



**Studien- und Prüfungsordnung
für den Masterstudiengang Leadership, Innovation und Marketing
an der Hochschule für angewandte Wissenschaften Landshut
vom 29.07.2025**

Auf Grund von Art. 9 Satz 1 und Satz 2, Art.90 Abs. 1 S. 2, 80 Abs. 1, Art. 84 Abs. 2 und Art. 96 Abs. 1 Satz 1 des Bayerischen Hochschulinnovationsgesetzes (BayHIG) vom 5. August 2022 (GVBl. S. 414, BayRS 2210-1-3-WK), das zuletzt durch § 14 des Gesetzes vom 23. Dezember 2024 (GVBl. S. 605) und durch § 8 des Gesetzes vom 23. Dezember 2024 (GVBl. S. 632) 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, Bonusleistungen und Bildung von Endnoten
- § 8 Masterarbeit
- § 9 Prüfungsgesamtergebnis
- § 10 Akademischer Grad
- § 11 Prüfungskommission
- § 12 Inkrafttreten

§ 1

Zweck der Studien- und Prüfungsordnung

Diese Studien- und Prüfungsordnung dient der Ausfüllung und Ergänzung der Allgemeinen Prüfungsordnung der Hochschule für angewandte Wissenschaften Landshut (APO) vom 13. Juni 2023 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) und Informationsmanagement (Marketing- und Vertriebssysteme). ³Des Weiteren werden 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, Verhandlungskennntnisse 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 Hinter-

grund 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 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 Hochschulinnovationsgesetzes.
- (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.

§ 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 semesterbegleitenden 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 zwei Wochen nach 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, Bonusleistungen und 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) ¹Modulverantwortliche können für die von ihnen verantworteten Module Bonusleistungen gemäß § 17 APO festlegen. ²Mit diesen optionalen Studienleistungen kann der Bonus die Note der Modulprüfung im differenzierteren Bewertungssystem um maximal eine Notenstufe (d.h. um 0,3 bzw. 0,4) verbessern. ³Die Einzelheiten sind im Studien- und Prüfungsplan festzulegen.

- (3) Prüfungsleistungen, auf denen keine Endnoten beruhen, werden mit dem Prädikat „mit Erfolg abgelegt“ oder „ohne Erfolg abgelegt“ bewertet.

§ 8

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 ihr Forschungsvorhaben im Rahmen der Masterarbeit nachzuweisen, dass sie in der Lage sind, fächerübergreifend und problembezogen Fragestellungen selbständig auf wissenschaftlicher Grundlage zu entwickeln. ²Die Studierenden sollen an dem ersten angebotenen Kolloquium nach Anmeldung der Masterarbeit teilnehmen.
- (5) ¹In der Verteidigung sind die Ergebnisse der schriftlichen Masterarbeit mündlich zu präsentieren und in einer anschließenden Diskussion nachzuweisen, dass die oder der Studierende in der Lage ist, ihr oder sein Vorgehen und ihre oder seine Ergebnisse zu erläutern und in den thematischen Gesamtkontext einzuordnen. ²Voraussetzung für die Teilnahme ist der erfolgreiche Abschluss der Module M301 und M302 sowie die Abgabe der Masterarbeit. ³Die Prüfenden legen den Termin für die Verteidigung zeitnah nach Abgabe der schriftlichen Masterarbeit fest. ⁴Die Anmeldung für die Verteidigung erfolgt bei der Erstprüferin oder dem Erstprüfer. ⁵Die Verteidigung ist hochschulöffentlich, soweit die oder der Studierende dem nicht widerspricht. ⁶Wird die Verteidigung mit „nicht ausreichend“ bewertet, kann sie ein Mal innerhalb von einem Monat nach Notenbekanntgabe wiederholt werden.

§ 9

Prüfungsgesamtergebnis

¹Das Prüfungsgesamtergebnis ergibt sich aus dem auf eine Nachkommastelle abgerundeten arithmetischen Mittel aus den Endnoten der Module und der Note der Masterarbeit. ²Zur Berechnung 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 APO ein Gesamturteil gebildet.

§ 10

Akademischer Grad

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

§ 11

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.

§ 12

Inkrafttreten

Diese Studien- und Prüfungsordnung tritt am 1. Oktober 2026 in Kraft.

Anlage: Übersicht über Module und Leistungsnachweise:

	Art der LV	Se-mester	Insgesamt		Zulassungsvoraus- setzung zur Prüfung	Prüfung		Sprache ¹	Noten- gewicht
Module			SWS	ECTS		Art	Dauer/ Umfang		
Leadership & Management									
M101 Entrepreneurship und Finance	SU	1	4	5		Klausur portP (Klausur, Votr.sb) portP (Ausarb, Votr.sb)	60-90	d/e	5/88
M102 Strategisches Management	SU	1	4	5		Klausur od. portP (Ausarb, T) od. portP (Votr.sb, Ausarb)	60-90	d/e	5/88
M201 Strategische Markenpositionierung	S	2	4	6		portP (Ausarb, Votr.sb)		d/e	6/88
M202 Leadership und Transformation	SU	2	4	6		Klausur od. mdIP od. portP (Votr.sb, Klausur)	60-90 15-25	d/e	6/88
Innovation & Marketing									
M111 Vertriebsmanagement und Verhandlungsführung	SU	1	4	6	Votr.sb (10–20)	Klausur od. mdIP od. portP (T, prakP.sb)	60-90 15–20	d/e	6/88
M112 Customer Insights	SU, S	1	4	5		portP (Ausarb, Votr.sb) od. Ausarb od. Votr.PZ	5-10 S. 15	d/e	5/88
M113 Digitales Marketing und eCommerce	SU	1	4	5	Votr.sb (20–30)	portP (Votr.sb, Ausarb) od. portP (prakP.sb, Ausarb) od. Klausur	60-90	d/e	5/88
M211 Kundenmanagement	SU	2	4	5	Votr.sb (15–25)	portP (Ausarb) od. portP (prakP.sb, Ausarb) od. Klausur	60-90	d/e	5/88
M221 Produktmanagement und Innovation	SU	2	4	6		portP (Votr.sb, Ausarb) od. Klausur od. portP (prakP.sb, Klausur)	60-90	d/e	6/88
Digitalisierung									
M131 Digitale Geschäftsprozesse	SU, S	1	4	5		Klausur od. mdIPr od. prakP.PZ	60–90 15–25 10-45	d/e	5/88
M231 Data Science und Machine Learning	SU	2	4	6		Klausur od. mdIPr od. prakP.PZ	60–90 15–25 10-45	d/e	6/88

Masterarbeit									
M301 Forschungsmethodik	SU	3	2	2		Votr.sb.P od. T.P	15-25 30-45	d/e	0
M302 Kolloquium ²		3	2	4	Ausarb (5-25 S.)	Koll	30-45	d/e	4/88
M303 Masterarbeit		3		24					24/88
<i>M303a Schriftliche Masterarbeit</i>		3		20	<i>Mind. 24 ECTS</i>			<i>d/e</i>	<i>20/88</i>
<i>M303b Verteidigung</i>		3	2	4	<i>Erfolgreicher Abschluss von M301 und M302, Abgabe der Masterarbeit</i>	<i>Koll</i>	<i>30-45</i>	<i>d/e</i>	<i>4/88</i>
Summe			52	90					

- 1) Die Unterrichts- und Prüfungssprache ist grundsätzlich deutsch, jedoch können einzelne Module, prüfungsrelevante Lehreinheiten sowie die Prüfung in englischer Sprache abgehalten werden; dies wird im Studien- und Prüfungsplan spätestens zu Beginn des jeweiligen Semesters bekannt gegeben.
- 2) Es gilt Teilnahmepflicht. Das Nähere regelt die APO.

Abkürzungsverzeichnis:

Ausarb	Ausarbeitung	portP	Portfolioprüfung
Abs.	Absatz	PR	Praktikum
APO	Allgemeine Prüfungsordnung	prakP	praktische Prüfung
Art.	Artikel	PZ	Prüfungszeitraum
BayHIG	Bayerisches Hochschulinnovationsgesetz	QualV	Verordnung über die Qualifikation für ein Studium in Bayern
ECTS	European Credit Transfer and Accumulation System	S	Seminar
GER	Gemeinsamen europäischen Referenzrahmens für Sprachen	sb	semesterbegleitend
Klausur	Klausur (schriftliche Prüfung mit Aufsicht im Prüfungszeitraum)	SU	seminaristischer Unterricht
Koll	Kolloquium	SWS	Semesterwochenstunde
LN	Leistungsnachweis	T	Testat (schriftliche Prüfung mit Aufsicht semesterbegleitend)
LV	Lehrveranstaltung	THE	Take-Home-Exam
mdlPr	mündliche Prüfung	Ü	Übung
P	mit Prädikat „mit/ohne Erfolg abgelegt“ bewertet	Votr	Vortrag
PFM	Pflichtmodul	WPFM	Wahlpflichtmodul