



Studien- und Prüfungsordnung
für den Masterstudiengang Marktorientierte Unternehmensführung
an der Hochschule für angewandte Wissenschaften Landshut
vom 20. Mai 2011 in der konsolidierten - nicht amtlichen - Fassung der
5. Änderungssatzung vom 17. November 2020

Auf Grund von Art. 13 Abs. 1 S. 2, Art. 43 Abs. 5, Art. 58 Abs. 1 S. 1, Art. 61 Abs. 2 S. 1, Abs. 8 S. 2 und Art. 66 Abs. 1 S. 3 des Bayerischen Hochschulgesetzes (BayHSchG) vom 23. Mai 2006 (GVBl S.245, BayRS 2210-1-1-K), das zuletzt durch § 1 des Gesetzes vom 24. Juli 2020 (GVBl. S. 382) geändert worden ist erlässt die Hochschule für angewandte Wissenschaften Landshut folgende Satzung:

- § 1 Zweck der Studien- und Prüfungsordnung
- § 2 Studienziel
- § 3 Zugangsvoraussetzungen zum Studium
- § 4 Regelstudienzeit, Aufbau des Studiums
- § 5 Modularisierung, Module
- § 6 Studien- und Prüfungsplan
- § 7 Bewertung einzelner Prüfungsleistungen, Bildung von Endnoten
- § 8 Arten der Leistungsnachweise
- § 9 Masterarbeit
- § 10 Prüfungsgesamtergebnis
- § 11 Akademischer Grad
- § 12 Prüfungskommission
- § 13 Inkrafttreten

§ 1

Zweck der Studien- und Prüfungsordnung

Diese Studien- und Prüfungsordnung dient der Ausfüllung und Ergänzung der Rahmenprüfungsordnung für die Fachhochschulen (RaPO) vom 17. Oktober 2001 und der Allgemeinen Prüfungsordnung der Hochschule für angewandte Wissenschaften Landshut (APO) vom 20. Juni 2017 in der jeweils geltenden Fassung.

§ 2

Studienziel

- (1) ¹Durch die Vermittlung von gehobenem Management-Wissen sollen die mit einem grundständigen Hochschulabschluss erworbenen Kompetenzen vertieft und fachübergreifend erweitert werden. ²Fachliche Schwerpunkte des Studienganges sind Unternehmensführung, Kundenmanagement (Marketing und Vertrieb), Organisation (Geschäftsprozessmanagement) und Informationsmanagement (Marketing- und Vertriebssysteme). ³Des Weiteren werden Kompetenzen im Projektmanagement, Methodenkompetenzen, Sozialkompetenzen und die Fähigkeit zur Anwendung anspruchsvoller, wissenschaftlicher Methoden erworben.
- (2) ¹Das Studium soll die Studierenden dazu befähigen, mittlere und höhere Fach- und Führungsaufgaben im Vertrieb und Marketing sowie in anderen kundennahen Abteilungen zu übernehmen. ²Hierzu zählen auch perspektivisch Geschäftsführungs- und Geschäftsbereichsverantwortungen in nationalen und internationalen Unternehmen. ³Der Vermittlung von Führungsfähigkeiten (u. a. Präsentationskenntnisse, Verhandlungskennnisse etc.) kommt im Studium ein hoher Stellenwert zu.

§ 3

Zugangsvoraussetzungen zum Studium

- (1) ¹Zugangsvoraussetzung zum Studium ist ein Hochschulabschluss einer deutschen Hochschule in einem wirtschaftswissenschaftlichen oder ingenieurwissenschaftlichen Studiengang mit wirtschaftlichem Bezug mit der Note „gut“ oder besser oder ein vergleichbarer in- oder ausländischer Abschluss. ²Es müssen in der Regel 210 ECTS-Punkte nachgewiesen werden. ³Die Umrechnung der Noten ausländischer Abschlüsse erfolgt auf der Basis der modifizierten Bayerischen Formel.
- (2) ¹Absolventinnen und Absolventen eines nicht rein wirtschaftswissenschaftlichen Studiengangs aber mit wirtschaftswissenschaftlichem Bezug können auf Antrag an die Prüfungskommission zugelassen werden. ²Zugangsvoraussetzung sind erfolgreich abgeschlossene Module im Umfang von mindestens 45 ECTS-Punkten aus den betriebswirtschaftlichen Grundlagenfächern.

- (3) ¹Soweit Bewerberinnen und Bewerber den Abschluss eines wirtschaftswissenschaftlichen oder ingenieurwissenschaftlichen Hochschulstudiums mit wirtschaftlichem Hintergrund nachweisen, für das weniger als 210 ECTS-Punkte (jedoch mindestens 180 ECTS-Punkte) vergeben werden, ist Voraussetzung für den Zugang zusätzlich zum Erstabschluss der Nachweis einschlägiger beruflicher Erfahrung mit wirtschaftswissenschaftlichem Hintergrund mit einem Mindestumfang von zusammenhängend sechs Monaten, die den Anforderungen an das praktische Studiensemester eines Bachelorstudiengangs in einem wirtschafts- oder ingenieurwissenschaftlichen Studiengang mit wirtschaftlichem Hintergrund an der Hochschule Landshut entspricht. ²Der Nachweis erfolgt durch Vorlage eines qualifizierten Arbeitszeugnisses. ³Über das Vorliegen der Zugangsvoraussetzungen entscheidet die Prüfungskommission. ⁴Daneben haben die Bewerberinnen und Bewerber die Möglichkeit die fehlenden ECTS-Punkte aus dem grundständigen Studienangebot der Hochschule Landshut zu erbringen. ⁵Die Prüfungskommission legt im Einzelfall fest, welche Studien-, Prüfungs- oder Praktikumsleistungen zu erbringen sind.
- (4) Über die Anerkennung der Gleichwertigkeit eines Abschlusses entscheidet im Einzelfall die Prüfungskommission im Rahmen der Bestimmungen des Bayerischen Hochschulgesetzes.
- (5) Ein Anspruch darauf, dass der Masterstudiengang bei nicht ausreichender Teilnehmerzahl durchgeführt wird, besteht nicht.

§ 4

Regelstudienzeit, Aufbau des Studiums

- (1) Das Studium wird als Vollzeitstudium angeboten.
- (2) ¹Die Regelstudienzeit beträgt drei Semester. ²Es ist im Rahmen des Studiums eine Masterarbeit anzufertigen. ³Nähere Bestimmungen hierzu regelt § 9.
- (3) ¹Für das erfolgreiche Studium werden insgesamt 90 ECTS-Punkte, d. h. Leistungspunkte nach dem European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS), vergeben. ²Ein ECTS-Punkt entspricht einem durchschnittlichen studentischen Arbeitsaufwand im Präsenz- und Selbststudium (workload) von 30 Stunden.

§ 5

Modularisierung, Module

- (1) ¹Das Studium ist modular aufgebaut. ²Ein Modul ist ein Verbund aus zeitlich zusammenhängenden und in sich geschlossenen, abprüfbaren Lehr- und Lerneinheiten, die unter fach- und methodenspezifischen Aspekten zusammengestellt sind. ³Ein Modul kann aus Teilmodulen bestehen. ⁴Die Module und Teilmodule sind mit ECTS-Punkten

entsprechend dem European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS) versehen.

- (2) Alle Module sind Pflichtmodule. Pflichtmodule sind die Module eines Studienganges, die für alle Studierenden verbindlich sind.
- (3) ¹Die Pflichtmodule, ihre Semesterwochenstunden, die Anzahl der ECTS-Punkte, die Art der Lehrveranstaltungen, die Prüfungen und studienbegleitenden Leistungsnachweise sind in der Anlage zu dieser Studien- und Prüfungsordnung festgelegt. ²Das Nähere regelt der Studien- und Prüfungsplan.

§ 6

Studien- und Prüfungsplan

- (1) ¹Die Fakultät Betriebswirtschaft erstellt zur Sicherstellung des Lehrangebots und zur Information der Studierenden einen Studien- und Prüfungsplan, aus dem sich der Ablauf des Studiums im Einzelnen ergibt. ²Der Studien- und Prüfungsplan wird vom Fakultätsrat Betriebswirtschaft beschlossen und ist hochschulöffentlich bekannt zu geben. ³Änderungen müssen spätestens zu Beginn der Vorlesungszeit des Semesters, für das sie erstmals gelten sollen, bekannt gegeben werden.
- (2) Der Studien- und Prüfungsplan enthält insbesondere Regelungen und Angaben über:
 1. die Aufteilung der Semesterwochenstunden und ECTS-Punkte je Modul und Semester, soweit sie nicht in der Anlage abschließend festgelegt wurden,
 2. die Art der Lehrveranstaltungen in den einzelnen Modulen, soweit sie nicht in der Anlage abschließend festgelegt wurden,
 3. die Studienziele und -inhalte der einzelnen Module,
 4. nähere Bestimmungen zu den Prüfungen, Leistungs- und Teilnahmenachweisen, soweit sie nicht in der Anlage abschließend festgelegt wurden,
 5. die Unterrichts- und Prüfungssprache, soweit diese nicht Deutsch ist.

§ 7

Bewertung einzelner Prüfungsleistungen, Bildung von Endnoten

- (1) ¹Für die Bewertung der Prüfungsleistungen, auf denen Endnoten beruhen, sind die Noten 1,0; 1,3; 1,7; 2,0; 2,3; 2,7; 3,0; 3,3; 3,7; 4,0; und 5,0 zu verwenden. ²Auf Grund dieser Bewertungen werden Endnoten gebildet. ³Sind die Noten mehrere Prüfungsleistungen zu einer Endnote zusammenzufassen, so werden sie entsprechend ihrer ECTS-Punkte gewichtet, das arithmetische Mittel daraus gebildet und das Ergebnis auf eine Nachkommastelle abgerundet.
- (2) Prüfungsleistungen, auf denen keine Endnoten beruhen, werden mit dem Prädikat „mit Erfolg“ oder „ohne Erfolg“ bewertet.

§ 8

Arten der Leistungsnachweise

¹Die Art der Prüfungsleistung kann eine schriftliche Prüfung (Dauer zwischen 60 und 120 Minuten), eine mündliche Prüfung (Dauer zwischen 15 und 60 Minuten), eine elektronische Prüfung (Dauer zwischen 60 und 120 Minuten), ein studienbegleitender nicht endnotenbildender Leistungsnachweis (LN) oder ein studienbegleitender endnotenbildender Leistungsnachweis (ELN) sein. ²Studienbegleitende Leistungsnachweise (LN und ELN) können schriftliche Leistungsnachweise (Klausuren, Dauer 60 bis 90 Minuten), mündliche Leistungsnachweise (z. B. Kolloquien, Befragungen, Referate, Lehrproben), praktische Leistungsnachweise (z. B. Durchführung von Versuchen), Studienarbeiten, elektronische Leistungsnachweise und Projektarbeiten oder eine Kombination aus diesen sein. ³Für Pflichtmodule ist das Nähere geregelt in der Anlage der Studien- und Prüfungsordnung. ⁴Ist die Art des Leistungsnachweises für ein Modul in der Anlage der Studien- und Prüfungsordnung nicht eindeutig festgelegt, ist diese durch den Fakultätsrat über den Studien- und Prüfungsplan zu konkretisieren.

§ 9

Masterarbeit

- (1) In der Masterarbeit sollen die Studierenden nachweisen, dass sie in der Lage sind, mit den im Studium erworbenen Kenntnissen innerhalb einer vorgegebenen Frist Probleme in ihrem Fachgebiet aus dem Themenschwerpunkt der marktorientierten Unternehmensführung selbständig nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten sowie praxisrelevante Lösungsstrategien zu entwickeln.
- (2) ¹Die Ausgabe des Themas erfolgt frühestens im 2. Semester. ²Voraussetzung für die Ausgabe des Themas ist, dass die/der Studierende mindestens 30 ECTS-Punkte erworben hat.
- (3) Die Bearbeitungszeit der Masterarbeit beträgt sechs Monate.
- (4) Im Kolloquium haben die Studierenden in einem Vortrag und einer sich anschließenden Diskussion über ihre Masterarbeit nachzuweisen, dass sie in der Lage sind, fächerübergreifend und problembezogenen Fragestellungen selbständig auf wissenschaftlicher Grundlage zu bearbeiten und in das Gesamtgebiet der marktorientierten Unternehmensführung einzuordnen.

§ 10

Prüfungsgesamtergebnis

¹Das Prüfungsgesamtergebnis ergibt sich aus dem auf eine Nachkommastelle abgerundeten arithmetischen Mittel aus den Endnoten der Module und der Note der Masterarbeit. ²Zur Be-

rechnung des Mittels aus den Endnoten, werden die Endnoten der Module zusammengefasst und dabei das auf eine Nachkommastelle abgerundeten arithmetischen Mittel berechnet; zur Berechnung werden die Endnoten entsprechend ihrer ECTS-Punkte gewichtet. ³Auf Grundlage des Prüfungsergebnisses wird gemäß den Bestimmungen der RaPO ein Gesamturteil gebildet.

§ 11

Akademischer Grad

Nach erfolgreichem Abschluss der Masterprüfung wird der akademische Grad
Master of Arts (Kurzform: M.A.)
verliehen.

§ 12

Prüfungskommission

¹Es wird eine Prüfungskommission mit einem vorsitzenden Mitglied und zwei weiteren Mitgliedern gebildet, die vom Fakultätsrat bestellt werden. ²Die Prüfungskommission kann für weitere Studiengänge der Fakultät zuständig sein.

§ 13

Inkrafttreten

¹Diese Satzung tritt am 1. Oktober 2021 in Kraft. Sie gilt für Studierende, die das Studium zum Wintersemester 2021/2022 oder später aufnehmen.

Anlage: Übersicht über Module und Leistungsnachweise:

| Module | Art der LV | Semester | Insgesamt | | Prüfungsvorleistung | Prüfung | | Sprache ¹ |
|---|------------|----------|-----------|-----------|---------------------------------|---|--------------------------------------|----------------------|
| | | | SWS | ECTS | | Art | Dauer/Umfang | |
| Unternehmensführung | | | | | | | | |
| M101 Entrepreneurship | SU | 1 | 4 | 5 | | ELN (80% Projekt + 20% Präsentation) | Prä 40 Min. | d/e |
| M201 Internationales und Interkulturelles Management | SU | 2 | 4 | 5 | | ELN (StA (50%) + Planspiel (50%)) | StA 10-12 S. | d/e |
| M202 Marktorientierte Positionierungskonzepte | S | 2 | 4 | 5 | | ELN (StA) | 15-20 S. | d/e |
| M203 Controlling und Finanzmanagement | SU | 2 | 4 | 5 | | schrP | 90 | d/e |
| Kundenmanagement | | | | | | | | |
| M111 Vertriebsmanagement und Verhandlungsführung | SU | 1 | 4 | 5 | | schrP | 60 | d/e |
| M112 Computergestützte Datenanalyse in der Marktforschung | SU, S | 1 | 4 | 5 | | ELN (StA (70 %) + 2 Prä (je 15%)) | StA 7 S. Prä je 10 Min. | d/e |
| M113 Digitales Marketing und eCommerce | SU | 1 | 4 | 5 | | ELN (Prä (30 %) + PrA incl. Prä (70 %)) | PrA ca. 15 S. Prä je 15 – 20 Min. | d/e |
| M211 Kundenmanagement (CRM) | SU | 2 | 4 | 5 | Prä | ELN (StA) | 2000 - 4000 Wörter | d/e |
| Projekt- und Geschäftsprozessmanagement | | | | | | | | |
| M121 Geschäftsprozessmanagement | SU | 1 | 4 | 5 | | schrP | 90 | d/e |
| M221 Projektmanagement | SU,S | 2 | 4 | 5 | | schrP | 90 | d/e |
| Informationsmanagement | | | | | | | | |
| M131 Digitale Geschäftsprozesse | SU, S | 1 | 4 | 5 | | schrP | 60 | d/e |
| M231 Data Science und Machine Learning | SU | 2 | 4 | 5 | | schrP | 60 | d/e |
| Masterarbeit | | | | | | | | |
| M301 Forschungsmethodik | SU | 3 | 2 | 2 | | LN (Prä) | | d/e |
| M302 Masterarbeit | | 3 | | 24 | | | | d/e |
| M303 Kolloquium | | 3 | 2 | 4 | Exposé & Präsentationsunterlage | ELN (Prä & Kol) | 30 – 45 Min. | d/e |
| Summe | | | 52 | 90 | | | | |

1) Die Unterrichts- und Prüfungssprache ist grundsätzlich deutsch, jedoch können prüfungsrelevante Lehreinheiten sowie die Prüfung in englischer Sprache abgehalten werden; dies

wird im Studien- und Prüfungsplan spätestens zu Beginn des jeweiligen Semesters bekannt gegeben.

Abkürzungsverzeichnis:

| | | | |
|----------|--|-------|-----------------------------|
| Abs. | Absatz | Mit | Mitarbeit |
| APO | Allgemeine Prüfungsordnung | Prä | Präsentation |
| Art. | Artikel | PrA | Projektarbeit |
| BayHSchG | Bayerisches Hochschulgesetz | RaPO | Rahmenprüfungsordnung |
| ECTS | European Credit Transfer and Accumulation System | S | Seminar |
| ELN | Endnotenbildender Leistungsnachweis | S. | Seiten |
| Kol | Kolloquium | schrP | schriftliche Prüfung |
| LN | Leistungsnachweis | StA | Studienarbeit |
| LV | Lehrveranstaltung | SU | seminaristischer Unterricht |
| M.A. | Master of Arts | SWS | Semesterwochenstunde |
| Min. | Minuten | | |