

**Studien- und Prüfungsordnung
für den Masterstudiengang Kreatives Marketing Management
an der Hochschule für angewandte Wissenschaften – Fachhochschule Ansbach
(SPO KMM/HSAN-20121)**

Vom 22.12.2011

Aufgrund von Art. 13 Abs. 1 Satz 2, Abs. 2 Satz 2, Art. 43 Abs. 5-6, Art. 58 Abs. 1, Art. 61 Abs. 2, Art. 66 Abs. 1 Satz 3 des Bayerischen Hochschulgesetzes – BayHSchG – (BayRS 2210–1–1–WFK) vom 23. Mai 2006 (GVBl S. 245) in der derzeit gültigen Fassung erlässt die Hochschule für angewandte Wissenschaften – Fachhochschule Ansbach folgende Satzung:

§ 1

Zweck der Studien- und Prüfungsordnung

Diese Studien- und Prüfungsordnung dient der Ausfüllung und Ergänzung der Rahmenprüfungsordnung für die Fachhochschulen – RaPO – (BayRS 2210–4–1–4–1–WFK) vom 17. Oktober 2001 (GVBl S. 686) und der Allgemeinen Prüfungsordnung der Hochschule für angewandte Wissenschaften – Fachhochschule Ansbach (APO/FHAN-20072) vom 19. Juni 2008 in deren jeweils gültiger Fassung.

§ 2

Studienziele und Studieninhalte

(1) ¹Aufbauend auf einem erfolgreich abgeschlossenen Studium und einer qualifizierten berufspraktische Erfahrung von in der Regel nicht unter einem Jahr vermittelt der Masterstudiengang Kreatives Marketing Management Kompetenzen und Schlüsselqualifikationen für leitende Tätigkeiten in allen Bereichen des Marketingmanagements und der marktorientierten Unternehmensführung. ²Durch die zentralen Elemente Kreativität und

Intuition sollen Absolventinnen und Absolventen in die Lage versetzt werden, Chancen und Herausforderungen der Globalisierung erfolgreich zu begegnen. ³Dabei wird die Kreativität als unabdingbare Voraussetzung für die Innovationsfähigkeit in wissensbasierten Gesellschaften gefördert. ⁴Neben gezielter Vertiefung und Ergänzung des marketingwissenschaftlichen Basiswissens werden im Masterstudiengang deshalb vor allem die kreativen und intuitiven Fähigkeiten erweitert, die für eine innovative Führungs- und Teamkompetenz zentrale Erfolgsfaktoren darstellen. ⁵Der Masterstudiengang vermittelt somit neben den klassischen Kompetenzen wie Fachkompetenz, Methodenkompetenz, soziale Kompetenz und persönliche Kompetenz auch die intuitive Kompetenz.

(2) ¹Die inhaltliche Ausgestaltung des Masterstudiengangs orientiert sich am idealtypischen Verlauf eines Innovationsprozesses. ²Beginnend mit der Aufgabenstellung als Zielsetzung muss sich das bearbeitende Team finden und sich aufeinander einstellen. ³Über die klassische Marktforschung wird explizites Wissen zusammengetragen. ⁴Um aber zu neuen Erkenntnissen zu gelangen, werden neue innovative Wege in Richtung Kreativität und Intuition eingeschlagen. ⁵Sie bilden die Quelle für neu geschaffenes implizites Wissen.

§ 3

Studiengangsprofil

¹Der Masterstudiengang Kreatives Marketing Management ist ein berufsbegleitender weiterbildender Masterstudiengang. ²Er hat ein anwen-

dungsorientiertes Profil und führt zum Abschluss Master of Business Administration.

§ 4

Qualifikationsvoraussetzungen, Zulassung zum Studium

(1) Qualifikationsvoraussetzungen für die Zulassung zum Masterstudiengang sind:

1. ein Hochschulabschluss oder gleichwertiger Abschluss in einem mindestens die Regelstudienzeit von sieben Semestern umfassenden Studiengang an einer deutschen oder ausländischen Hochschule,
2. der Nachweis einer an das Hochschulstudium nach Nr. 1 angeschlossenen und damit verbundenen qualifizierten berufspraktischen Erfahrung von in der Regel nicht unter einem Jahr,
3. der Nachweis der studienspezifischen Eignung als besondere Qualifikationsvoraussetzung durch ein Eignungsverfahren.

(2) Beträgt die Regelstudienzeit des Studiengangs nach Abs. 1 Nr. 1 weniger als sieben Semester, ist § 7 Abs. 2 anzuwenden.

(3) Ob die Berufserfahrung mit den in Abs. 1 Nr. 2 genannten Erfordernissen übereinstimmt, entscheidet die Prüfungskommission.

(4) Die Gleichwertigkeit ausländischer Abschlüsse stellt die Prüfungskommission unter Beachtung des Art. 63 BayHSchG fest.

(5) Ein Anspruch darauf, dass der Masterstudiengang bei nicht ausreichender Anzahl von Studienbewerberinnen bzw. Studienbewerbern durchgeführt wird, besteht nicht.

(6) Bewerberinnen oder Bewerber, die die Qualifikationsvoraussetzungen nicht erfüllen, erhalten einen Ablehnungsbescheid.

§ 5

Aufnahmeverfahren

(1) ¹Die Aufnahme des Masterstudiums ist sowohl zum Sommersemester als auch zum Wintersemester möglich. ²Die Bewerbung muss fristgerecht vom 1. November bis 15. Dezember für das Sommersemester bzw. vom 2. Mai bis 15. Juni für das Wintersemester erfolgen.

(2) Die Bewerbung muss formgerecht erfolgen und folgende Unterlagen müssen bis spätestens zwei Wochen nach Ende der Bewerbungsfrist beim Studierenden-, Praktikanten- und Prüfungs-

service der Fachhochschule Ansbach eingegangen sein:

- das Abschlusszeugnis des Studiengangs, in dem die Bewerberin oder der Bewerber den ersten berufsqualifizierenden Abschluss nach § 4 Abs. 1 Nr. 1 erworben hat.
- der Nachweis einer qualifizierten berufspraktischen Erfahrung von in der Regel nicht unter einem Jahr nach § 4 Abs. 1 Nr. 2 durch hierfür geeignete Unterlagen.

(3) Die Unterlagen nach Abs. 2 sind in deutscher Sprache einzureichen.

§ 6

Eignungsverfahren

(1) Das Eignungsverfahren dient dazu sicherzustellen, dass nur Bewerber mit der studien- gangsspezifischen Eignung zum Studium zugelassen werden.

(2) ¹Bewerberinnen und Bewerber, die sich form- und fristgerecht beworben haben und die Qualifikationsvoraussetzungen nach § 4 Abs. 1 Nrn. 1 bis 2 erfüllt haben, werden zu dem Eignungsverfahren zugelassen. ²Eine gesonderte Anmeldung zum Eignungsverfahren ist nicht notwendig. ³Das Eignungsverfahren wird von der Fakultät Wirtschafts- und Allgemeinwissenschaften durchgeführt und soll spätestens vier Wochen vor Semesterbeginn abgeschlossen sein. ⁴Der Termin des Eignungsverfahrens ist den Bewerberinnen und Bewerbern spätestens vier Wochen vorher mitzuteilen.

(3) ¹Das Eignungsverfahren wird in Form eines Auswahlgesprächs durchgeführt, das zwischen 45 bis 60 Minuten dauert. ²Im Auswahlgespräch werden insbesondere die Motivation zum Masterstudiengang sowie die für den Masterstudiengang notwendig vorausgesetzten Kompetenzen, insbesondere aus den Bereichen Kommunikation, Kreativität und interdisziplinäres Denken, überprüft. ³Die Kriterien und Bewertungsmaßstäbe, anhand derer im Eignungsverfahren die studien- gangsspezifische Eignung beurteilt wird, ist in Anlage 2 zu dieser Satzung geregelt. ⁴Das Auswahlgespräch wird von zwei Prüfern als „bestanden“ oder „nicht bestanden“ beurteilt; näheres wird in Anhang 2 zu dieser Satzung geregelt.

(4) ¹Im Falle der Nicht-Zulassung ist eine Bewerbung zu einem weiteren Termin möglich. ²Eine dritte Bewerbung ist ausgeschlossen.

§ 7

Regelstudienzeit und Aufbau des Studiums

(1) ¹Der Masterstudiengang wird als Teilzeitstudium angeboten. ²Die Regelstudienzeit beträgt vier Semester mit einem Gesamtvolumen von 90 ECTS-Punkten.

(2) ¹Soweit Bewerber ein abgeschlossenes Hochschulstudium nachweisen, für das weniger als 210 ECTS-Punkte (jedoch mindestens 180 ECTS-Punkte) vergeben wurden, ist Voraussetzung für das Bestehen der Masterprüfung der Nachweis der fehlenden Leistungspunkte aus dem fachlich einschlägigen Studienangebot der Hochschule Ansbach bzw. einer anderen Hochschule. ²Die Prüfungskommission legt fest, welche Studien- und Prüfungsleistungen abgelegt werden müssen.

(3) Das Studium ist in folgende Modulgruppen gegliedert:

- Marktorientierung, Personal und Kreativität,
- Wahrnehmung und Führung,
- Interdisziplinäres Denken und Handeln,
- Masterthesis.

§ 8

Modulstruktur

(1) Jedes Modul gliedert sich in eine feste Struktur bestehend aus einer Vorbereitungsphase, einer anwendungsorientierten Coachingphase und einer Nachbereitungsphase.

(2) ¹In der Vorbereitungsphase bereiten sich Studierende selbstständig auf ein vorgegebenes Thema vor und erarbeiten eigenverantwortlich die notwendigen wissenschaftlichen Grundlagen. ²Qualifikationsziele hierbei bestehen in der eigenständigen Recherche und der Durchdringung von Wissen. ³Gekennzeichnet ist die Vorbereitungsphase durch Selbststudium und Gruppenarbeit.

(3) ¹In der anwendungsorientierten Coachingphase setzen die Studierenden unterstützt von den Dozenten ihr angelerntes Wissen praxisorientiert um. ²Qualifikationsziele hierbei sind die praxisorientierte Umsetzung und die experimentelle Modellbildung. ³Die Zusammenarbeit mit den Dozenten erfolgt in Präsenzunterricht. ⁴Dieser findet entweder maximal an drei aufeinander folgenden Wochen jeweils am Freitag sechs Stunden und am Samstag acht Stunden oder konzentriert in einer Blockwoche statt. ⁵Der Zeitpunkt sowie der Studienort des Präsenzunterrichts wird im Studienplan bestimmt.

(4) ¹In der Nachbereitungsphase wird das vermittelte Wissen verarbeitet und weiterentwickelt. ²Qualifikationsziele hierbei sind die Weiterentwicklung des Erlernten und die kritische Beurteilung und die Bewertung neuen Wissens.

§ 9

Module und Prüfungen

(1) Die Module mit ihrer Anzahl der ECTS-Punkte, Art und Dauer der Prüfungsleistungen sowie deren Zulassungsvoraussetzungen sind in der Anlage 1 zu dieser Satzung festgelegt.

(2) Lehrveranstaltungen und Prüfungen können nach Maßgabe des Studienplans in einer Fremdsprache abgehalten werden.

§ 10

Studienplan

¹Die Fakultät Wirtschafts- und Allgemeinwissenschaften der Fachhochschule Ansbach erstellt einen Studienplan. ²Der Studienplan dient der Sicherstellung des Lehrangebots und enthält die Informationen, aus denen sich der Ablauf des Studiums ergibt. ³Der Studienplan wird vom Fakultätsrat beschlossen und ist spätestens bis zum Beginn der Vorlesungszeit öffentlich bekanntzumachen. ⁴Der Studienplan enthält insbesondere folgende Regelungen und Angaben:

1. die Aufteilung der Semesterwochenstunden je Modul und Studiensemester,
2. die Kurse in den einzelnen Modulen, soweit sie nicht in der Anlage abschließend festgelegt wurden,
3. nähere Bestimmungen zu den Leistungs- und Teilnahmenachweisen,
4. die Zuordnung von ECTS-Punkten zu den einzelnen Modulen,
5. der Zeitpunkt sowie der Studienort des Präsenzunterrichts nach § 8 Abs. 3 Sätze 3-4.

§ 11

Master-Arbeit

(1) Die Ausgabe des Themas der Master-Arbeit setzt voraus, dass mindestens 40 ECTS-Punkte des Master-Studiums erbracht wurden.

(2) ¹Die Frist von der Themenstellung bis zur Abgabe der Masterarbeit muss dem Umfang des Themas angemessen sein. ²Die Frist darf sechs Monate nicht überschreiten. ³Die Prüfungskommission kann auf Antrag eine angemessene Nachfrist gewähren, wenn der Termin der Abgabe der Masterarbeit wegen Krankheit oder anderer nicht zu vertretender Gründe nicht eingehalten werden kann; die Nachfrist soll zwei Monate nicht überschreiten. ⁴Der Antrag muss unverzüglich, spätestens jedoch zwei Wochen vor dem Termin der Abgabe im Studierenden-, Praktikanten- und Prüfungsservice eingereicht und die Gründe durch entsprechende Nachweise glaubhaft gemacht werden; im Krankheitsfalle gilt § 8 Abs. 4 Sätze 4 bis 6 RaPO entsprechend.

(3) ¹Das Thema muss so beschaffen sein, dass die Masterarbeit bei zusammenhängender Bearbeitung i.d.R. in fünf Monaten fertig gestellt werden kann.

§ 12

Benotung von Prüfungsleistungen

¹Die Gewichtung der Noten der Module zur Bildung der Prüfungsgesamtnote ergibt sich aus den in Anlage 1 festgelegten ECTS-Punkten der Module. ²Besteht ein Modul aus mehreren Kursen, so errechnet sich die Modulnote aus dem arithmetischen Mittel der gewichteten Noten der Teilprüfungen. ³Die Gewichtung der Teilprüfungen wird im Studienplan festgelegt, ansonsten werden die Teilprüfungen gleich gewichtet.

§ 13

Akademischer Grad

Aufgrund des erfolgreichen Abschlusses des Studiums wird von der Fachhochschule Ansbach der akademische Grad Master of Business Administration, Kurzform: MBA, verliehen.

§ 14

Inkrafttreten

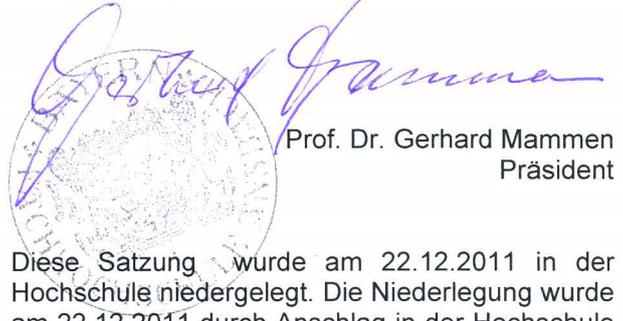
(1) Diese Studien- und Prüfungsordnung tritt am Tage nach ihrer Bekanntmachung in Kraft.

(2) Diese Studien- und Prüfungsordnung gilt für alle Studierenden, die im Masterstudiengang Kreatives Marketing Management zum Sommer-

semester 2012 oder später ihr Studium aufnehmen.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Senats der Hochschule vom 21.12.2011 und der rechtsaufsichtlichen Genehmigung des Präsidenten vom 22.12.2011.

Ansbach, den 22. Dezember 2011



Prof. Dr. Gerhard Mammen
Präsident

Diese Satzung wurde am 22.12.2011 in der Hochschule niedergelegt. Die Niederlegung wurde am 22.12.2011 durch Anschlag in der Hochschule bekannt gegeben. Tag der Bekanntmachung ist daher der 22.12.2011.

Anhang 1: Übersicht über die Module im Masterstudiengang Kreatives Marketing Management an der Hochschule für angewandte Wissenschaften - Fachhochschule Ansbach

Marktorientierung, Personal und Kreativität

Modulnr.	Module	ECTS-Punkte	Prüfungsleistungen * Art	Dauer	Zulassungs- voraussetzungen
	Kreatives Marketing Management	5	StA / FS / Ref / schrLN	- / - / - / 90-120	TNP
	Individuum und Team	5	StA / FS / Ref / schrLN	- / - / - / 90-120	TNP
	Marktforschung	5	StA / FS / Ref / schrLN	- / - / - / 90-120	TNP
	Kreativität - Ideen managen	5	StA / FS / Ref / schrLN	- / - / - / 90-120	TNP

Wahrnehmung und Führung

Modulnr.	Module	ECTS-Punkte	Prüfungsleistungen * Art	Dauer	Zulassungs- voraussetzungen
	CREA LEADER - Kreativ und aktiv führen	5	StA / FS / Ref / schrLN	- / - / - / 90-120	TNP
	Intuition und Entscheidungsmanagement	5	StA / FS / Ref / schrLN	- / - / - / 90-120	TNP
	Wahrnehmung und Mentaltraining	5	StA / FS / Ref / schrLN	- / - / - / 90-120	TNP
	Kreative Systemische Marketingaufstellung	5	StA / FS / Ref / schrLN	- / - / - / 90-120	TNP

Interdisziplinäres Denken und Handeln

Modulnr.	Module	ECTS-Punkte	Prüfungsleistungen *		Zulassungs- voraussetzungen
			Art	Dauer	
	Interkulturelle Kommunikation	5	StA / FS / Ref / schrLN	- / - / - / 90-120	TNP
	Kunst und Design	5	StA / FS / Ref / schrLN	- / - / - / 90-120	TNP
	Multimedia und Kommunikation	5	StA / FS / Ref / schrLN	- / - / - / 90-120	TNP
	Erlebnispresentation	5	StA / FS / Ref / schrLN	- / - / - / 90-120	TNP

Masterthesis

Modulnr.	Module	ECTS-Punkte	Prüfungsleistungen *	Zulassungs- voraussetzungen
	Master-Thesis	30	Art MAR	-

Abkürzungen

schrLN	schriftlicher Leistungsnachweis
mündLN	mündlicher Leistungsnachweis
StA	Studienarbeit / Seminararbeit
FS	Fallstudie
Ref	Referat
MAr	Masterarbeit
TNP	Teilnahmenachweis Präsenzveranstaltung

Anhang 2: Eignungsverfahren für den Masterstudiengang Kreatives Marketing Management an der Hochschule für angewandte Wissenschaften – Fachhochschule Ansbach

1. Das Eignungsverfahren wird in Form eines Auswahlgesprächs durchgeführt, bei dem die Bewerberinnen oder Bewerber maximal 60 Punkte erreichen können.
2. Kriterien und Bewertungsmaßstäbe für das Eignungsverfahren:
 - 2.1 Motivation für das Masterstudium

Da der Erfolg für das Studium von der Leistungsbereitschaft und diese wiederum von der Motivation abhängt, wird im Auswahlgespräch die Motivation der Bewerberin bzw. des Bewerbers festgestellt.

Es werden zwischen 0 und 10 Punkte vergeben.
 - 2.2 Fachlicher Zusammenhang zwischen grundständigen Studiengang und dem Masterstudiengang Kreatives Marketing Management

Der grundständige Studiengang nach § 4 Abs. 1 Nr. 1 dieser Satzung wird hinsichtlich seiner fachlichen Ausrichtung zum Masterstudiengang Kreatives Marketing Management eingestuft. Bewertungsmaßstab ist der fachliche Zusammenhang der im grundständigen Studium erworbenen Fähigkeiten und Kompetenzen zu den Qualifikationszielen des Masterstudiums.

Es werden zwischen 0 und 5 Punkte vergeben.
 - 2.3 Art und Dauer der beruflichen Tätigkeit

Überprüft wird die Qualität der beruflichen Tätigkeit nach § 4 Abs. 1 Nr. 2 dieser Satzung. Dabei werden Arbeitsleistungen anhand Arbeitszeugnissen oder Leistungsnachweisen ebenso berücksichtigt wie die Dauer der beruflichen Tätigkeit. Außerdem wird überprüft, inwieweit die berufliche Tätigkeit inhaltlich mit den Qualifikationszielen des Masterstudiengangs Kreatives Marketing Management verbunden sind. Dabei ist nicht nur die Branche bzw. Tätigkeit heranzuziehen, sondern auch welche Fähigkeiten und Kompetenzen für die Berufsausübung notwendig waren bzw. während der Berufsausübung angewandt wurden.

Es werden zwischen 0 und 10 Punkte vergeben.
 - 2.4 Überprüfung der studiengangspezifischen Fähigkeiten und Kompetenzen

Im Auswahlgespräch werden durch Fragen oder Aufgabenstellungen die Fähigkeiten und Kompetenzen auf folgende Themenfelder überprüft:

 - 2.4.1 Kreativität

Es werden zwischen 0 und 5 Punkte vergeben.
 - 2.4.2 Intelligenz (logisches und mathematisches Denken)

Es werden zwischen 0 und 10 Punkte vergeben.
 - 2.4.3 Intuition und Wahrnehmung

Es werden zwischen 0 und 5 Punkte vergeben.
 - 2.4.4 Empathie

Es werden zwischen 0 und 5 Punkte vergeben.

2.4.5 Allgemeinwissen

Es werden zwischen 0 und 5 Punkte vergeben.

2.4.6 Kompetenzen

Es werden zwischen 0 und 5 Punkte vergeben.

3. Bestehen des Eignungsverfahrens

Das Bestehen des Eignungsverfahrens ist abhängig von den erreichten Punkten und der Prüfungsgesamtnote im grundständigen Studiengang nach Punkt 2.2 dieses Anhangs:

Bei einer Prüfungsgesamtnote

- von 1,0 bis 1,5 müssen 30 von 60 Punkten
- von 1,6 bis 2,5 müssen 35 von 60 Punkten
- von 2,6 bis 3,5 müssen 45 von 60 Punkten
- von 3,6 bis 4,0 müssen 55 von 60 Punkten

erreicht werden.

4. Niederschrift

Über den Ablauf des Eignungsverfahrens ist eine Niederschrift zu fertigen, aus der Tag, Dauer und Ort des Eignungsverfahrens, die Namen der Prüfer, die Namen der Bewerberinnen bzw. Bewerber, die Beurteilung der einzelnen Kriterien sowie das Gesamtergebnis ersichtlich sind. Aus der Niederschrift müssen die Themen des Gesprächs, die Fragen oder Aufgabenstellungen sowie die wesentlichen Gründe für die Bewertungen ersichtlich sein. Eine stichwortartige Aufführung ist möglich sofern dadurch die Transparenz nicht beeinträchtigt wird.