

Prüfungs- und Studienordnung
der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster
für das weiterbildende
Masterstudium „Marketing Executive Program“
vom 11.01.2008

Aufgrund der §§ 2 Abs. 4, 64 Abs. 1 des Gesetzes über die Hochschulen des Landes Nordrhein-Westfalen (Hochschulgesetz – HG -) in der Fassung des Hochschulfreiheitsgesetzes vom 31.10.2006 (GV NW S. 474) hat die Westfälische Wilhelms-Universität die folgende Prüfungs- und Studienordnung erlassen:

§ 1
Geltungsbereich

Diese Prüfungs- und Studienordnung regelt das Executive Masterstudium „Marketing Executive Program“.

§ 2
Ziel des Studiums

Das Executive Masterstudium „Marketing Executive Program“ ist ein weiterbildendes Studium. Das Studium dient der wissenschaftlichen Vertiefung und der berufsbezogenen Ergänzung von Fachkenntnissen und Erfahrungen durch praxisbezogene Lehrangebote und Studienformen auf den Gebieten der Betriebswirtschaftslehre, insbesondere des Marketing für Studierende, die i. d. R. bereits ein wissenschaftliches Studium absolviert und Erfahrungen in einer beruflichen Tätigkeit, insbesondere im Marketing und Vertrieb, gewonnen haben. Die Studierenden sollen vor allem den aktuellen Erkenntnisstand sowie Kenntnisse der grundlegenden Methoden und neueren Entwicklungen des Marketing erlernen. Das Studium verfolgt darüber hinaus das Ziel, den Studierenden die Fähigkeit zum Lösen komplexer Problemstellungen, Teamfähigkeit sowie interkulturelle Kompetenz zu vermitteln.

§ 3 Hochschulgrad

Bei erfolgreicher Erbringung der für das Studium erforderlichen Prüfungsleistungen verleiht die Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster nach § 66 Abs. 1 und 5 HG den Hochschulgrad eines EMBA (Executive Master of Business Administration mit der Zusatzbezeichnung „in Marketing“).

§ 4 Zulassungsvoraussetzungen

- (1) Zugelassen werden Bewerber/innen,
- die an einer Hochschule im In- oder im Ausland einen ersten berufsqualifizierenden Abschluss erworben haben,
 - über eine qualifizierte, mindestens dreijährige Berufserfahrung verfügen, die wirtschaftswissenschaftliche Kenntnisse voraussetzt,
 - die die deutsche Sprache in Wort und Schrift ausreichend beherrschen (§ 49 Abs. 12 HG) sowie Basiskenntnisse der englischen Sprache besitzen und
 - die die Prüfung zum Executive MBA in Marketing nicht endgültig nicht bestanden haben und hierüber eine entsprechende Erklärung abgeben.
- (2) Als ein erster berufsqualifizierender Abschluss werden anerkannt:
- Bachelor in einem wissenschaftlichen Studiengang an einer Hochschule mit nachgewiesenem Erwerb von mindestens 240 ECTS Credit Points (z. B. in Wirtschafts- oder Sozialwissenschaften, Rechtswissenschaften, Naturwissenschaften, Ingenieurwissenschaften, Informatik, Wirtschaftsinformatik, Geisteswissenschaften)
 - Diplom, Master, Magister oder ein gleichwertiger Abschluss in einem wissenschaftlichen Studiengang an einer Hochschule mit mindestens 240 ECTS Credit Points
- Vergleichbare Abschlüsse an einer ausländischen Hochschule werden ebenfalls anerkannt.
- (3) Die Aufnahme in das Studienprogramm „Marketing Executive Program“ setzt außerdem ein erfolgreich geführtes Bewerbungsgespräch voraus. Darin muss die Bewerberin / der Bewerber den Nachweis erbringen, dass sie / er
- ein Grundverständnis in den für das Studium relevanten betriebswirtschaftlichen Gebieten besitzt,
 - über Englischkenntnisse verfügt, die ausreichend sind für das Lesen und Verstehen der im Studium verwendeten englischsprachigen Literatur sowie für die aktive Teilnahme an englischsprachigen Lehrveranstaltungen.

Kann die Bewerberin / der Bewerber den Nachweis über das Vorliegen des Grundverständnisses in den für das Studium relevanten betriebswirtschaftlichen Gebieten gemäß Abs. 3 Satz 2 nicht erbringen, so wird ihr / ihm die Möglichkeit geboten, die nötigen Kenntnisse in einem speziellen Einführungskurs zu erwerben.

- (4) Die Überprüfung der Zulassung obliegt dem Prüfungsausschuss (§ 14 dieser Prüfungs- und Studienordnung). Das Ergebnis des Zulassungsverfahrens wird der Bewerberin / dem Bewerber spätestens sechs Wochen nach dem Bewerbungsgespräch mitgeteilt. Die Studienplatzvergabe erfolgt nach dem im Abs. 5 dargestellten Verfahren. In begründeten Fällen kann der Prüfungsausschuss Bewerber bzw. Bewerberinnen aufgrund besonderer nachgewiesener Leistungen (z. B. Eignung aufgrund mehrjähriger Tätigkeit in einer Führungsposition der privaten Wirtschaft oder der öffentlichen Verwaltung) auch zulassen, wenn diese einen ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschluss erworben haben, der weniger als 240 ECTS Credit Points umfasst.
- (5) Um ein effizientes Studium zu gewährleisten, wird die Anzahl der Teilnehmer in jedem Studiengang begrenzt. Der Prüfungsausschuss legt die Mindest- und die Höchstzahl vor Beginn der Einschreibefrist fest. Sind für einen Studiengang mehr geeignete Bewerberinnen/Bewerber vorhanden als Plätze zur Verfügung stehen, nimmt der Prüfungsausschuss eine Auswahl unter den Bewerbern/Bewerberinnen vor. Dabei wird für die akademische Qualifikation der Bewerber/Bewerberinnen, abhängig u.a. von der Note des ersten berufsqualifizierenden Abschlusses, eventuell vorhandener akademischer Zusatzqualifikationen, akademischer Auslandsaufenthalte und Auszeichnungen ein Punktwert von 0-50 vergeben. Für die berufliche Qualifikation der Bewerberinnen/Bewerber wird, abhängig u.a. von der Anzahl der Berufsjahre, der Position, Führungs- und/oder Budgetverantwortung und beruflicher Auslandsaufenthalte ebenfalls ein Punktwert von 0-50 vergeben. Besteht Klärungsbedarf im Hinblick auf das Vorliegen akademischer und beruflicher Qualifikationsmerkmale der Bewerberinnen/der Bewerber, so kann der Bewerberin/dem Bewerber im Rahmen des persönlichen Bewerbungsgesprächs gemäß Abs. 3 die Gelegenheit geben werden, ihre/seine akademischen und beruflichen Qualifikationsmerkmale näher zu erläutern.
- (6) Die gem. Abs. 5 S. 4 und 5 ermittelten Punktwerte werden addiert und die Bewerberinnen/ Bewerber aufgrund der so ermittelten Gesamtpunktzahl in eine Rangfolge gebracht. Bei gleicher Punktzahl entscheidet das Los über den Platz auf der Rangliste. Die Bewerberinnen/Bewerber, die aufgrund ihres Platzes auf der Rangliste einen Studienplatz zugewiesen bekommen, erhalten hierüber einen schriftlichen Bescheid. Den Bescheid erstellt die/der Vorsitzende des Prüfungsausschusses oder ihre/seine Stellvertretung. In dem Bescheid setzt die/der Vorsitzende des Prüfungsausschusses der Bewerberin/dem Bewerber eine Frist für die Abgabe der Erklärung, ob die Bewerberin/der Bewerber annimmt. Lehnt die Bewerberin/der Bewerber den angebotenen Studienplatz ab, wird dieser der/dem auf der Rangliste Nächstplatzierten zugewiesen. Versäumt die Bewerberin/der Bewerber innerhalb der Annahmefrist die Erklärung gem. S. 5 abzugeben, gilt dies als Ablehnung.

- (7) Das in (5) und (6) geschilderte Auswahlverfahren findet ab dem Beginn der offiziellen Einschreibefrist jeweils in einem 12-wöchigen Zeitabstand statt. I.d.R. beginnt die Einschreibefrist ein Jahr vor Beginn des neuen Seminars. Der Beginn der Einschreibefrist wird auf der Homepage des Marketing Executive Program bekannt gegeben. Alle Bewerbungen die bis zum jeweiligen Stichtag (12, 24, 36 etc. Wochen nach Einschreibefrist) eingegangen sind werden in den jeweiligen Auswahlverfahren berücksichtigt. Freie Plätze werden im darauf folgenden Auswahlverfahren vergeben.
- (8) Wird eine Bewerberin/ein Bewerber nicht zum Studium zugelassen, so erteilt der Prüfungsausschuss hierüber schriftlichen Bescheid. Dieser ist zu begründen und mit einer Rechtsbehelfserklärung zu versehen.

§ 5

Regelstudienzeit, Studienbeginn, Studiumumfang

- (1) Die Regelstudienzeit beträgt 18 Monate, diese Zeit schließt die Abschlussprüfungen mit ein. Nach spätestens 24 Monaten muss das Studium beendet werden. Wurde bis dahin kein Abschluss erworben, gilt das Studium als nicht bestanden. In begründeten Ausnahmefällen, insbesondere schwere Erkrankung einer/eines Studierenden oder schwere Erkrankung eines nahen Angehörigen können Studierende eine Verlängerung ihrer Studienzeit über 24 Monate hinaus beim Prüfungsausschuss beantragen. Der Prüfungsausschuss kann bei Bedarf Nachweise über das Vorliegen eines solchen Ausnahmefalls anfordern (z.B. ärztlicher Attest).
- (2) Das Studium kann i.d.R. zweijährlich aufgenommen werden. Die Termine werden vom Prüfungsausschuss festgelegt und rechtzeitig bekannt gegeben.
- (3) Das Studium hat einen Umfang von 416 Stunden in Form von Präsenzlehrveranstaltungen. Für die Prüfungen werden zusätzlich 18 Stunden für schriftliche und mündliche Präsenzprüfungen sowie ca. 450 Stunden für die Master-Arbeit angesetzt.
- (4) Die im Präsenzstudium vermittelten Kenntnisse und Fähigkeiten werden erweitert und vertieft durch projektorientierte Hausarbeiten und Fallstudien, Praktika sowie ein Selbststudium der Studierenden anhand der dafür vorgegebenen Literatur sowie von bereit gestelltem Material. Hierfür sowie für die Vor- und Nachbereitungen der Lehrveranstaltungen sind ca. 940 Stunden anzusetzen.

§ 6

Aufbau des Studiums

- (1) Das Studium besteht aus 5 aufeinander aufbauenden Modulen, einem Betriebspraktikum mit anschließender Projektarbeit, Fallstudien und einem Repetitorium. Die Module werden in Veranstaltungsblöcken angeboten. Die Präsenzveranstaltungen finden überwiegend in Münster statt. Ein Modul findet an einem ausländischen Veranstaltungsort statt.
- (2) Die Teilnahme an den Präsenzveranstaltungen ist obligatorisch.

- (3) Die Abschlussprüfung besteht aus einer mündlichen Abschlussprüfung und einer Masterarbeit.
- (4) Die Module und Studiumsbestandteile sind nach Inhalt und Umfang wie folgt strukturiert:

| Modul | Gegenstand des Moduls | ECTS Credit Points |
|--------------|---|--------------------|
| 1 | Strategisches Marketingmanagement | 5 |
| 2 | Management von Wertschöpfungsnetzen und Marketing-Controlling | 5 |
| 3 | Internationales Marketing-Management | 5 |
| 4 | Marken- und Kommunikationsmanagement | 5 |
| 5 | Kundenmanagement und Direkt Marketing | 5 |
| 6 | Fallstudienseminar | 4 |
| 7 | Betriebspraktikum und Projektarbeit | 9 |
| | Repetitorium und mündliche Abschlussprüfung | 7 |
| | Master-Thesis | 15 |
| Summe | | 60 |

- (5) Die Lehrveranstaltungen der ersten vier Module zielen darauf ab, in den verschiedenen Fachgebieten der Betriebswirtschaft aus der Perspektive des Marketing möglichst umfassende Kenntnisse zu vermitteln, einen Einblick in die vielfältigen Methoden, Fragestellungen und Problemlösungen der Gebiete zu geben und die Studierenden zu befähigen, aus den in den Gebieten verfügbaren vielfältigen wissenschaftlichen Erkenntnissen diejenigen auszuwählen, die für höchst unterschiedliche Problemstellungen in der Praxis von Bedeutung sind. Einige der Lehr-einheiten sind dem Erwerb persönlicher Arbeitstechniken gewidmet.
- (6) Im fünften Modul werden im Rahmen eines Auslandsaufenthaltes nationale und internationale Kontakte aufgebaut und Erfahrungswissen durch Vor-Ort-Trainings vermittelt. Inhaltlich werden Möglichkeiten zur Lösung länderübergreifender Herausforderungen erarbeitet, die im Zeitalter zunehmender Globalisierung verstärkten Einfluss auf die Unternehmensführung haben.
- (7) Die Lehrveranstaltungen zu jedem Modul sowie eine Empfehlung für den Ablauf des gesamten Studiums ergeben sich aus einem gesonderten Studienverlaufsplan.

§ 7 Prüfungsleistungen

- (1) Die Prüfungen zum Erwerb des Abschlussgrades werden studienbegleitend abgenommen.
- (2) Jedes Modul wird i.d.R. mit einer Modul-Abschlussprüfung in Form einer zwei-stündigen Klausur abgeschlossen. An die Stelle dieser Klausur kann nach Vorgabe des Prüfers im Rahmen des jeweiligen Moduls eine 30-minütige mündliche Prüfung auf der Basis einer vorbereiteten schriftlichen Ausarbeitung, deren Thema mit dem Prüfer abzustimmen ist, oder die bewertete Präsentation eines vom Studierenden erarbeiteten Themas treten. In den Klausurarbeiten zu den einzelnen Modulen soll der Kandidat/die Kandidatin nachweisen, dass er/sie in begrenzter Zeit und mit begrenzten Hilfsmitteln Sachverhalte des Studiums darstellen, einschlägige Probleme des Faches erkennen sowie Wege zu einer Lösung finden kann.
- (3) In der Projektarbeit zu einer speziellen Problemstellung des Marketing soll der Kandidat/die Kandidatin zeigen, dass er/sie eigenständig auf Basis wissenschaftlicher Literatur Problemlösungen erarbeiten kann. Die Themen der Projektarbeit orientieren sich am Betriebspraktikum. Die Projektarbeit umfasst maximal 15 Textseiten und soll in einer Bearbeitungszeit von 6 Wochen verfasst werden. Die Projektarbeit muss im Rahmen der Seminarveranstaltungen präsentiert und verteidigt werden.
- (4) Nach dem fünften Modul müssen die Studierenden zwei Fallstudien aus den Themenbereichen von zwei verschiedenen Modulen erfolgreich bearbeiten. Die Bearbeitungszeit für die Fallstudien beträgt insgesamt 5 Wochen.
- (5) Das Studium endet mit der Abschlussprüfung nach § 8 dieser Prüfungs- und Studienordnung.
- (6) Die Modul-Prüfungen, die Projektarbeit, die Fallstudien, die mündliche Abschlussprüfung und die Masterarbeit werden mit folgenden Noten bewertet:
 - 1,0 =sehr gut (eine hervorragende Leistung)
 - 2,0 =gut (eine Leistung, die erheblich über den durchschnittlichen Anforderungen liegt)
 - 3,0 =befriedigend (eine Leistung, die durchschnittlichen Anforderungen entspricht)
 - 4,0 =ausreichend (eine Leistung, die trotz ihrer Mängel noch den Anforderungen genügt)
 - 5,0 = nicht ausreichend (eine Leistung, die den Anforderungen wegen erheblicher Mängel nicht genügt)Zur differenzierten Bewertung der Prüfungsleistungen können durch Erniedrigen oder Erhöhen der einzelnen Noten um 0,3 Zwischenwerte gebildet werden; die Noten „0,7“ „4,3“, „4,7“ und „5,3“ sind dabei ausgeschlossen.

§ 8 Abschlussprüfung

- (1) Die Abschlussprüfung besteht aus einer mündlichen Abschlussprüfung und einer schriftlichen Abschlussprüfung in Form der Masterarbeit.
- (2) Zur schriftlichen Abschlussprüfung, der Masterarbeit, wird auf Antrag beim Prüfungsausschuss zugelassen, wer
 - a. vom Prüfungsausschuss nach § 4 zum „Marketing Executive Program“ zugelassen ist,
 - b. einen Nachweis über die aktive Teilnahme an mindestens drei der fünf in § 6 Abs. 4 aufgeführten Modulen erbringt und
 - c. die entsprechenden in § 7 Abs. 2 dieser Prüfungs- und Studienordnung genannten zugehörigen Modulabschlussprüfungen mit der Note von 4,0 (ausreichend) oder besser bestanden hat und
 - d. die nach § 7 Abs. 3 anzufertigende Projektarbeit mit der Note von 4,0 (ausreichend) oder besser bestanden hat und
 - e. die nach § 7 Abs. 4 anzufertigenden Fallstudienlösungen mit der Note von 4,0 (ausreichend) oder besser bestanden hat.
- (3) Zur mündlichen Abschlussprüfung wird auf Antrag beim Prüfungsausschuss zugelassen, wer
 - a. vom Prüfungsausschuss nach § 4 zum „Marketing Executive Program“ zugelassen ist,
 - b. einen Nachweis über die aktive Teilnahme an mindestens vier der fünf in § 6 Abs. 4 aufgeführten Modulen erbringt und
 - c. die entsprechenden in § 7 Abs. 2 dieser Prüfungs- und Studienordnung genannten zugehörigen Modulabschlussprüfungen mit der Note von 4,0 (ausreichend) oder besser bestanden hat und
 - d. die nach § 7 Abs. 3 anzufertigende Projektarbeit mit der Note von 4,0 (ausreichend) oder besser bestanden hat und
 - e. die nach § 7 Abs. 4 anzufertigenden Fallstudienlösungen mit der Note von 4,0 (ausreichend) oder besser bestanden hat.
- (4) Über den Antrag auf Zulassung entscheidet der Prüfungsausschuss. Wird die Zulassung versagt, erteilt der Vorsitzende des Prüfungsausschusses hierüber einen Bescheid, der mit einer Rechtsbehelfsbelehrung versehen ist.“
- (5) In der mündlichen Prüfung soll der Prüfling nachweisen, dass er/sie die Zusammenhänge der Studiumsinhalte erkennt und spezielle Fragestellungen in diese Zusammenhänge einzuordnen vermag. Durch die mündliche Abschlussprüfung soll ferner festgestellt werden, ob der Kandidat/die Kandidatin über ein hinreichend breites Grundlagenwissen verfügt. Die mündliche Prüfung wird von zwei Prüfern im Beisein eines Beisitzers als Einzel- oder Gruppenprüfung abgenommen. Die Dauer der mündlichen Prüfung beträgt etwa 20 bis 30 Minuten je Prüfling.

- (6) Die Masterarbeit soll zeigen, dass der/die Studierende in der Lage ist, ein Entscheidungsproblem nach wissenschaftlichen Kriterien in vorgegebener Zeit selbstständig zu bearbeiten. Der/Die Studierende erhält ein Thema aus den in § 6 dieser Studien- und Prüfungsordnung genannten Stoffgebieten. Der Kandidat/Die Kandidatin kann ohne Rechtsanspruch den Themensteller/die Themenstellerin sowie das Stoffgebiet vorschlagen. Die Bearbeitungszeit der Masterarbeit beträgt 6 Monate und beginnt mit dem Ausgabetermin des Themas. Ausnahmsweise kann der Prüfungsausschuss auf begründeten Antrag eine Verlängerung der Bearbeitungszeit bis zu sechs Wochen zulassen. Der Umfang der Masterarbeit ist auf 50 Seiten begrenzt. Die Ausgabe der Themen erfolgt im Anschluss an die mündliche Abschlussprüfung in einem vom Prüfungsausschuss festgelegten Zeitpunkt. Der Zeitpunkt der Ausgabe wird in den Akten notiert. Ab diesem Zeitpunkt läuft die Bearbeitungsfrist. Die Masterarbeit wird von der Themenstellerin/dem Themensteller und einem weiteren Prüfer nach § 7 Abs. 6 bewertet.

§ 9

Erwerb des Hochschulgrades

- (1) Zum Erwerb des EMBA-Grades (Executive Master of Business Administration in Marketing) muss:
- a. Die Zulassung zur Abschlussprüfung nach § 8 Abs. 2 und 3 erteilt worden sein.
 - b. Die mündliche Abschlussprüfung und
 - c. die Masterarbeit mit mindestens 4,0 „ausreichend“ bewertet worden sein.
- (2) Weist ein Prüfling durch ärztliches Zeugnis nach, dass er wegen länger andauernder oder ständiger körperlicher Behinderung oder Krankheit nicht in der Lage ist, die Prüfung ganz oder teilweise in der vorgesehenen Form abzulegen oder in der vorgesehenen Frist oder Bearbeitungszeit abzulegen, so hat die/der Vorsitzende des Prüfungsausschusses auf Antrag ihr/ihm zu gestatten, gleichwertige Prüfungsleistungen in einer anderen Form zu erbringen bzw. hat die/der Vorsitzende des Prüfungsausschusses auf Antrag ihr/ihm die Fristen bzw. die Bearbeitungszeiten entsprechend zu verlängern.
- (3) Die Gesamtnote des Abschlusszeugnisses ergibt sich als mit den jeweiligen ECTS Credit Points gewichtetes Mittel der Leistungen aus den Noten der Modulabschlussklausuren, der Projektarbeit, der Fallstudien, der mündlichen Abschlussprüfung und der Masterarbeit. Dezimalstellen außer der ersten werden ohne Rundung gestrichen.

Das nunmehr ermittelte Ergebnis ergibt folgende Noten:

- 1,0 – 1,5 sehr gut
- 1,6 – 2,5 gut
- 2,6 – 3,5 befriedigend
- 3,6 – 4,0 ausreichend
- 4,1 – 5,0 nicht ausreichend

- (4) Zusätzlich zur Gesamtnote wird anhand des erreichten Zahlenwerts eine Note nach Maßgabe der ECTS-Bewertungsskala festgesetzt. Dabei erhalten die Noten

| | |
|---|-------------------|
| A | die besten 10 % |
| B | die nächsten 25 % |
| C | die nächsten 30 % |
| D | die nächsten 25 % |
| E | die nächsten 10 % |

der erfolgreichen Absolventinnen und Absolventen eines Jahrgangs.

Als Grundlage für die Berechnung dieser Note sind je nach Größe des Abschlussjahrgangs außer dem Abschlussjahrgang zwei vorhergehende Jahrgänge als Kohorte zu erfassen.

- (5) Die Prüfungsleistung ist bestanden, wenn die Gesamtnote mit mindestens ausreichend (4,0) bewertet worden ist. Wird eine Prüfungsleistung von zwei Prüfern/Prüferinnen bewertet, so müssen beide Bewertungen mindestens „ausreichend“ sein.

§ 10

Versäumnis, Ordnungsverstoß

- (1) Eine Prüfungsleistung gilt als mit „nicht ausreichend“ (5,0) bewertet, wenn der Prüfling zu einem Prüfungstermin ohne wichtigen Grund nicht erscheint oder nach Zulassung zur Prüfung ohne wichtigen Grund von der Prüfung zurücktritt. Dasselbe gilt wenn eine schriftliche, prüfungsrelevante Leistung bzw. die Masterarbeit nicht innerhalb der vorgegebenen Bearbeitungszeit erbracht wird. Rücktritt ist nur aus triftigem Grund möglich. Über die Anerkennung eines wichtigen Grundes sowie über einen Ersatztermin entscheidet der Prüfungsausschuss.
- (2) Versucht der Prüfling das Ergebnis einer Prüfungsleistung durch Täuschung oder durch Benutzung nicht zugelassener Hilfsmittel zu beeinflussen, gilt die betreffende Prüfungsleistung als mit „nicht ausreichend“ (5,0) bewertet. Die Feststellung der Tatsachen wird von den jeweils prüfenden oder Aufsicht führenden Personen getroffen und aktenkundig gemacht. In schwerwiegenden Fällen kann der Prüfungsausschuss die gesamte Prüfung als für nicht bestanden erklären. Die Gründe sind aktenkundig zu machen.
- (3) Wer den ordnungsgemäßen Ablauf einer Prüfung stört, kann durch die jeweils prüfenden oder Aufsicht führenden Personen – in der Regel nach Abmahnung – von der Fortsetzung der Prüfungsleistung ausgeschlossen werden. Die betreffende Prüfungsleistung gilt in diesem Fall als insgesamt mit „nicht ausreichend“ (5,0) bewertet. In schwerwiegenden Fällen kann der Prüfungsausschuss die gesamte Prüfung für nicht bestanden erklären. Die Gründe für den Ausschluss sind aktenkundig zu machen.

§ 11 Ungültigkeit der Prüfung

- (1) Täuscht der Prüfling bei einer Prüfung und wird dies nach Erhalt des Prüfungszeugnisses bekannt, so kann der Prüfungsausschuss nachträglich die Prüfung ganz oder teilweise für nicht bestanden erklären.
- (2) Waren die Voraussetzungen für die Zulassung zu einer Prüfung nicht erfüllt, ohne dass der Prüfling hierüber täuschen wollte, und wird diese Tatsache erst nach Aushändigung des Prüfungszeugnisses bekannt, wird dieser Mangel durch das Bestehen der Prüfung geheilt. Hat der Prüfling die Zulassung vorsätzlich zu Unrecht erwirkt, entscheidet der Prüfungsausschuss unter Beachtung des Verwaltungsverfahrensgesetzes für das Land Nordrhein-Westfalen in der jeweils geltenden Fassung über die Rechtsfolgen.
- (3) Dem/Der Betroffenen ist vor einer Entscheidung Gelegenheit zur Äußerung zu geben.
- (4) Das unrichtige Zeugnis ist einzuziehen und gegebenenfalls ein neues zu erteilen. Eine Entscheidung nach Abs. 1 und Abs. 2 Satz 2 ist nach einer Frist von fünf Jahren ab dem Datum des Prüfungszeugnisses ausgeschlossen.

§ 12 Wiederholung von Prüfungsleistungen

Erstmals nicht bestandene Prüfungsleistungen können auf Antrag einmal im Rahmen des regulären Vorlesungsablaufs wiederholt werden. Im Ausnahmefall kann der Prüfungsausschuss für die Wiederholung einer Modulabschlussprüfung, die nicht bestanden wurde, oder die Abschlussprüfung eine Prüfung auch außerhalb des regulären Vorlesungsverlaufes ansetzen. Wird eine Prüfungsleistung im Wiederholungsfall nicht bestanden, ist die Abschlussprüfung endgültig nicht bestanden.

§ 13 Anrechnung

Studien- und Prüfungsleistungen, die in demselben oder einem vergleichbaren Studiengang an einer Hochschule erbracht worden sind, werden im Falle der Gleichwertigkeit angerechnet. Über die Anrechnung von Studien- und Prüfungsleistungen entscheidet der Prüfungsausschuss.

§ 14 Prüfungsausschuss

- (1) Für die ordnungsgemäße Durchführung und Aufsicht der Prüfungen sowie für die durch diese Prüfungsordnung zugewiesenen Aufgaben bildet die Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät einen Prüfungsausschuss, der sich aus vier hauptamtlich an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster tätigen Hochschullehrern/Hochschullehrerinnen zusammensetzt.

- (2) Die vier an der Westfälischen Wilhelms-Universität tätigen Mitglieder des Prüfungsausschusses werden vom Fachbereichsrat der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät für die Dauer von drei Jahren gewählt. Wiederwahl ist zulässig. Der Prüfungsausschuss wählt seinen/seine Vorsitzenden/Vorsitzende und den/die Stellvertreter/ in für den gleichen Zeitraum.
- (3) Der Prüfungsausschuss ist beschlussfähig wenn mindestens die Hälfte seiner Vertretung anwesend sind, darunter die/der Vorsitzende oder seine Vertretung.
- (4) Der Prüfungsausschuss ist Behörde im Sinne des Verwaltungsverfahrensgesetzes des Landes Nordrhein-Westfalen. Er kann seine Aufgaben für alle Regelfälle dem/der Vorsitzenden übertragen.
- (5) Geschäftsstelle des Prüfungsausschusses ist das Marketing Centrum Münster (MCM) der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät.

§ 15 Prüfer und Beisitzer

- (1) Der Prüfungsausschuss bestellt die Prüfer/Prüferinnen und Beisitzer/-innen.
- (2) Prüfer/Prüferinnen sind Professoren/Professorinnen und habilitierte wissenschaftliche Mitarbeiter/Mitarbeiterinnen, die im Regelfall im Studiengang mitgewirkt haben. Beisitzer/Beisitzerin kann sein, wer ein wirtschaftswissenschaftliches Studium an einer Universität erfolgreich mit der Diplomprüfung oder der Prüfung zum Master abgeschlossen hat. Er/Sie soll promoviert sein.
- (3) Die Prüfungen im Rahmen der Abschlussprüfung (gem. § 8) werden jeweils von zwei Prüfern/Prüferinnen abgenommen. Die Note für die jeweilige Prüfungsleistung errechnet sich als arithmetisches Mittel der beiden Bewertungen. §9 Abs. 3 Satz 2 gilt entsprechend.
- (4) Die Modulprüfungen, Projektarbeit und Fallstudien werden durch den/die jeweils betreuenden Moduldozenten abgenommen. Im Wiederholungsfall wird die Prüfung durch zwei Prüfer abgenommen. Für die Notenbildung gilt Abs. 3.

§ 16 Abschlusszeugnis

- (1) Über die Gesamtnote wird ein Abschlusszeugnis ausgestellt. Das Zeugnis ist von dem/der Vorsitzenden des Prüfungsausschusses zu unterschreiben.
- (2) Mit bestandener Abschlussprüfung erhält der/die Absolvent/in eine Urkunde, mit der die Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät den akademischen Grad eines EMBA (Executive Master of Business Administration in Marketing) verleiht. Die Aushändigung der Urkunde berechtigt den/die Empfänger/in, den in § 3 dieser Studien- und Prüfungsordnung genannten Hochschulgrad zu führen. Die Urkunde wird von dem/der Dekan/in der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät unterzeichnet und gesiegelt.

- (3) Zusammen mit dem Abschlusszeugnis und der Urkunde wird dem Absolventen / der Absolventin eine Zusammenfassung der Studieninhalte (Diploma Supplement) ausgehändigt.

§ 17

Aberkennung des Hochschulgrads

- (1) Der gemäß § 16 Abs. 2 erworbene akademische Grad kann aberkannt werden, wenn sich nachträglich herausstellt, dass er durch Täuschung erworben worden ist, oder wenn wesentliche Voraussetzungen für die Verleihung irrtümlich als gegeben angesehen worden sind. Eine Aberkennung des akademischen Grads nach Ablauf einer Frist von fünf Jahren ab dem Datum des Prüfungszeugnisses ist ausgeschlossen.
- (2) Über die Aberkennung entscheidet der Fachbereichsrat der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät.

§ 18

Erwerb von Leistungspunkten (Credit Points)

- (1) Mit mindestens ausreichenden Prüfungsleistungen zu jedem Modul und der Abschlussprüfung erwerben die Studierenden Leistungspunkte, die sich am European Credit Transfer System (ECTS) orientieren.
- (2) Für mindestens ausreichende Prüfungsleistungen werden im gesamten Studiengang insgesamt 60 Leistungspunkte vergeben.

§ 19

Inkrafttreten

Diese Prüfungs- und Studienordnung tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung in den „Amtlichen Bekanntmachungen“ der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster in Kraft.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Fachbereichsrats der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät vom 18.04.2007.

Münster, den 11.01.2008

Die Rektorin

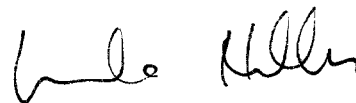


Prof. Dr. Ursula Nelles

Die vorstehende Ordnung wird gemäß der Ordnung der Westfälischen Wilhelms- Universität über die Verkündung von Ordnungen, die Veröffentlichung von Beschlüssen sowie die Bekanntmachung von Satzungen vom 08.01.1991 (AB Uni 91/1), zuletzt geändert am 23.12.1998 (AB Uni 99/4), hiermit verkündet.

Münster, den 11.01.2008

Die Rektorin

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ursula Nelles', written in a cursive style.

Prof. Dr. Ursula Nelles

Anhang

Muster eines Studienverlaufsplans

Muster Studienverlaufsplan

| Jahr | Monat | Module | |
|---------|---------------|--|---|
| 1. Jahr | März | Modul 1: Strategisches Marketing-Management (5 Tage)* | Betriebspraktikum und Projektarbeit: (30 Tage)* |
| | April | Selbststudium | |
| | Mai | Modul 2: Management von Wertschöpfungsnetzen und Marketing-Controlling (5 Tage)* | |
| | Juni | Selbststudium | |
| | Juli | Modul 3: Internationales Marketing-Management in Shanghai (7 Tage)* | |
| | August | Selbststudium | |
| | September | Modul 4: Marken- und Kommunikationsmanagement (5 Tage)* | |
| | Oktober | Selbststudium | |
| | November | Modul 5: Kundenmanagement und Direkt-Marketing (5 Tage)* | |
| | Dezember | Modul 6: Fallstudienseminar: (1 Tag)* | |
| 2. Jahr | Januar | Modul 7: Repetitorium (2 Tage)* | |
| | Februar | Mündliche Abschlussprüfungen (2 Tage)* | |
| | März | Master-Thesis (1 Tag)* | |
| | April | Master-Thesis | |
| | Mai | Master-Thesis | |
| | Juni | Master-Thesis | |
| | Juli | Master-Thesis | |
| August | Master-Thesis | | |

* Anwesenheitstage