



37/2024

Mitteilungsblatt / Bulletin

16. August 2024

**Studien- und Prüfungsordnung
des Masterstudiengangs International Marketing Management
des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften
der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin
vom 25.06.2024**

**Study and Examination Regulations
of the Master's degree programme International Marketing Management
of the Department of Business and Economics
of the Berlin School of Economics and Law (HWR Berlin)
Date: 25.06.2024**

Inhalt

§ 1	Geltungsbereich	3
§ 2	Studienbeginn, Kapazität, Zulassungsverfahren	3
§ 3	Besondere Ziele des Studiengangs	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	8
§ 11	Inkrafttreten	8
Anlage		9
	Studien- und Prüfungsplan des Masterstudiengangs International Marketing Management	9

Contents

§ 1	Scope	10
§ 2	Commencing study, capacity, admissions procedures	10
§ 3	Particular aims of the degree programme	10
§ 4	The standard period of study, the structure and characteristics of the degree programme	11
§ 5	The study and examination plan; the module manager	12
§ 6	Module examinations	12
§ 7	The final examination	13
§ 8	Passing the degree programme and calculating the overall grade	14
§ 9	The degree qualification	14
§ 10	The right of access to the examination records	15
§ 11	Commencement	15
Appendix		16
	Study and examination plan of the Master's degree programme International Marketing Management	16

Studien- und Prüfungsordnung des Masterstudiengangs International Marketing Management des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin vom 25.06.2024

Aufgrund von § 71 Abs. 1 des Gesetzes über die Hochschulen im Land Berlin (Berliner Hochschulgesetz – BerlHG) in der Fassung vom 26.07.2011 (GVBl. S. 378), zuletzt geändert durch Gesetz vom 11.07.2023 (GVBl. S. 260), 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 International Marketing Management des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin (HWR Berlin). Sie gilt für alle Studierenden, die ab dem Wintersemester 2024/25 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 Zulassungsordnung festgelegt.

§ 3 Besondere Ziele des Studiengangs

Der Masterstudiengang International 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,

- Fragestellungen des internationalen Marketing Management aufgrund des erworbenen Wissens verstehen sowie eigenständig strukturieren und bearbeiten zu können,
- Aufgabenstellungen des internationalen Marketing Management durch den Einsatz geeigneter Methoden zu analysieren, Prioritäten hinsichtlich der Bearbeitung zu setzen und eigenständig Lösungskonzepte auf strategischer und operativer Ebene zu erarbeiten,

- den Prozess der Analyse, der Konzeptentwicklung sowie der Implementierung flankierend zu kontrollieren und entsprechende Maßnahmen zur Zielerreichung abzuleiten,
- Konzepte, Prozesse und Ergebnisse des internationalen Marketing Management vom eigenen Unternehmen bzw. von Wettbewerbern hinsichtlich ihrer Qualität und Zukunftsgerichtetheit zu bewerten,
- allein oder in Gruppen Sachverhalte zu analysieren, Lösungen zu erarbeiten und diese zu implementieren sowie die dafür notwendigen Kommunikationstechniken und Methoden sicher zu beherrschen und
- die laufenden Veränderungen innerhalb und außerhalb von Wirtschaftsorganisationen zu erfassen, zu bewerten und sich das Know-how bezüglich der als relevant erachteten Sachverhalte kontinuierlich zu erwerben.

(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 Unterrichtssprache ist 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 ein Praxissemester absolvieren. Dann verlängert sich die Studienzeit auf vier Semester. Das Praktikum wird in der Regel im dritten Fachsemester absolviert.

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

(7) Für den Abschluss des Masterstudiengangs International Marketing Management werden unter Einbeziehung des vorangehenden Studiums bis zum ersten berufsqualifizierenden Abschluss in der Regel 300 ECTS-Leistungspunkte benötigt.

Studierende, die während des ersten berufsqualifizierenden Studiums weniger als 210 ECTS-Leistungspunkte erlangt haben, müssen in der Regel zusätzlich zum Curriculum des Masterstudiengangs International Marketing Management weitere ECTS-Leistungspunkte erwerben.

Zusätzliche ECTS-Leistungspunkte zum Curriculum können insbesondere wie folgt erworben werden:

- Durchführung eines Praktikums,
- Absolvieren zusätzlicher fachlich geeigneter Module,
- Anerkennung von Studien- und Prüfungsleistungen von Hochschulen und
- Anrechnung von außerhalb der Hochschulen erworbenen Leistungen und Kompetenzen.

Über die zusätzlich zu erbringenden ECTS-Leistungspunkte treffen die Studierenden zeitnah nach Studienbeginn, spätestens bis zum Ende des ersten Fachsemesters, mit der Studiengangsleitung eine Vereinbarung.

(8) Vom Erfordernis der Erlangung von 300 ECTS-Leistungspunkte zum Masterabschluss kann im Einzelfall bei entsprechender Qualifikation der Studierenden abgesehen werden. Hierüber entscheidet die Studiengangsleitung.

(9) Erste berufsqualifizierende Studiengänge, die nicht nach dem European Credit Transfer and Accumulation System abgeschlossen wurden, werden von der Studiengangsleitung entsprechend eingestuft.

§ 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, das auch von Studierenden anderer Masterstudiengänge besucht werden kann.

(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.

§ 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 1 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. zehnmütiger 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 den Alumni auf Antrag in angemessener Frist die Möglichkeit gegeben, die Bewertung ihrer schriftlichen Masterarbeiten und die Prüfungsprotokolle 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 International Marketing Management

Studien- und Prüfungsplan des Masterstudiengangs International 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
						1. Semester					
1	Strategic Behavior in International Markets	SU	KP		P	4	6,5				
2	International Marketing	SU	KP oder M		P	4	6,5				
3	Current Issues: Empirical Methods in Marketing oder Elective	SU	H		WP	4	6,5				
4	Intercultural Consumer Behavior	SU	KP oder H		P	4	6,5				
5	Tutorial seminar I	SU	LT oder M	UB	P	2	4				
2. Semester											
6	Marketing Elective (Digital Marketing, Current Issues in Marketing or modules from Master Marketing Management)	SU	KP oder M		WP			4	6,5		
7	Master Pool Elective	SU	*		WP			4	6,5		
8	International Marketing Project	SU	KP oder H		P			4	6,5		
9	Current Issues: Data-driven Marketing	SU	K oder M		WP			4	6,5		
10	Tutorial seminar II	SU	LT oder M	UB	P			2	4		
3. Semester											
11	Forschungsmethodisches Seminar	SU	LT	UB	P					2	6
12	Masterprüfung										
	Masterarbeit				WP						20
	Mündliche Masterprüfung				WP						4
	Summe Semesterwochenstunden	38				18		18		2	
	Summe ECTS-Leistungspunkte	90					30		30		30

* Die Prüfungsform ergibt sich aus der jeweiligen Modulbeschreibung

Abkürzungen			
ECTS-Leistungspunkte	ECTS-LP	Programmwurf	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 Unterricht	SU
Pflichtmodul	P	Undifferenziert bewertete Prüfung	UB
Portfolio	PF	Wahlpflichtmodul	WP

**Study and Examination Regulations
of the Master's degree programme International Marketing Management
of the Department of Business and Economics
of the Berlin School of Economics and Law (HWR Berlin)
Date: 25.06.2024¹**

In accordance with § 71 section 1 of the *Gesetz über die Hochschulen im Land Berlin (Berliner Hochschulgesetz – BerlHG)* in the version from 26.07.2011 (*GVBl.* p. 378), last amended on 11.07.2023 (*GVBl.* p. 260) the department council of the Department of Business and Economics issued the following study and examination regulations. They supplement the framework study and examination regulations (*RStud/PrüfO*).

§ 1 Scope

(1) These study and examination regulations regulate the study of the International Marketing Management consecutive Master's degree programme of the Department of Business and Economics of the Berlin School of Economics and Law (*HWR Berlin*). They apply to all students commencing their studies from winter semester 2024/25 and to all students transferred to these regulations.

(2) These study and examination regulations supplement the valid edition of the framework study and examination regulations (*RStud/PrüfO*) of the *HWR Berlin* from 12.02.2019 and 05.11.2019.

§ 2 Commencing study, capacity, admissions procedures

(1) Students are enrolled for the first subject-specific semester in the winter semester.

(2) The number of places on the degree programme is set out in the regulations establishing the admissions numbers. The admissions procedure used for this programme is specified in separate admissions regulations.

§ 3 Particular aims of the degree programme

In addition to the aims set out in § 3 *RStud/PrüfO*, the International Marketing Management Master's degree programme has the following aims:

(1) Academic and professional training

Graduates of the degree programme will be able to:

- Work independently using the knowledge and skills acquired during their studies to understand and structure questions relating to international marketing management.
- Use suitable methods to analyse situations taken from the context of international marketing management; develop priorities regarding their processing and work independently to develop strategic and operational solutions to address them.

¹ The English translation is for information purposes only. The German version is the original and constitutes the sole legally-binding version of this text.

- Control processes of analysis, concept development and implementation and derive the corresponding measures to achieve these ends.
- Evaluate concepts, processes and results drawn from the international marketing management activities of their own company or competitors in terms of their quality and future-orientation.
- Work alone or in groups to analyse issues and develop solutions, applying a sound understanding of the necessary communications techniques and methods in their implementation.
- Comprehend and evaluate the dynamics of change active both within and outside industrial organizations; and be able to acquire further knowledge regarding the significant issues surrounding this area.

(2) Personal development

The degree programme seeks to foster the development of a student's personality, especially their capacity for personal critical reflection. Its teaching provides students with the opportunity to subject their new-found knowledge to critical examination. The international composition of this degree programme makes group work and other course interaction the ideal setting in which to develop intercultural skills; selected students have the opportunity to apply and refine these skills through study abroad at one of our partner universities.

(3) Social engagement

The degree programme encourages students to participate in society. Its teaching enables students to reflect on and engage with a range of issues pertinent to a pluralistic and open society - such as the social impact of economic issues, ethics, sustainability, diversity and conflict situations - and to place these issues within the context of the course.

§ 4 The standard period of study, the structure and characteristics of the degree programme

(1) The Master's degree programme is designed as a classroom-based degree programme. The standard period of study covers a period of three semesters. Students completing the course are awarded 90 ECTS credits.

(2) The degree programme is concluded with the final examination.

(3) The language of instruction is English.

(4) Students are required to participate regularly in the classes for which they have registered. The minimum attendance requirement for each class is 80 per cent. § 13 *RStud/PrüfO* applies.

(5) Students can complete an internship semester. Doing so will extend the period of study to four semesters. Standardly, an internship is completed in the third subject-specific semester.

(6) Students can apply to complete a semester at a partner university abroad. Doing so will extend the period of study to four semesters. Standardly, a semester spent studying abroad is completed in the third subject-specific semester.

(7) Award of the International Marketing Management Master's degree programme requires completion of 300 ECTS credits, taking into account the student's previous studies in the context of a first-cycle degree programme qualifying its holder for professional entry.

Students awarded fewer than 210 ECTS credits within the scope of the first-cycle university degree programme qualifying its holder for professional entry are required to gain additional ECTS credits in

addition to completing the study and examination plan of the International Marketing Management Master's degree programme.

Additional ECTS credits can be gained as follows:

- Completion of an internship.
- Completion of further suitable modules.
- The credit transfer of academic achievement and examinations gained in a university setting.
- The credit transfer of skills and achievements gained in a non-university setting.

Students are to reach an agreement with the academic director regarding the way in which the additional ECTS credits are to be gained. This issue is to be resolved promptly after commencement of their studies, by the end of the first subject-specific semester at the latest.

(8) The requirement to obtain 300 ECTS credits may be waived in individual cases if the students are suitably qualified. Decisions pertaining to this matter are to be made by the academic director.

(9) All university degrees qualifying their holder for professional entry that have not been completed in accordance with the European Credit Transfer and Accumulation System will be assessed by the academic director.

§ 5 The study and examination plan; the module manager

(1) The study and examination plan (see appendix) is a binding component of these regulations.

(2) The department council is to make any decisions relating to the contents of elective modules which have not been specified in these regulations. This provision is set out in § 6 section 7 *RStud/PrüfO*.

(3) Working with the suggestion of the academic director and in consultation with the academic divisions, the department council mandates

- a) At least one elective module
- b) At least one elective from the Master's pool, which can be attended by students from other Master's degree programmes.

(4) As far as a student is able to select courses, they are to communicate their preferences to the Student Office. The examination board can specify the procedure by which this is to be performed by issuing a general decision.

(5) The department council is to appoint a module manager for every module. The module manager acts as the point of contact for the department council, the departmental administration, lecturers and students and answers all general questions relating to the module in question.

§ 6 Module examinations

(1) Registration for the examination is regulated by § 14 *RStud/PrüfO*.

(2) Supplementing § 10 section 2 *RStud/PrüfO*, the following provisions have been established:

- a) Written assignment (WA)

Written assignments are to be completed in a period not exceeding 6 weeks. The written assignment is to amount to between 4,000 and 6,000 words (pure text). This does not include the title page, table of contents, bibliography and further appendices. The task is to be completed by

the student in an entirely independent fashion. The assignment is to be prefaced by the statement that it has been composed independently and using only the assistance of the referenced sources. Written assignments are to be submitted in digital or written form. The details of this matter are to be determined by the examiner.

b) Written examination (WE)

Standardly, the completion times for written examinations amount to one clock hour in classes of up to two semester weekly hours in length and two clock hours for classes of more than two semester weekly hours in length. The completion time is to be established in a binding fashion in the relevant module description. Written examinations can be divided into two parts which together must amount to the required duration of the single examination. Assessment is performed in accordance with § 22 section 2 and section 3 *RStud/Prüfo*.

c) Oral examination (OE)

The length of the oral examination is a minimum of 15 and a maximum of 30 minutes per candidate.

- (3) Given the permission of the examiners, examinations can also take the form of group work, if the nature and scope of the topic to be addressed justifies such an approach. The contribution of the individual students must be clearly delimited in a way permitting individual assessment.

§ 7 The final examination

- (1) §§ 28, 29 and 30 *RStud/Prüfo* apply.

(2) Students who have passed all the module examinations stipulated by the study and examination plan as requisite to passing the degree programme, with at least “pass” (4.0), must register for the final examination after award of the ECTS credits. Students currently completing an internship semester, study abroad or who are on intermission must do so in the following semester. The examination board can set a registration deadline for every semester. This is to be communicated to the student promptly in a suitable fashion. Failure to register for the final examination by this deadline means that the student will automatically be registered for the examination. The examination board can issue more specific regulations regarding such a case.

- (3) The Master’s thesis should standardly be between 12,000 and 17,000 words in length (pure text). This does not include the title page, table of contents, bibliography and further appendices.

(4) The completion time of the Master’s thesis is 15 weeks. The Master’s thesis is to be composed in one of the languages of instruction of the Master’s degree programme. The examination board can agree with the examiners that the Master’s thesis be composed in another language. The examination board is responsible for arranging the details.

(5) Persons who do not perform any teaching can be appointed to act as an examiner for the final examination in accordance with § 28 section 5 *RStud/Prüfo* if they have professional experience in the relevant field and experience in the provision of professional training, and fulfil the requirements of § 120 section 2 *BerlHG*. At least one of the examiners should have taught on the Master’s degree programmes of the *HWR Berlin*.

(6) The Master’s thesis can also be completed in the form of group work completed by a maximum of two students. The contribution of the individual students must be clearly identifiable in a way permitting individual assessment. Each contribution must represent a significant part of the thesis. The contribution of

each student is to be subject to separate assessment. The scope of the group work must significantly exceed that of a Master's thesis produced by a single student working alone.

(7) The topic of the Master's thesis can be changed once within the first month of the period of completion. The student must inform the Student Office in writing of their decision to change the topic of their Master's thesis one month after the registration date at the latest.

(8) Should a Master's thesis be graded as a fail, both examiners can declare that the thesis can be subject to revision; they are to compile a list with the points requiring revision. This option is applicable if the student can be reasonably expected to be able to complete the revision within three weeks and produce work of sufficient quality. The student has two weeks to submit an application to complete the revision (starting from the point at which they have been informed of this possibility). S/he has three weeks in which to complete the revision starting from the point at which the application was submitted.

(9) The Master's thesis is to be assessed by both examiners within six weeks in accordance with § 22 *RStud/PrüfO*. The assessment is to be subject to written substantiation.

(10) The standard duration of the final oral examination amounts to 30 minutes. The final oral examination can include an approx... ten-minute lecture in which the candidate is to present the most significant aspects of the Master's thesis. The examination continues with a specialist discussion of the subject of the examination with the examination committee.

(11) If a Master's thesis is the product of group work, in accordance with section 6, the oral examination is to be carried out as a group examination as a matter of course. Each member of the group must demonstrate their understanding of the overall problem and outline their own contribution.

(12) The result of the final oral examination is determined by the examiners following private consultation. They will award a grade in accordance with § 22 *RStud/PrüfO*.

§ 8 Passing the degree programme and calculating the overall grade

(1) § 31 *RStud/PrüfO* applies.

(2) The weighting of the component grades in accordance with § 31 section 2 *RStud/PrüfO* is determined in the following fashion:

a) The weighted average of the grades awarded for the module examinations	0.67
b) Grade of the Master's thesis	0.27
c) Grade of the final oral examination	0.06

§ 9 The degree qualification

Passing the module examinations and the final examination leads to the award of the degree qualification

“Master of Arts (M.A.)”

§ 10 The right of access to the examination records

Graduates can make an application within two years of the completion of the examination procedure for access to the assessment of their written Master's thesis and the record of their final oral examination. This will be granted within a suitable period.

§ 11 Commencement

These regulations take effect on the day after their publication in the *Mitteilungsblatt / Bulletin der HWR Berlin*.

Appendix
Study and examination plan
of the Master's degree programme International Marketing Management

Study and examination plan of the Master's degree programme International Marketing Management						1. Sem		2. Sem		3. Sem	
Module no.		Teaching form	Examination form	Undifferentiated examination evaluation	Compulsory/compulsory elective module	SWH	ECTS	SWH	ECTS	SWH	ECTS
1. Semester											
1	Strategic Behavior in International Markets	S	CE		C	4	6.5				
2	International Marketing	S	CE or OE		C	4	6.5				
3	Current Issues: Empirical Methods in Marketing or Elective	S	WA		E	4	6.5				
4	Intercultural Consumer Behavior	S	CE or WA		C	4	6.5				
5	Tutorial seminar I	S	AT or OE	UE	C	2	4				
2. Semester											
6	Marketing Elective (Digital Marketing, Current Issues in Marketing or modules from Master Marketing Management)	S	CE or OE		E			4	6.5		
7	Master Pool Elective	S	*		E			4	6.5		
8	International Marketing Project	S	CE or WA		C			4	6.5		
9	Current Issues: Data-driven Marketing	S	WE or OE		E			4	6.5		
10	Tutorial seminar II	S	AT or OE	UE	C			2	4		
3. Semester											
11	Research seminar	S	AT	UE	C					2	6
12	Final examination										
	Master's thesis				E						20
	Final oral examination				E						4
	Total Semester hours	38				18		18		2	
	Total Credit Points	90					30		30		30

*The examination form is determined by the module description

Abbreviations

Achievement test	AT	Programme design	PD
Combined examination	CE	Project documentation	PD
Compulsory elective module	E	Project report	PR
Compulsory module	C	Project seminar	PS
ECTS Credit Points	ECTS	Semester weekly hours	SWH
Oral examination	OE	Seminar	S
PC seminar	PCS	Undifferentiated examination evaluation	UE
Portfolio	PF	Written assignment	WA
Presentation	P	Written examination	WE