

**Satzung zur Änderung der Studien- und Prüfungsordnung für den  
Masterstudiengang „Marketing, Vertrieb und Medien“  
an der Technischen Hochschule Ingolstadt  
und der Hochschule Augsburg**

**Vom 18.01.2016**

Aufgrund von Art. 13 Abs. 1 Satz 2, 58 Abs.1 und Art. 61 Abs. 2 Satz 1 des Bayerischen Hochschulgesetzes – BayHSchG – vom 23. Mai 2006 (GVBl S. 245, BayRS 2210-1-1-WFK), zuletzt geändert durch § 2 des Gesetzes vom 07. Mai 2013 (GVBl. S. 252), erlässt die Technische Hochschule Ingolstadt folgende Satzung:

**§ 1**

Die Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Marketing, Vertrieb und Medien an der Technischen Hochschule Ingolstadt und der Hochschule Augsburg vom 27.06.2011 in der Fassung vom 27.10.2014 wird wie folgt geändert:

§ 11 erhält folgende Fassung:

**§ 11  
Masterarbeit**

(1) <sup>1</sup>Das Thema der Masterarbeit wird frühestens zu Beginn des zweiten Studienseesters ausgegeben. <sup>2</sup>Die Ausgabe des Themas der Masterarbeit setzt voraus, dass mindestens Studien- und Prüfungsleistungen im Umfang von 30 ECTS erfolgreich abgelegt wurden.

(2) Die Bearbeitungszeit der Masterarbeit beträgt sechs Monate.

(3) Im Übrigen finden die Regelungen zur Ausgabe der Abschlussarbeit in der Allgemeinen Prüfungsordnung der Technischen Hochschule Ingolstadt Anwendung.

**§ 2**

Diese Satzung tritt mit Unterzeichnung in Kraft.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Senats der Technischen Hochschule Ingolstadt vom 18.01.2016 und durch den Präsidenten genehmigt.

Ingolstadt, den 19.01.2016

Prof. Dr. Walter Schober  
Präsident (o.V.i.A.)

Diese Satzung wurde am 19.01.2016 in der Technischen Hochschule Ingolstadt niedergelegt. Die Niederlegung wurde am 19.01.2016 durch Anschlag in der Technischen Hochschule Ingolstadt bekannt gegeben. Tag der Bekanntgabe ist daher der 19.01.2016.