

# **Satzung zur Änderung der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang „Marketing, Vertrieb und Medien“ an der Hochschule Ingolstadt und der Hochschule Augsburg vom 25.07.2011**

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 § 1 des Gesetzes vom 23. Februar 2011 (GVBl. S. 102), erlässt die Hochschule Ingolstadt folgende Satzung:

## **§ 1**

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

### 1. § 4 wird wie folgt geändert:

- a) In Abs. 1 Satz 4 werden vor dem Wort „Bachelorstudiengang“ die Worte „wirtschafts- oder medienorientierten“ ergänzt.
- b) Abs. 3 Satz 1 lit. a) erhält folgende Fassung:
  - a) „berufspraktische Leistungen außerhalb des Studiums nachgewiesen werden, welche inhaltlich und im Umfang dem Praxissemester eines wirtschaftswissenschaftlichen oder medienorientierten Bachelorstudiums z.B. an den Hochschulen Ingolstadt oder Augsburg entsprechen (Abs. 2 gilt entsprechend), oder“
- c) In Abs. 3 Satz 1 lit. b) werden die Worte „Lehr- und Prüfungsangebot“ durch das Wort „Studienangebot“ ersetzt. Nach „Studienangebot“ werden die Worte „der wirtschafts- und medienorientierten Bachelorstudiengänge“ ergänzt. Nach den Worten „erbracht werden“ wird folgender Satz eingefügt: „Die Regularien des Prüfungsverfahrens richten sich jeweils nach den zugrundeliegenden einschlägigen Studien- und Prüfungsordnungen.“

### 2. § 5 wird wie folgt geändert:

- a) In Abs. 2 lit a) wird das Wort „sowie“ gestrichen.
- b) Abs. 2 lit. b) wird ersatzlos gestrichen.
- c) Abs. 3 erhält folgende Fassung:

<sup>1</sup>Kriterien für das Bestehen des Eignungsverfahrens sind:

  - a) 80 % Note des Erstabschlusses
  - b) 20 % Bewertung der spezifischen Eignung im Kompetenzfeld Marketing/Vertrieb/Medien, die anhand folgender Kriterien gemessen wird:
    - aa) Erfolgreiches Absolvieren von Modulen im Kompetenzfeld Marketing/Vertrieb/Medien im Umfang von mind. 20 ECTS im Rahmen des Erststudiums
    - bb) Erstellung der Abschlussarbeit des Erststudiums im Kompetenzfeld Marketing/Vertrieb/Medien
    - cc) Vorliegen einschlägiger praktischer Tätigkeit im Kompetenzfeld Marketing/Vertrieb/Medien von mind. 10 Wochen Dauer

<sup>2</sup>Die Bewertung der spezifischen Eignung im Kompetenzfeld Marketing/ Vertrieb/Medien erfolgt auf folgender Grundlage:

- Alle drei Kriterien erfüllt: Note 1,0
- Zwei Kriterien erfüllt: Note 2,0
- Ein Kriterium erfüllt: Note 3,0
- Kein Kriterium erfüllt: Note 5,0

<sup>3</sup>Die Eignung gilt als festgestellt, wenn das Eignungsverfahren mindestens mit der Gesamtnote „gut“ (2,5) bewertet wird. <sup>4</sup>Für die Bewertung finden die Notenstufen des § 7 Abs. 5 RaPO entsprechende Anwendung.

## **§ 2 Inkrafttreten:**

Diese Satzung tritt zum 01.10.2011 in Kraft.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Senats der Hochschule für angewandte Wissenschaften FH Ingolstadt vom 25.07.2011 und der Genehmigung durch den Präsidenten der Hochschule für angewandte Wissenschaften FH Ingolstadt.

Ingolstadt, 25.07.2011

Prof. Dr. Gunter Schweiger  
Präsident

Diese Satzung wurde am 26.07.2011 in der Hochschule für angewandte Wissenschaften FH Ingolstadt niedergelegt.  
Die Niederlegung wurde am 26.07.2011 durch Anschlag in der Hochschule für angewandte Wissenschaften FH Ingolstadt bekannt gegeben.  
Tag der Bekanntmachung ist daher der 26.07.2011.