

AMTSBLATT

der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hof

Jahrgang: 2023

Nummer: 8

Datum: 25. Mai 2023

Inhalt: Neunte Satzung zur Änderung der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Marketing Management an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hof

Vom 25. Mai 2023

**Neunte Satzung zur Änderung der
Studien- und Prüfungsordnung für den
Masterstudiengang Marketing Management
an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hof**

2

Vom 25. Mai 2023

Auf Grund des Art. 9 Satz 1 des Bayerischen Hochschulinnovationsgesetzes (BayHIG) vom 5. August 2022 (GVBl. S. 414; BayRS 2210-1-3-WK) erlässt die Hochschule für angewandte Wissenschaften Hof folgende Satzung:

§ 1

Die Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Marketing Management vom 8. März 2007 (Amtsblatt der Hochschule 4/2007, S. 13 ff.), die zuletzt durch Änderungssatzung vom 5. August 2016 (Amtsblatt der Hochschule 13/2016) geändert wurde, wird wie folgt geändert:

1. In § 2 Abs. 2 Satz 1 werden nach dem Wort „Bewerbern“ die Worte „und Bewerberinnen“ eingefügt.
2. § 3 wird wie folgt geändert:
 - a) In Abs. 1 Satz 1 wird die Zahl „2,1“ durch die Zahl „2,5“ ersetzt.
 - b) Abs. 5 wird wie folgt geändert:
 - aa) In Satz 2 wird die Zahl „2,1“ durch die Zahl „2,5“ ersetzt.
 - bb) In Satz 3 Halbsatz 2 wird die Zahl „2,1“ durch die Zahl „2,5“ ersetzt.
3. § 4 wird wie folgt geändert:
 - a) Die Überschrift erhält folgende Fassung:

„§ 4

Studienziel, duales Studium“

- b) In Abs. 1 werden die Worte „die Absolventen“ durch das Wort „sie“ ersetzt.
- c) Abs. 2 Satz 1 und 2 erhält folgende Fassung:



„¹Der Studiengang setzt Schwerpunkte in den Bereichen Konsumentenverhalten und Marketingforschung, Digitalisierung und E-Business, strategisches und operatives Management sowie Vertrieb. ²Die Ausbildung umfasst gleichermaßen Aspekte des Konsumgüter-, ³ Investitionsgüter- und Dienstleistungssektors.“

d) Es wird folgender Abs. 3 angefügt:

„(3) ¹Das Studium kann als duales Studium in Form des Studiums mit vertiefter Praxis absolviert werden. ²So ergänzen dual Studierende die mit dem Bestehen der Masterprüfung nachgewiesene Qualifikation um zusätzliche berufsbezogene Kompetenzen.“

4. Die Anlage erhält die aus dem Anhang zu dieser Änderungssatzung ersichtliche Fassung.

§ 2

Inkrafttreten, Außerkrafttreten

Diese Satzung tritt am 1. Oktober 2023 in Kraft.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Senats der Hochschule für angewandte Wissenschaften Hof vom 17. Mai 2023 und der Genehmigung des Präsidenten der Hochschule vom 25. Mai 2023.

Hof, den 25. Mai 2023
gez.

Prof. Dr. Dr. h. c. Jürgen Lehmann
Präsident

Diese Satzung wurde am 25. Mai 2023 in der Abteilung Studienbüro niedergelegt. Die Information über die Niederlegung wurde am 25. Mai 2023 in den Webauftritt der Hochschule eingestellt. Tag der Bekanntmachung ist daher der 25. Mai 2023.

Anhang (zu § 1 Nr. 4)

Anlage (zu § 6)

4

1	2	3	4	5	6
Lfd. Nr.	Module und Einzelfächer	SWS	Credits	Lehrveranstaltungen	Prüfungen
1	Management der Kundenbeziehung	4	6		
1.1	Dialogmarketing und Customer Relationship Management	2	3	SU	schrP120
1.2	Marketing-Controlling	2	3	SU	
2	Theorie und Praxis des Konsumentenverhaltens	4	6		
2.1	Konsumentenverhalten und Marktsegmentierung	2	3	V	schrP90
2.2	Seminar Fallstudien Marketingforschung	2	3	S	Ref mit Konzeptpapier und Diskussion
3	Handel, Dienstleistung und Logistik	4	6		
3.1	Dienstleistungs- und Handelsmarketing	2	3	SU	Präsentation mit Konzeptpapier
3.2	Distributionslogistik	2	3	SU	Präsentation mit Konzeptpapier
4	Investitionsgütermarketing und technischer Vertrieb	4	6	SU	schrP120
5	Markenführung	4	6		
5.1	Marke und Kommunikation	2	3	SU	schrP90 oder SA mit Präs
5.2	Marketingrecht	2	3	V	schrP90
6	E-Business	6	9		
6.1	Operative und strategische Aspekte der Plattformökonomie	2	3	SU	schrP60
6.2	Digitale Kommunikation	2	3	SU	StA oder Projektarbeit mit Präsentation

6.3	Digital Commerce	2	3	SU	StA oder Projektarbeit mit Präsentation
7	Seminar Fallstudien Strategisches/ Internationales Management	4	6	S	SA mit Präs
1	2	3	4	5	6
Lfd. Nr.	Module und Einzelfächer	SWS	Credits	Lehrveranstaltungen	Prüfungen
8	Digitalisierung und Regionalisierung von Marketing und Vertrieb	6	9		
8.1	Regional- und Standortmarketing	4	6	SU	schrP120 oder SA mit Präs
8.2	Geomarketing	2	3	SU	P ⁱ
9	Marktforschungsprojekt	4	6	S	P¹
10	Planspiel Marketing und Management	6	6	SU	PfPⁱⁱ
11	Wahlpflichtmodul, aus verbindlichem Katalogⁱⁱⁱ	4	6	V/SU	schrP90 oder SA mit Präs oder P¹
12	Master Thesis		18		AA^{iv} mit Koll45
	Summe	50	90		

Erläuterung der Abkürzungen:

AA Abschlussarbeit
Koll Kolloquium*

S Seminar
SA Seminararbeit

P	Prüfung	schrP	schriftliche Prüfung*
PfP	Portfolioprüfung	SU	Seminaristischer Unterricht
Präs	Präsentation	SWS	Semesterwochenstunden
Ref	Referat	V	Vorlesung

* Mit Angabe der Prüfungsdauer/Bearbeitungszeit in Minuten.

ⁱ Die mit „P“ gekennzeichneten Prüfungen werden vom Fakultätsrat im Einvernehmen mit der Prüfungskommission im Modulhandbuch festgelegt. Dabei sind auch mehrere Prüfungen innerhalb eines Moduls möglich. Sofern diese nicht gleich gewichtet werden, regelt das Modulhandbuch auch ihre Gewichtung bei der Berechnung der Endnote des Moduls.

ⁱⁱ Portfolioelemente: Klausur (30 Min.), Präsentation (20 Min.), Klausur (60 Min.), Projektarbeit (Planspiel-ergebnisse).

ⁱⁱⁱ Die zur Auswahl stehenden Module werden im Studienplan festgelegt.

^{iv} Die Anfertigung der Masterarbeit erfolgt in einem Zeitraum von sechs Monaten.