



Hochschule für  
Wirtschaft und Recht Berlin  
Berlin School of Economics and Law

61/2021

# Mitteilungsblatt / Bulletin

1. Dezember 2021

---

**Studien- und Prüfungsordnung  
des Masterstudiengangs Marketing Management  
des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften  
der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin  
vom 01.06.2021**

Editor

Der Präsident der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin /

The President of the Berlin School of Economics and Law

Badensche Straße 52 • 10825 Berlin

T +49 (0)30 30877-1393 • F +49 (0)30 30877-1319

## Inhalt

§ 1	Geltungsbereich	3
§ 2	Studienbeginn, Kapazität, Zulassungsverfahren	3
§ 3	Besondere Ziele des Studienganges	3
§ 4	Regelstudienzeit, Gliederung und Besonderheiten des Studiums	4
§ 5	Studien- und Prüfungsplan; Modulbeauftragte	5
§ 6	Studienbegleitende Prüfungen	5
§ 7	Masterprüfung	6
§ 8	Bestehen des Studiengangs und Bildung der Gesamtnote	7
§ 9	Abschlussgrad	7
§ 10	Einsichtnahme in die Prüfungsakte	7
§ 11	Inkrafttreten	7
Anlage		8
	Studien- und Prüfungsplan des Masterstudiengangs Marketing Management	8

## **Studien- und Prüfungsordnung des Masterstudiengangs Marketing Management des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin vom 25.05.2021 und 01.06.2021**

Aufgrund von § 71 Abs. 1 des Gesetzes über die Hochschulen im Land Berlin (Berliner Hochschulgesetz – BerlHG) in der Fassung vom 26. Juli 2011 (GVBl. S. 379), zuletzt geändert am 04.05.2021 (GVBl. S. 435), hat der Fachbereichsrat des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften in Ergänzung der Rahmenstudien- und -prüfungsordnung der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin die folgende Studien- und Prüfungsordnung erlassen:

### **§ 1 Geltungsbereich**

(1) Diese Studien- und Prüfungsordnung regelt die Durchführung des konsekutiven Masterstudiengangs Marketing Management des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin (HWR Berlin). Sie gilt für alle Studierenden, die ab dem Sommersemester 2022 das Studium aufnehmen sowie für alle Studierenden, die in diese Ordnung übergeleitet wurden.

(2) Die Studien- und Prüfungsordnung ergänzt die Rahmenstudien- und -prüfungsordnung der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin vom 12.02.2019 und 05.11.2019 (RStud/PrüfO) in der jeweils geltenden Fassung.

### **§ 2 Studienbeginn, Kapazität, Zulassungsverfahren**

(1) Die Aufnahme von Studierenden für das erste Fachsemester erfolgt zum Wintersemester.

(2) Die Zahl der Studienplätze wird in einer Ordnung zur Festsetzung der Zulassungszahlen der Hochschule festgelegt. Das Zulassungsverfahren wird in einer gesonderten Zugangs- und Zulassungsverordnung festgelegt.

### **§ 3 Besondere Ziele des Studienganges**

Der Masterstudiengang Marketing Management verfolgt neben den in § 3 RStud/PrüfO genannten Studienzielen die folgenden:

(1) Wissenschaftliche Befähigung und Berufsbefähigung

Nach Abschluss dieses Studiengangs sind die Studierenden in der Lage,

- alleine oder in Gruppen Sachverhalte zu analysieren, Lösungen zu erarbeiten und diese zu implementieren sowie die dafür notwendigen Planungs- und Kommunikationstechniken zu beherrschen,
- die Notwendigkeit einer kontinuierlichen Anpassung an Umweltänderungen für Unternehmen zu erkennen und in prozessualer Form auch umzusetzen,

- Aufgabenstellungen im Marketing Management durch den Einsatz geeigneter Methoden zu analysieren, zu strukturieren und zu planen sowie eigenständige Lösungskonzepte auf strategischer und operativer Ebene zu entwickeln,
- ein Konzept zum Marketing-Controlling sowie branchenbezogene Erfolgskennzahlen zu erarbeiten,
- die Informationsbasis für Marketingentscheidungen mit Hilfe geeigneter Marktforschungstools (z. B. multivariate Datenanalyse, qualitative Marktforschung, Marketing Analytics) zu legen,
- auf die Herausforderung durch die zunehmende Digitalisierung aller Unternehmensbereiche mit der Entwicklung geeigneter Geschäftsmodelle bzw. der Anpassung existierender Geschäftsmodelle zu reagieren,
- die herausragende Bedeutung der Markenführung für den Unternehmenserfolg beurteilen zu können und Erfolgskriterien des Markenmanagements zu erarbeiten.

#### (2) Persönlichkeitsentwicklung

Das Studium fördert die Persönlichkeitsentwicklung der Studierenden, insbesondere die Fähigkeit zu einer kritischen Selbstreflexion. Den Studierenden wird in regulären Lehrveranstaltungen die Möglichkeit gegeben, erworbenes Wissen kritisch zu hinterfragen. Durch die Internationalität der Studiengänge werden vor allem im Rahmen von Gruppenarbeit interkulturelle Kompetenzen im Studienalltag gestärkt, die teilweise durch die Möglichkeit von Studienaufenthalten an einer internationalen Partnerhochschule noch vertieft werden können.

#### (3) Gesellschaftliches Engagement

Das Studium fördert die Entwicklung zu gesellschaftlichem Engagement. Den Studierenden wird in regulären Lehrveranstaltungen die Möglichkeit gegeben, unterschiedliche Themenfelder, die das Leben in einer pluralistischen und offenen Gesellschaft betreffen (z.B. gesellschaftliche Auswirkung ökonomischer Fragen, ethische Werte, Nachhaltigkeit, Diversität, Konfliktsituationen), zu reflektieren und mit den erworbenen Lehrinhalten zu verknüpfen.

### **§ 4 Regelstudienzeit, Gliederung und Besonderheiten des Studiums**

(1) Der Masterstudiengang ist als Präsenzstudiengang konzipiert. Die Regelstudienzeit beträgt drei Semester. Es werden 90 ECTS-Leistungspunkte erlangt.

(2) Das Studium schließt mit der Masterprüfung ab.

(3) Die Unterrichtssprachen sind Deutsch und Englisch.

(4) Studierende sind verpflichtet, an den von ihnen belegten Lehrveranstaltungen regelmäßig teilzunehmen; insgesamt muss die Anwesenheit mindestens 80 Prozent der jeweiligen Lehrveranstaltung betragen. § 13 RStud/PrüfO findet Anwendung

(5) Studierende können auf Antrag ein Praxissemester absolvieren. Dann verlängert sich die Regelstudienzeit auf vier Semester. Das Praktikum wird in der Regel im dritten Fachsemester absolviert. .

(6) Studierende können ein Auslandssemester beantragen. Dann verlängert sich die Regelstudienzeit auf vier Semester. Das Auslandssemester wird in der Regel im dritten Fachsemester absolviert.

## § 5 Studien- und Prüfungsplan; Modulbeauftragte

- (1) Der Studien- und Prüfungsplan (Anlage) ist verbindlicher Bestandteil dieser Ordnung.
- (2) Über die Inhalte von Wahlpflichtmodulen, deren Inhalte nicht in dieser Ordnung festgelegt sind, beschließt gemäß § 6 Abs. 7 RStud/PrüfO der Fachbereichsrat.
- (3) Der Fachbereichsrat beschließt auf Vorschlag der Studiengangsleitung und in Absprache mit den Facheinheiten die Einrichtung von
  - a) mindestens einem Wahlpflichtmodul sowie
  - b) mindestens einem Master Pool Elective.
- (4) Sofern Wahlmöglichkeiten bestehen, wird die Wahl durch Erklärung der Studierenden gegenüber dem Studienbüro ausgeübt. Der Prüfungsausschuss kann das Verfahren durch allgemeinen Beschluss regeln.
- (5) Der Fachbereichsrat bestimmt für jedes Modul eine Modulbeauftragte oder einen Modulbeauftragten. Die oder der Modulbeauftragte ist Ansprechperson für den Fachbereichsrat, die Fachbereichsverwaltung sowie für Lehrkräfte und Studierende in allen allgemeinen Fragen des betreffenden Moduls.

## § 6 Studienbegleitende Prüfungen

- (1) Für die Prüfungsanmeldung gilt § 14 RStud/PrüfO.
- (2) In Ergänzung zu § 10 Abs. 2 RStud/PrüfO wird Folgendes festgelegt:
  - a) Hausarbeit (H)

Die Bearbeitungszeit von Hausarbeiten soll sechs Wochen nicht überschreiten. Der Umfang der Hausarbeit soll 4.000 – 6.000 Wörter betragen (reiner Text). Dies umfasst nicht das Deckblatt, die Gliederung, das Literaturverzeichnis und weitere Anlagen. Das Thema ist von den Studierenden selbständig und allein zu bearbeiten. Die Ausarbeitung muss den Vermerk enthalten, dass die Arbeit selbständig und nur mit Hilfe der angegebenen Quellen erstellt wurde. Hausarbeiten werden in digitaler oder schriftlicher Form abgegeben. Einzelheiten bestimmt die prüfende Person.
  - b) Klausur (K)

Die Bearbeitungszeit für Klausuren beträgt in der Regel eine Zeitstunde in Lehrveranstaltungen mit einem Umfang von bis zu zwei Semesterwochenstunden und zwei Zeitstunden in Lehrveranstaltungen mit einem Umfang von mehr als zwei Semesterwochenstunden. Die Bearbeitungszeit ist verbindlich in der jeweiligen Modulbeschreibung festzulegen. Klausuren können in zwei Klausurteile, die insgesamt die für die Klausur vorgesehene Dauer erreichen, geteilt werden. Die Bewertung erfolgt gemäß § 22 Abs. 2 und Abs. 3 RStud/PrüfO.
  - c) Mündliche Prüfung (M)

Die Dauer der mündlichen Prüfung beträgt für jede zu prüfende Person mindestens 15 und höchstens 30 Minuten.
- (3) Prüfungsleistungen können mit Zustimmung der Prüfenden auch als Gruppenleistungen erbracht werden, wenn Art und Umfang des Themas dies rechtfertigen. Der Beitrag der einzelnen Studierenden muss deutlich abgrenzbar und bewertbar sein. Die Leistungen der Studierenden sind getrennt zu bewerten.

## § 7 Masterprüfung

- (1) Es gelten §§ 28, 29 und 30 RStud/PrüfO.
- (2) Studierende, die sämtliche laut Studien- und Prüfungsplan studienbegleitend zu absolvierenden Modulprüfungen mindestens mit "ausreichend" (4,0) oder "mit Erfolg" absolviert haben, müssen sich nach Erhalt der ECTS-Leistungspunkte zur Masterprüfung anmelden. Für Studierende, die ein genehmigtes Praxis-, Auslands- oder Urlaubssemester absolvieren, gilt Entsprechendes im Folgesemester. Der Prüfungsausschuss kann für jedes Semester einen Anmeldezeitpunkt festsetzen. Er ist den Studierenden rechtzeitig in geeigneter Weise bekannt zu machen. Verstreicht dieser Zeitpunkt ohne Prüfungsanmeldung, so gilt die Studentin oder der Student mit Ablauf der Frist als zur Prüfung angemeldet. Der Prüfungsausschuss kann hierzu ausführende Regelungen erlassen.
- (3) Die Masterarbeit hat in der Regel einen Umfang von 12.000 bis 17.000 Wörtern reiner Text. Dies umfasst nicht das Deckblatt, die Gliederung, das Literaturverzeichnis und weitere Anlagen.
- (4) Die Bearbeitungszeit beträgt 15 Wochen. Die Masterarbeit ist in einer Lehrsprache des Masterstudiengangs abzufassen. Der Prüfungsausschuss kann im Einverständnis mit den Prüfenden beschließen, dass die Masterarbeit in einer anderen Sprache abgefasst wird. Einzelheiten regelt der Prüfungsausschuss.
- (5) Personen, die keine Lehre ausüben, können gemäß § 28 Abs. 5 RStud/PrüfO zu Prüfenden in der Masterprüfung bestellt werden, wenn sie in der beruflichen Praxis und Ausbildung erfahren sind und die Voraussetzungen des § 120 Abs. 2 BerlHG erfüllen. Mindestens eine Prüferin oder ein Prüfer soll in den Masterstudiengängen der HWR Berlin gelehrt haben.
- (6) Eine Masterarbeit kann auch in Form einer Gruppenarbeit von zwei Studierenden angefertigt werden. Der Beitrag der einzelnen Studierenden muss deutlich abgrenzbar und bewertbar sein und einen wesentlichen Anteil der Arbeit darstellen. Die Leistungen der Studierenden sind getrennt zu bewerten. Der Umfang der Gruppenarbeit muss deutlich über dem für eine allein bearbeitete Masterarbeit liegen.
- (7) Das Thema der Masterarbeit kann innerhalb des ersten Monats der Bearbeitungszeit einmal zurückgegeben werden. Die Rückgabe ist dem Studienbüro in Textform spätestens einen Monat nach dem Anmeldedatum mitzuteilen.
- (8) Falls eine Masterarbeit als nicht bestanden bewertet wird, können die Prüfenden gemeinsam feststellen, dass die Arbeit überarbeitungsfähig ist und eine Liste mit den nachzubessernden Punkten erstellen. Voraussetzung ist, dass die geforderte Überarbeitung mit guter Erfolgsaussicht innerhalb von drei Wochen geleistet werden und zu einer insgesamt ausreichenden Qualität führen kann. Die Studentin oder der Student hat ab Bekanntgabe der Überarbeitungsfähigkeit zwei Wochen Zeit, einen Antrag auf Überarbeitung zu stellen; ab dem Zeitpunkt der Antragstellung läuft die dreiwöchige Überarbeitungsfrist.
- (9) Die Masterarbeit ist innerhalb von sechs Wochen von beiden Prüfenden gemäß § 22 RStud/PrüfO zu bewerten. Die Bewertung ist in einem schriftlichen Gutachten zu begründen.
- (10) Die Dauer der mündlichen Masterprüfung beträgt in der Regel 30 Minuten. Bestandteil der mündlichen Masterprüfung kann ein ca. zehnminütiger Vortrag der Studentin oder des Studenten sein, in dem sie oder er die wesentlichen Aspekte der Masterarbeit präsentiert. Es schließt sich ein Fachgespräch oder eine Fachdiskussion mit der Prüfungskommission an.

(11) Bei einer Masterarbeit in Gruppenarbeit nach Abs. 6 wird die mündliche Prüfung grundsätzlich als Gruppenprüfung durchgeführt; jedes Mitglied der Gruppe muss sein Verständnis des Gesamtproblems unter Beweis stellen und seinen Beitrag dazu darlegen.

(12) Das Ergebnis der mündlichen Masterprüfung wird von den Prüfenden in nicht öffentlicher Beratung in Form einer Note gemäß § 22 RStud/PrüfO festgestellt.

## **§ 8 Bestehen des Studiengangs und Bildung der Gesamtnote**

(1) Es gilt § 31 RStud/PrüfO.

(2) Die Gewichtung der Teilnoten gemäß § 31 Abs. 2 RStud/PrüfO werden wie folgt festgelegt:

a) Gewichtetes Mittel der studienbegleitenden Prüfungsnoten	0,67
b) Note der Masterarbeit	0,27
c) Note der mündlichen Masterprüfung	0,06

## **§ 9 Abschlussgrad**

Nach Bestehen der studienbegleitenden Prüfungen und der Masterprüfung wird der akademische Grad

„Master of Arts (M.A.)“

verliehen.

## **§ 10 Einsichtnahme in die Prüfungsakte**

Innerhalb von zwei Jahren nach Abschluss des Prüfungsverfahrens wird der Studentin oder dem Studenten auf Antrag in angemessener Frist die Möglichkeit gegeben, die Bewertung ihrer oder seiner schriftlichen Masterarbeit und das Prüfungsprotokoll der mündlichen Masterprüfung einzusehen.

## **§ 11 Inkrafttreten**

Diese Ordnung tritt am Tage nach der Veröffentlichung im Mitteilungsblatt / Bulletin der HWR Berlin in Kraft.

## Anlage

## Studien- und Prüfungsplan des Masterstudiengangs Marketing Management

Studien- und Prüfungsplan des Masterstudiengangs Marketing Management						1. Sem.		2. Sem.		3. Sem.	
Modul-Nr.		Unterrichtsform	Prüfungsform	Undifferenziert bewertete Prüfung	Pflicht-/Wahlpflichtmodul	SWS	ECTS-LP	SWS	ECTS-LP	SWS	ECTS-LP
<b>1. Semester</b>											
1	Marketing Strategy - Planning and Control	LV	KP oder M		P	4	6,5				
2	Advanced Marketing Research	LV	KP oder M		P	4	6,5				
3	Digital Business	LV	KP oder K		P	4	6,5				
4	Brand Management	LV	KP oder M		P	4	6,5				
5	Tutorial seminar I	LV	LT	UB	P	2	4				
<b>2. Semester</b>											
6	Marketing Project and Project Management	LV	B		P			4	6,5		
7	Marketing Analytics	PCS	KP oder M		P			4	6,5		
8	Elective (Current Issues in Marketing, Intercultural Marketing or Advanced Brand Management or modules from Master International Marketing)	LV	KP		WP			4	6,5		
9	Master pool elective	LV	*		WP			4	6,5		
10	Tutorial seminar II	LV	LT	UB	P			2	4		
<b>3. Semester</b>											
11	Forschungsmethodisches Seminar	LV	LT	UB	P					2	6
12	<b>Masterprüfung</b>				WP						
	<b>Masterarbeit</b>				WP						20
	<b>Mündliche Masterprüfung</b>				WP						4
	<b>Summe Semesterwochenstunden</b>	<b>38</b>				<b>18</b>		<b>18</b>		<b>2</b>	
	<b>Summe ECTS-Leistungspunkte</b>	<b>90</b>					<b>30</b>		<b>30</b>		<b>30</b>

\* Die Prüfungsform ergibt sich aus der jeweiligen Modulbeschreibung

Lehrveranstaltungen im Wahlpflichtbereich können ganz oder teilweise auf Englisch durchgeführt werden.

Abkürzungen			
ECTS-Leistungspunkte	ECTS-LP	Programmverantwortung	PE
Hausarbeit	H	Projektbericht	B
Klausur	K	Projektdokumentation	PD
Kombinierte Prüfung	KP	Projektseminar, Action-Learning	PS
Leistungstest	LT	Referat	R
Mündliche Prüfung	M	Semesterwochenstunde	SWS
PC-Seminar	PCS	Seminaristischer Lehrvortrag	LV
Pflichtmodul	P	Undifferenziert bewertete Prüfung	UB
Portfolio	PF	Wahlpflichtmodul	WP