso Portogebühren für notwendige oder gewünschte Mitteilungen.

(3) Bei ausstehenden Gebühren sind Leihfristverlängerungen der überfälligen Medien sowie die Ausleihe weiterer Medien nicht möglich.

§ 15 Vormerkung

(1) Vormerkungen auf entliehene Werke sind möglich. Vormerkungswünsche werden vom Personal der jeweiligen Standortbibliothek vor Ort, telefonisch oder per Mail entgegengenommen und ausgeführt.

(2) Eingetroffene Medien werden im Nutzer-Konto des Online-Katalogs als abholbereit gekennzeichnet. In der Regel erfolgt zusätzlich eine Benachrichtigung per Mail sofern eine aktuelle Mail-Adresse der Nutzerin oder des Nutzers vorliegt.

(3) Wird ein bereitliegendes Werk nicht innerhalb von fünf Öffnungstagen abgeholt, steht es anderen Nutzerinnen und Nutzern wieder zur Verfügung.

(4) Auskunft darüber, wer ein Werk entliehen oder vorgemerkt hat, wird nicht erteilt.

(5) Liegen Vormerkungen auf Entleihungen von Mitarbeiterinnen oder Mitarbeitern vor, so sind die Medien innerhalb einer Woche an die Bibliothek zurückzugeben.

§ 16 Ausschluss von der Nutzung

Die bibliotheksfachliche Leitung kann Nutzerinnen und Nutzer bei Verstoß gegen diese Ordnung vorübergehend von der Nutzung ausschließen. Ein dauerhafter Ausschluss kann nur durch die Präsidentin oder den Präsidenten erfolgen.

§ 17 Inkrafttreten

Die Bibliotheksordnung der Fachhochschule Kaiserslautern tritt am 15.01.2014 in Kraft

Prof. Dr. Hans-Joachim Schmidt
Vizepräsident

Gebührenverzeichnis für die Hochschulbibliothek Kaiserslautern

Für die Nutzung der Hochschulbibliothek der Fachhochschule Kaiserslautern gilt die Bibliotheksordnung vom 15.01.2014. Danach sind die Nutzung und die Ausleihe von Medien gebührenfrei.

Für die Inanspruchnahme des Auswärtigen Leihverkehrs und bei verspäteter Rückgabe entliehener Medien werden gemäß der Landesverordnung über die Gebühren in den Bereichen Wissenschaft, Weiterbildung und Forschung (Besonderes Gebührenverzeichnis) vom 24. Oktober 2001 (GVBl S. 273) Gebühren in der jeweils geltenden Fassung erhoben.

Die Säumnis- und Fernleihpauschalen werden auch ohne Mahnung fällig.

(1) Erstaussstellung eines Bibliotheksausweises:

10,00 € Pfand, wird nach Rückgabe des Bibliotheksausweises zurückerstattet

Nutzung der CampusCard und UniCard (TU Kaiserslautern) als Bibliotheksausweis: kostenfrei

(2) Bestellung von Medien im Auswärtigen Leihverkehr: 1,50 €

Kosten und Gebühren, die im Auswärtigen Leihverkehr von der gebenden Institution erhoben werden, sind von der Nutzerin oder dem Nutzer zu tragen

(3) Bearbeitungsentgelt bei Abholung eines über LIT-Express bestellten Mediums, pro Medieneinheit: 2,50 €

(4) Ersatz verlorener und beschädigter Medien: Zahlung des Neupreises der Medieneinheit

(5) Überschreiten der Leihfrist pro Medieneinheit und angefangener Säumniswoche, auch für Medien aus dem Auswärtigen Leihverkehr:

1. Woche : 0,50 € pro Woche

2. Woche : 1,00 € pro Woche

ab 3. Woche : 1,50 € pro Woche

(6) Bei Überschreiten der Leihfrist der Kurzausleihe, vorbestellter Medien und Fernleihmedien, pro Medieneinheit und Tag: 1,50 €

(7) Auslagenerstattung für postalische Benachrichtigungen, die von der Nutzerin oder dem Nutzer beantragt, veranlasst oder verursacht werden

(8) Kopieren aus Büchern und Zeitschriften: Selbstkosten bzw. pro Seite: 0,10 €

(9) Kosten für Ausdrücke am öffentlichen Drucker, pro Seite: 0,10 € ; Farbdruck pro Seite 0,30 €

(10) Kosten für Ersatzbeschaffung eines Schlüssels für die Schließfächer: 15,00 €

Diese Gebührenordnung tritt am 15.01.2014 in Kraft.

Prof. Dr. Hans-Joachim Schmidt

Vizepräsident

Richtlinien
für die Weiterbildungs-Fernstudiengänge mit Hochschulzertifikat
Vertriebsingenieur und Marketing-Management
an der Fachhochschule Kaiserslautern
vom 12.06.2013

Der Fachbereichsrat des Fachbereichs Betriebswirtschaft der Fachhochschule Kaiserslautern hat am 12.06.2013 die folgende Studienordnung für die Weiterbildungs-Fernstudiengänge Vertriebsingenieur und Marketing-Management beschlossen. 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 Das Weiterbildungs-Zertifikat/ Einzel-Zertifikate
- § 12 Bewertungen
- § 13 Studienfachberatung

§ 1 Geltungsbereich

(1) Diese Richtlinien gelten für die wissenschaftlichen Weiterbildungs-Fernstudiengänge mit Hochschulzertifikat Vertriebsingenieur und Marketing-Management.

(2) Folgende Anlagen sind Bestandteil dieser Richtlinien:

- Anlage 1: Prüfungsgebiete und ECTS-Anrechnungspunkte Vertriebsingenieur
- Anlage 2: Prüfungsgebiete und ECTS- Anrechnungspunkte Marketing-Management
- Anlage 3: Prüfungen und Kurseinheiten nach Prüfungsgebieten Vertriebsingenieur
- Anlage 4: Prüfungen und Kurseinheiten nach Prüfungsgebieten Marketing Management

§ 2 Studienziel

(1) Die wissenschaftlichen Weiterbildungs-Fernstudiengänge mit Hochschulzertifikat Vertriebsingenieur und Marketing-Management vermitteln eine anwendungsbezogene Ausbildung auf wissenschaftlicher Grundlage. Das Ziel dieser Ausbildung ist es, die Studierenden zu selbständiger Anwendung wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden für die Berufstätigkeit des Vertriebsingenieurs oder Managers im Marketing zu befähigen. 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, an der Vertriebsleitung von Unternehmen mitzuwirken, Marketing als Unternehmensphilosophie anwenden zu können, Prozesse unter technologischen und wirtschaftlichen Gesichtspunkten zu analysieren und daraus Entscheidungen abzuleiten, das moderne betriebswirtschaftliche Instrumentarium sicher zu handhaben und für den Unternehmenserfolg anzuwenden.

(3) Das Studienziel der wissenschaftlichen Weiterbildungs-Fernstudiengänge mit Hochschulzertifikat Vertriebsingenieur und Marketing-Management ist erreicht, wenn die in § 11 geforderten Prüfungen erfolgreich abgelegt worden sind. Beim Erreichen des Studienziels wird das Weiterbildungs-Zertifikat Vertriebsingenieur oder Marketing-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) Personen, die eine einschlägige berufliche Ausbildung abgeschlossen und danach eine mindestens einjährige berufliche Tätigkeit ausgeübt haben.

(2) Im Einzelfall entscheidet die Fachkommission Vertriebsingenieur und Marketing-Management 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 des Weiterbildungs-Fernstudienganges 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 oder Managers im Marketing abgeleitet ist.

In den ersten beiden Semestern, die für beide 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, Management of Finance, Controlling and Accounting, und Economics.. Außer der betriebswirtschaftlichen Sachkompetenz werden auch Schlüsselqualifikationen, wie Sozialkompetenz sowie kommunikative und interkulturelle Kompetenz in dem Modul „Soft-Skills for Leadership vermittelt. Ab dem dritten Semester teilen sich die Studiengänge in die Vertiefungen Vertriebsingenieur und Marketing-Management.

(3) Die Weiterbildungs-Fernstudiengänge mit Hochschulzertifikat Vertriebsingenieur und Marketing-Management umfassen jeweils neun in sich geschlossene Lehreinheiten (3 Module je Semester). Die Lerninhalte werden durch die Teilnahme an den Präsenzveranstaltungen und dem Wissenserwerb durch Kurseinheiten und E-Learning Elementen im Selbststudium erworben.

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

§ 7 Lehreinheiten

Dem Studienziel entsprechend umfasst das Studium für die Weiterbildungsstudiengänge folgende Lehreinheiten (Module):

Vertriebsingenieur und Marketing-Management

Modul 1: Management Framework

Modul 2: Communication and Soft Skills for Leadership

Modul 3: Marketing- Politik und Strategie

Modul 4: Management of Finance, Controlling and Accounting

Modul 5: Marketing: Market Research und Kundenmanagement

Modul 6: Economics & Quantitative Analysis

Vertriebsingenieur

Modul 7: Instrumente für den technischen Vertrieb

Modul 8: Personal, Projekt- und Managementtechniken

Modul 9: Management des Technischen Vertriebs

Marketing-Management

Modul 10: Managementtechniken im Internationalen Wirtschaftsraum

Modul 11: Internationales Marketing-Management

Modul 12: Marketing-Instrumente: Strategy,

Operation, Policy

§ 8 Präsenzveranstaltungen

(1) Im Studienablauf sind Präsenzveranstaltungen als mehrtägige Blockveranstaltungen vorgesehen (s. Anlage 1). 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 Prüfungsleistungen erbracht werden. Die Zuordnung einzelner Veranstaltungen zu den Prüfungsleistungen geht aus der Anlage 1 dieser Richtlinien hervor.

(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.

§ 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 Das Weiterbildungs-Zertifikat/ Einzel-Zertifikate

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

(2) Die Weiterbildungs-Zertifikate Vertriebsingenieur und Marketing-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) Die Gesamtnote des Weiterbildungs-Zertifikats ergibt sich als gerundeter Durchschnittswert aus den nach Leistungspunkten (ECTS) gewichteten Einzelnoten der Prüfungsleistungen jeder einzelnen Lehreinheit entsprechend Anlage 1.

(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) Bei der Bildung der Noten wird nur die erste Dezimalstelle hinter dem Komma berücksichtigt, alle weiteren Stellen werden ohne Rundung gestrichen.
- | | |
|-------------------|---|
| sehr gut | bei einem Durchschnitt bis 1,5 |
| gut | bei einem Durchschnitt über 1,5 bis 2,5 |
| befriedigend | bei einem Durchschnitt über 2,5 bis 3,5 |
| ausreichend | bei einem Durchschnitt über 3,5 bis 4,0 |
| nicht ausreichend | bei einem Durchschnitt über 4,0 |

§ 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 Fachhochschule Kaiserslautern, Standort Zweibrücken durchgeführt.

Zweibrücken, den

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

Anlage 1: Prüfungsgebiete und ECTS-Anrechnungspunkte Vertriebsingenieur

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

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

3. Semester: Vertiefung Vertriebsingenieur		ECTS	SWS	
			Präsenzen	KE
Modul 7:	Instrumente für den Technischen Vertrieb: Marketing-Mix Vertrieb und Distributions-Management Gegenleistung und Preispolitik	6	0,5	3
Modul 8:	Personal-, Projekt- und Managementtechniken Personalführung Projektmanagement (inkl. Projektierung, Engineering)	6	1	3

Anlage 1: Prüfungsgebiete und ECTS-Anrechnungspunkte Vertriebsingenieur

	Unternehmensplanung und Risikomanagement			
Modul 9:	Management des Technischen Vertriebes	8	1	5
	CRM, e-business			
	Vertriebsorganisation I			
	Vertriebsorganisation II			
	Kundenservice			
	Verkaufsförderung			
Gesamt:		20	2,5	11

4. Semester: Abschlusssemester	ECTS	SWS	
		Präsenzen	KE
Master-Thesis inkl. Kolloquium	26		
Internat. Master-Thesis Seminar (Out of Campus)	4	2	
Gesamt:	30	2	
Gesamt (1. – 4. Semester):	90	9,5	33

SWS = Semesterwochenstunden; KE = Kurseinheiten

Anlage 2: Prüfungsgebiete und ECTS-Anrechnungspunkte Marketing-Management

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

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

Anlage 2: Prüfungsgebiete und ECTS-Anrechnungspunkte Marketing-Management

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

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

SWS = Semesterwochenstunden; KE = Kurseinheiten

Anlage 3: Prüfungen und Kurseinheiten nach Prüfungsgebieten Vertriebsingenieur

1. Semester		Präsenzen (UE)	KE	Prüfung
Modul 1:	Management-Framework Ganzheitliches Management Betriebswirtschaftliche Grundlagen I Betriebswirtschaftliche Grundlagen II Interne Logistik Neue Konzepte Supply Chain Management	16	6	KL
Modul 2:	Communication & Soft Skills for Leadership Rhetorik für den Kundenkontakt Verhandlungs- und Argumentationstechniken Interkulturelles Management Methodenkompetenz	10	4	SA
Modul 3:	Marketing-Politik und Strategie Grundlagen und Strategie I: Marktorientierte Führung von Marketing und Vertrieb Grundlagen und Strategie II: Strategische Analyse und Strategieentwicklung	10	2	SA
Gesamt:		36	11	

2. Semester		Präsenzen (UE)	KE	Prüfung
Modul 4:	Management of Finance, Controlling & Accounting Management Accounting: Kosten- und Gewinnmanagement Kosten- und Leistungsrechnung I Kosten- und Leistungsrechnung II Finance & Controlling (inkl. Marketingcontrolling, Scorecard): Finanz- und Investitionsrechnung Controlling Financial Accounting: Jahresabschluss, Bilanzen	22	6	KL
Modul 5:	Marketing: Market Research und Kundenmanagement Informationsmanagement für das Marketing Marktpsychologie Topic of the Year Case Study-Seminar zum Marketing	10	4	SA
Modul 6:	Management: Economics & Quantitative Analysis Volkswirtschaftslehre: Makroökonomie Datenanalyse: Statistik	10	2	KL
Gesamt:		42	12	

Anlage 3: Prüfungen und Kurseinheiten nach Prüfungsgebieten Vertriebsingenieur

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

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

Gesamt (1. – 4. Semester):		150	33	
-----------------------------------	--	------------	-----------	--

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

1. Semester		Präsenzen (UE)	KE	Prüfung
Modul 1:	Management-Framework Ganzheitliches Management Betriebswirtschaftliche Grundlagen I Betriebswirtschaftliche Grundlagen II Interne Logistik Neue Konzepte Supply Chain Management	16	6	KL
Modul 2:	Communication & Soft Skills for Leadership Rhetorik für den Kundenkontakt Verhandlungs- und Argumentationstechniken Interkulturelles Management Methodenkompetenz	10	4	SA
Modul 3:	Marketing-Politik und Strategie Grundlagen und Strategie I: Marktorientierte Führung von Marketing und Vertrieb Grundlagen und Strategie II: Strategische Analyse und Strategieentwicklung	10	2	SA
Gesamt:		36	11	

2. Semester		Präsenzen (UE)	KE	Prüfung
Modul 4:	Management of Finance, Controlling & Accounting Management Accounting: Kosten- und Gewinnmanagement Kosten- und Leistungsrechnung I Kosten- und Leistungsrechnung II Finance & Controlling (inkl. Marketingcontrolling, Scorecard): Finanz- und Investitionsrechnung Controlling Financial Accounting: Jahresabschluss, Bilanzen	22	6	KL
Modul 5:	Marketing: Market Research und Kundenmanagement Informationsmanagement für das Marketing Marktpsychologie Topic of the Year Case Study-Seminar zum Marketing	10	4	SA
Modul 6:	Management: Economics & Quantitative Analysis Volkswirtschaftslehre: Makroökonomie Datenanalyse: Statistik	10	2	KL
Gesamt:		42	12	

3. Semester:		Präsenzen (UE)	KE	Prüfung
Modul 10:	Management-Techniken im internationalen Wirtschaftsraum	16	3	SA
	Projektmanagement (inkl. Projektierung, Engineering) Unternehmensplanung und Risikomanagement Internationales Management			
Modul 11:	Internationales Marketing-Management	14	3	KL
	Internationales Marketing / Außenhandel I Internationales Marketing / Außenhandel II Planung, Organisation und Durchführung von Großevents			
Modul 12:	Marketing-Instrumente: Strategie, Operation, Policy	12	4	KL
	Angebot und Produkt-Management Gegenleistung und Preispolitik Kommunikation und Werbemanagement Vertrieb und Distributions-Management			
Gesamt:		42	10	
4. Semester: Abschlusssemester		Präsenzen (UE)	KE	Prüfung
	Master-Thesis inkl. Kolloquium			MT
	Internat. Master-Thesis Seminar (Out of Campus)	32		SL
Gesamt:		32		
Gesamt (1. – 4. Semester):		150	33	

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