# KURSORDNUNG

# „WEITERBILDENDES STUDIUM ZUM BETRIEBSWIRT (FH) FÜR MARKETING"

## AN DER FACHHOCHSCHULE SCHMALKALDEN

Für das weiterbildende Studium zum BETRIEBSWIRT (FH) FÜR MARKETING erlässt die Fachhochschule Schmalkalden folgende Kursordnung. Die Kursordnung wurde am 15.11.2010 vom Fakultätsrat beschlossen.

## Abschnitt 1: Allgemeines

### § 1
### Grundsätzliches

(1) Diese Kursordnung regelt Ziele, Inhalte, Aufbau und Prüfungen des weiterbildenden Studiums zum BETRIEBSWIRT (FH) FÜR MARKETING der Fachhochschule Schmalkalden.

(2) Status- und Funktionsbezeichnung dieser Ordnung gelten jeweils in männlicher und weiblicher Form.

## Abschnitt 2: Studium

### § 2
### Studienvoraussetzungen und Studienbeginn

(1) Für die Aufnahme des Studiums zum BETRIEBSWIRT (FH) FÜR MARKETING gelten folgende Voraussetzungen: Nachweis

a) des Abschlusses eines Hochschulstudiums oder eines vergleichbaren Studiums an einer Berufsakademie (BA), und einer mindestens einjährigen Berufspraxis oder

b) der allgemeinen oder fachgebundenen Hochschul- oder Fachhochschulreife oder eines vergleichbaren Abschlusses, und einer abgeschlossenen Berufsausbildung in einem anerkannten Beruf und einer mindestens zweijährigen, für das weiterbildende Studium förderlichen Berufspraxis oder

c) eines Realschulabschlusses und einer abgeschlossenen Berufsausbildung in einem anerkannten, für das weiterbildende Studium förderlichen Beruf und einer mindestens vierjährigen, für das weiterbildende Studium förderlichen Berufspraxis.

(2) Die Fachhochschule Schmalkalden erhebt für jedes Semester Studiengebühren. Das Nähere regelt die durch den Senat beschlossene Gebührenordnung zum BETRIEBSWIRT (FH) FÜR MARKETING.

(3) In der Regel kann das Studium im ersten Semester zu Beginn des Winter- oder Sommersemesters aufgenommen werden. Dies setzt in der Regel voraus, dass sich mindestens 12 Teilnehmer für das weiterbildende Studium zum BETRIEBSWIRT (FH) FÜR MARKETING immatrikulieren.

(4) Die Anzahl der Studierenden pro Semester für das weiterbildende Studium zum BETRIEBSWIRT (FH) FÜR MARKETING kann durch Beschluss des Prüfungsausschusses begrenzt werden. Der Prüfungsausschuss entscheidet darüber, welche Bewerber zu dem weiterbildenden Studium zugelassen werden.

### § 3
### Ziel des weiterbildenden Studiums

Das Ziel des Studiums ist es, den Studierenden fundierte Marketinggrundlagen und darauf aufbauend moderne und innovative Marketingansätze und Marketingtrends zu vermitteln. Neben einer differenzierten Betrachtung verschiedener Markt- und Unternehmensdaten sollen sie Marketingstrategien erarbeiten, Marketingkonzepte und -pläne entwickeln und budgetorientierte Marketinginstrumente ausgestalten können.

## § 4
## Aufbau des Studiums

(1) Das Studium gliedert sich in zwei Semester und endet mit der Prüfung zum BETRIEBSWIRT (FH) FÜR MARKETING.

(2) Das erste Semester vermittelt Kenntnisse in den Lehrgebieten:
- Betriebswirtschaftslehre
- Integriertes Marketing
- Rechtliche Grundlagen
- Marktforschung
- Strategisches Marketing
- Werte- und Milieu-Marketing
- Projektmanagement

(3) Das zweite Semester vermittelt Kenntnisse in den Lehrgebieten:
- Marketing-Mix und Marketing-Instrumente
- Kommunikation und Werbemanagement
- Vertrieb und Customer Relationship Management
- Internet-Marketing
- Marketing-Controlling
- Soft Skills

(4) Diesen Lehrgebieten sind die Lehrveranstaltungen gemäß der Anlage zugeordnet.

## § 5
## Arten von Lehrveranstaltungen

(1) In dem weiterbildenden Studium zum BETRIEBSWIRT (FH) FÜR MARKETING können Lehrveranstaltungen in folgender Form durchgeführt werden:

1. Vorlesung
Zusammenhängende Darstellung und Vermittlung von Grund- und Spezialwissen sowie wissenschaftlicher Methoden.

2. Seminaristische Vorlesung
Die Lehrinhalte werden hier durch enge Verbindungen des Vortrages mit dessen exemplarischer Vertiefung erarbeitet. Der Lehrende vermittelt und entwickelt den Lehrstoff unter Beteiligung der Studierenden.

3. Übung
Durcharbeiten von Lehrstoffen, Vermittlung grundlegender Kenntnisse und Fertigkeiten, Vertiefung von Methodenkenntnissen durch Lösung exemplarischer Aufgaben, die in Einzel- oder Gruppenarbeit gelöst werden.

4. Selbststudium
Erarbeitung des Lehrstoffes anhand von Lehrunterlagen mit Aufgaben und Lösungen sowie ggf. über Instrumente des E-Learnings.

(2) Das weiterbildende Studium zum BETRIEBSWIRT (FH) FÜR MARKETING beinhaltet sowohl Präsenzphasen (Präsenzzeiten und Prüfungszeiten) als auch Selbststudienphasen, die i.d.R. mittels entsprechender Lehrunterlagen (Textteil, Aufgaben und Lösungen) absolviert werden.

# Abschnitt 3: Prüfungen

## § 6
## Allgemeine Zulassungsvoraussetzungen

(1) An den Prüfungsleistungen zum BETRIEBSWIRT (FH) FÜR MARKETING kann nur teilnehmen, wer für das weiterbildende Studium zum BETRIEBSWIRT (FH) FÜR MARKETING der Fachhochschule Schmalkalden eingeschrieben ist und die Studiengebühren entrichtet hat.

(2) Die Studierenden sind zu den vorgesehenen Fachprüfungen automatisch angemeldet. Eine Abmeldung ist bis zu einer Woche vor dem festgelegten Prüfungstermin möglich. Die Abmeldung ist dem Zentrum für Weiterbildung schriftlich mitzuteilen.

(3) Die Zulassung zu einer Fachprüfung darf nur abgelehnt werden, wenn die in Absatz 1 genannten Voraussetzungen nicht erfüllt sind.

## § 7
## Arten der Prüfungsleistungen

(1) Die Prüfung zum BETRIEBSWIRT (FH) FÜR MARKETING besteht aus Fachprüfungen.

(2) Fachprüfungen setzen sich aus einer oder mehreren Prüfungsleistungen zusammen und werden i.d.R. während der Präsenzphasen abgenommen.

(3) Prüfungsleistungen sind einzelne konkrete Prüfungsvorgänge in Form einer Klausur, mündlichen Prüfung oder Projektarbeit. Eine Prüfungsleistung wird bewertet und nach § 10 benotet. Besteht eine Fachprüfung aus nur einer Prüfungsleistung, sind Prüfungsleistung und Fachprüfung identisch. Besteht die Fachprüfung aus mehreren Prüfungsleistungen, wird die Fachnote gemäß § 10 gebildet.

(4) Sollen schriftliche durch mündliche Prüfungsleistungen oder mündliche durch schriftliche Prüfungsleistungen ersetzt werden, ist das vor Beginn der Lehrveranstaltungen des jeweiligen Semesters durch den zuständigen Prüfungsausschuss hochschulöffentlich bekannt zu geben.

(5) Macht der Kandidat glaubhaft, dass er wegen länger andauernder oder ständiger körperlicher Behinderung nicht in der Lage ist, Prüfungsleistungen ganz oder teilweise in der vorgesehenen Form abzulegen, so wird dem Kandidaten gestattet, die Prüfungsleistungen innerhalb einer verlängerten Bearbeitungszeit oder gleichwertige Prüfungsleistungen in einer anderen Form zu erbringen. Dazu ist ein ärztliches Attest vorzulegen.

(6) Die Prüfung zum BETRIEBSWIRT (FH) FÜR MARKETING soll am Ende des zweiten Semesters abgelegt werden. Ist sie nicht zum Ende des fünften Semesters abgelegt, so gilt sie als endgültig nicht bestanden; es sei denn, der Kandidat hat die Verzögerung nicht zu vertreten.

## § 8
## Mündliche Prüfungsleistungen

(1) Durch mündliche Prüfungsleistungen soll der Kandidat nachweisen, dass er die Zusammenhänge des Prüfungsgebietes erkennt und in der Lage ist, spezielle Fragestellungen in diese Zusammenhänge einzuordnen. Ferner soll festgestellt werden, ob der Kandidat über ein breites Grundlagenwissen verfügt.

(2) Mündliche Prüfungsleistungen werden vor mindestens zwei Prüfern (Kollegialprüfung) oder vor einem Prüfer in Gegenwart eines sachkundigen Beisitzers (§ 16) als Gruppenprüfung oder als Einzelprüfung abgelegt.

(3) Mündliche Prüfungsleistungen sind im Fall der letzten möglichen Wiederholungsprüfung von zwei Prüfern zu bewerten. Die Note ergibt sich aus dem arithmetischen Mittel der Einzelbewertungen entsprechend § 10.

(4) Die Dauer der mündlichen Prüfungsleistungen beträgt in der Regel pro Kandidat und Fach mindestens 20 Minuten und höchstens 45 Minuten.

(5) Die wesentlichen Gegenstände und Ergebnisse der mündlichen Prüfungsleistung sind in einem Protokoll festzuhalten. Das Ergebnis ist dem Kandidaten am Tag der mündlichen Prüfungsleistung bekannt zu geben.

(6) Studierende, die sich zu einem späteren Prüfungstermin der gleichen Prüfungsleistung unterziehen wollen, sollen nach Maßgabe der räumlichen Verhältnisse als Zuhörer zugelassen werden, es sei

denn, der Kandidat widerspricht. Die Zulassung erstreckt sich jedoch nicht auf die Beratung und Bekanntgabe der Prüfungsergebnisse an den Kandidaten.

## § 9
## Schriftliche Prüfungsleistungen

(1) In den schriftlichen Prüfungsleistungen soll der Kandidat nachweisen, dass er in begrenzter Zeit und mit begrenzten Hilfsmitteln mit den gängigen Methoden des Prüfungsfaches Aufgaben lösen und Themen bearbeiten kann. Es soll ferner festgestellt werden, ob der Kandidat über ein breites Grundlagenwissen verfügt.

(2) Schriftliche Prüfungsleistungen dürfen nicht überwiegend nach dem Multiple-Choice-Verfahren aufgebaut werden.

(3) Schriftliche Prüfungsleistungen sind im Fall der letzten möglichen Wiederholungsprüfung von zwei Prüfern zu bewerten. Die Note ergibt sich aus dem arithmetischen Mittel der Einzelbewertungen entsprechend § 10.

(4) Die Dauer jeder schriftlichen Prüfungsleistung einer Fachprüfung wird bestimmt vom Gesamtstundenumfang gemäß Anlage. Sie beträgt:

- 60 Minuten bei bis zu 60 Stunden
- 90 Minuten bei über 60 Stunden.

## § 10
## Bewertung der Prüfungsleistungen

(1) Die Noten der einzelnen Prüfungsleistungen werden von den jeweiligen Prüfern festgesetzt. Für die Bewertung der Prüfungsleistungen sind folgende Noten zu verwenden:

| | |
|---|---|
| 1 = sehr gut | hervorragende Leistung |
| 2 = gut | eine Leistung, die erheblich über den durchschnittlichen Anforderungen liegt |
| 3 = befriedigend | eine Leistung, die durchschnittlichen Anforderungen entspricht |
| 4 = ausreichend | eine Leistung, die trotz ihrer Mängel noch den Anforderungen entspricht |
| 5 = nicht ausreichend | eine Leistung, die wegen erheblicher Mängel den Anforderungen nicht mehr genügt |

Zur differenzierten Bewertung der Prüfungsleistungen können einzelne Noten um 0,3 auf Zwischenwerte erhöht oder erniedrigt werden. Die Noten 0,7; 4,3; 4,7 und 5,3 sind dabei ausgeschlossen.

(2) Besteht eine Fachprüfung aus mehreren Prüfungsleistungen, errechnet sich die Fachnote aus dem Durchschnitt der gewichteten Noten der einzelnen Prüfungsleistungen. Dabei sind die Noten der Prüfungsleistungen entsprechend ihres zeitlichen Anteils am gesamten Lehrveranstaltungsumfang der zu dieser Fachprüfung gehörenden Fächer zu wichten.

Die Fachnote lautet:

| | |
|---|---|
| bei einem Durchschnitt bis einschließlich 1,5 | sehr gut |
| bei einem Durchschnitt von 1,6 bis einschließlich 2,5 | gut |
| bei einem Durchschnitt von 2,6 bis einschließlich 3,5 | befriedigend |
| bei einem Durchschnitt von 3,6 bis einschließlich 4,0 | ausreichend |
| bei einem Durchschnitt ab 4,1 | nicht ausreichend |

Besteht eine Fachprüfung aus einer einzelnen Prüfungsleistung, gilt Satz 3 analog.

(3) Es wird bei der Fachnote nur die erste Dezimalstelle hinter dem Komma berücksichtigt; alle weiteren Stellen werden ohne Rundung gestrichen.

## § 11
## Versäumnis, Rücktritt, Täuschung, Ordnungsverstoß

(1) Die Prüfungsleistung gilt als mit "nicht ausreichend" (5,0) bewertet, wenn der Kandidat einen für ihn bindenden Prüfungstermin ohne triftigen Grund versäumt oder wenn er von einer Prüfung, die er angetreten hat, ohne triftigen Grund zurücktritt. Dasselbe gilt, wenn eine schriftliche Prüfungsleistung nicht innerhalb der vorgegebenen Bearbeitungszeit erbracht wird.

(2) Der für den Rücktritt oder das Versäumnis geltend gemachte Grund muss dem zuständigen Prüfungsausschuss unverzüglich schriftlich angezeigt und glaubhaft gemacht werden.

(3) Bei Krankheit des Kandidaten, eines von ihm zu versorgenden Kindes oder pflegebedürftigen Angehörigen kann die Vorlage eines ärztlichen Attestes und in Zweifelsfällen eines Attestes eines von der Hochschule benannten Arztes verlangt werden. Wird der Grund anerkannt, so wird ein neuer Termin anberaumt.

(4) Versucht der Kandidat das Ergebnis seiner Prüfungsleistung oder Prüfungsvorleistung durch Täuschung, Mitführung oder Benutzung nicht zugelassener Hilfsmittel zu beeinflussen, wird die betreffende Leistung mit "nicht ausreichend" (5,0) bewertet. Ein Kandidat, der den ordnungsgemäßen Ablauf der Prüfung stört, kann von dem jeweiligen Prüfer oder Aufsichtsführenden von der Fortsetzung der Prüfungsleistung oder Prüfungsvorleistung ausgeschlossen werden; in diesem Fall wird die Leistung mit "nicht ausreichend" (5,0) bewertet.

(5) Der Kandidat kann innerhalb einer Frist von zwei Wochen nach Beginn der folgenden Präsenzphase verlangen, dass die Entscheidungen nach Absatz 4 von dem zuständigen Prüfungsausschuss überprüft werden. Das Ergebnis ist dem Kandidaten unverzüglich schriftlich mitzuteilen. Im Falle einer Entscheidung zu Ungunsten des Kandidaten ist diese zu begründen und mit einer Rechtsbehelfsbelehrung zu versehen.

## § 12
## Bestehen und Nichtbestehen

(1) Eine Fachprüfung ist bestanden, wenn die Fachnote mindestens "ausreichend" (4,0) ist. Besteht eine Fachprüfung aus mehreren Prüfungsleistungen, so ist die Fachprüfung nur dann bestanden, wenn die Einzelnoten aller zugehörigen Prüfungsleistungen mindestens „ausreichend" (4,0) sind.

(2) Die Prüfung zum BETRIEBSWIRT (FH) FÜR MARKETING ist bestanden, wenn alle Fachprüfungen bestanden sind. Sie ist endgültig nicht bestanden, sobald eine Fachprüfung endgültig nicht bestanden ist.

(3) Prüfungsergebnisse sind unter Einhaltung des Datenschutzes in geeigneter Weise bekannt zu geben. Sie sollen spätestens sechs Wochen nach dem Prüfungstermin verkündet werden.

(4) Hat der Kandidat eine Fachprüfung nicht bestanden, wird der Kandidat darüber informiert. Er muss auch Auskunft darüber erhalten, ob und gegebenenfalls in welchem Umfang und in welcher Frist die Fachprüfung wiederholt werden kann.

(5) Hat der Kandidat die Prüfung zum BETRIEBSWIRT (FH) FÜR MARKETING nicht bestanden, wird ihm auf Antrag und gegen Vorlage der entsprechenden Nachweise sowie der Exmatrikulationsbescheinigung eine Bescheinigung ausgestellt, welche die erbrachten Prüfungsleistungen und deren Noten sowie die noch fehlenden Prüfungsleistungen enthält.

## § 13
## Wiederholung der Prüfungsleistungen

(1) Nicht bestandene Prüfungsleistungen können höchstens zweimal wiederholt werden. Die Wiederholung einer bestandenen Prüfungsleistung ist nicht zulässig.

(2) Eine nicht bestandene Prüfungsleistung ist spätestens im Rahmen der Prüfungstermine des jeweils folgenden Semesters zu wiederholen. Der Prüfungsanspruch erlischt bei Versäumnis dieser Wiederholungsfrist, es sei denn, der Kandidat hat das Versäumnis nicht zu vertreten.

## § 14
## Anrechnung von Prüfungsleistungen

An Hochschulen sowie an staatlichen oder staatlich anerkannten Berufsakademien erbrachte Prüfungsleistungen können angerechnet werden. Über die Anrechnung entscheidet der Prüfungsausschuss auf Antrag.

## § 15
## Prüfungsausschuss

(1) Für die Organisation von Prüfungen sowie die durch diese Kursordnung erwachsenden weiteren Aufgaben ist ein aus fünf Mitgliedern bestehender Prüfungsausschuss zu bilden. Ihm gehören mindestens drei Professoren der Fachhochschule Schmalkalden und bis zu zwei weitere sachkundige Personen an, wovon mindestens einer einen Hochschulabschluss haben muss. Mindestens vier Mitglieder des Prüfungsausschusses müssen Mitglied der Fachhochschule Schmalkalden sein. Die Amtszeit der Mitglieder beträgt zwei Jahre.

(2) Die Mitglieder des Prüfungsausschusses werden vom Senat der Fachhochschule Schmalkalden bestellt. Der Vorsitzende und der Stellvertreter werden vom Prüfungsausschuss gewählt. Der Vorsitzende führt im Regelfall die Geschäfte des Prüfungsausschusses. Der Vorsitzende des Prüfungsausschusses muss Professor der Fachhochschule Schmalkalden sein.

(3) Der Prüfungsausschuss achtet darauf, dass die Bestimmungen der Kursordnung eingehalten werden und entscheidet insbesondere:

1. über das Vorliegen der Studienvoraussetzungen (§ 2 Abs. 1),
2. über die Durchführung des weiterbildenden Studiums (§ 2 Abs. 3),
3. über die Zulassung zum Studium (§ 2 Abs. 4),
4. über die Zulassungen zu den Prüfungen (§ 6),
5. über die Folgen von Verstößen gegen Prüfungsvorschriften (§ 11),
6. über die Bestellung der Prüfer und Beisitzer (§ 16),

soweit in dieser Prüfungsordnung nicht andere Bestimmungen getroffen sind.

(4) Der Prüfungsausschuss ist beschlussfähig, wenn mindestens die Hälfte der Mitglieder, darunter mindestens zwei Professoren der Fachhochschule Schmalkalden, beteiligt sind und beschließt mit der Mehrheit der Stimmen der anwesenden Mitglieder. Bei Stimmengleichheit gibt die Stimme des Vorsitzenden den Ausschlag.

(5) Die Mitglieder des Prüfungsausschusses haben das Recht, der Abnahme der Prüfungsleistungen beizuwohnen.

(6) Die Mitglieder des Prüfungsausschusses und deren Stellvertreter unterliegen der Amtsverschwiegenheit. Sofern sie nicht im öffentlichen Dienst stehen, sind sie durch den Vorsitzenden zur Verschwiegenheit zu verpflichten.

## § 16
## Prüfer und Beisitzer

(1) Zu Prüfern werden regelmäßig nur Professoren und andere nach § 21 Abs. 4 ThürHG prüfungsberechtigte Personen bestellt. Zum Beisitzer wird nur bestellt, wer ein einschlägiges Hochschulstudium erfolgreich absolviert hat.

(2) Die Prüfer entscheiden über das Bestehen und Nichtbestehen der Prüfung (§ 12).
(3) Die Namen der Prüfer sollen dem Kandidaten rechtzeitig bekannt gegeben werden.

(4) Für die Prüfer und die Beisitzer gilt §15 Abs. 6 entsprechend.

## § 17
## Zweck und Durchführung der Prüfung

Durch die Prüfung soll der Kandidat nachweisen, dass er die inhaltlichen Grundlagen der einzelnen Fachgebiete, ein methodisches Instrumentarium und eine systematische Orientierung erworben hat.

## § 18
## Art und Umfang der Prüfung

(1) In folgenden Prüfungsgebieten sind schriftliche Fachprüfungen abzulegen:
1. Betriebswirtschaftslehre
2. Integriertes Marketing
3. Werte- und Milieu-Marketing
4. Marktforschung und Strategisches Marketing
5. Marketing-Mix und Marketing-Instrumente
6. Kommunikation und Werbemanagement
7. Vertrieb und Customer Relationship Management
8. Internet Marketing

(2) Außerdem sind in folgenden Prüfungsgebieten Hausarbeiten zu bearbeiten, die zu bestehen sind:
1. Rechtliche Grundlagen
2. Marketing-Controlling
3. Projektmanagement
4. Soft Skills

## § 19
## Bildung der Gesamtnote und Zeugnis

(1) Für die Prüfung wird eine Gesamtnote gebildet. Sie ergibt sich als Summe

a) der jeweils mit dem Faktor 0,15 gewichteten Fachnoten in den Fächern „Betriebswirtschaftslehre“, „Strategisches Marketing“ und „Marketing-Mix und Marketing-Instrumente“ sowie

b) der jeweils mit dem Faktor 0,11 gewichteten Fachnoten in den Fächern „Integriertes Marketing“, „Werte- und Milieu-Marketing“, „Kommunikation und Werbemanagement“, „Vertrieb und Customer Relationship Management“ und „Internet-Marketing“.

(2) Bei der Bildung der Gesamtnote wird nur die erste Dezimalstelle hinter dem Komma berücksichtigt; alle weiteren Stellen werden ohne Rundung gestrichen.

(3) Die Gesamtnote lautet:

| | | |
|---|---|---|
| bei einem Durchschnitt bis einschließlich 1,5 | = | sehr gut |
| bei einem Durchschnitt von 1,6 bis einschließlich 2,5 | = | gut |
| bei einem Durchschnitt von 2,6 bis einschließlich 3,5 | = | befriedigend |
| bei einem Durchschnitt von 3,6 bis einschließlich 4,0 | = | ausreichend |
| bei einem Durchschnitt ab 4,1 | = | nicht ausreichend |

(4) Über die bestandene Prüfung erhält der Kandidat ein Zeugnis, das die Fachnoten und die Gesamtnote enthält. Es wird vom Vorsitzenden des Prüfungsausschusses unterzeichnet.

## § 20
## Zertifikat

(1) Ist die Prüfung bestanden, wird das Zertifikat
BETRIEBSWIRT (FH) FÜR MARKETING (FACHHOCHSCHULE),
abgekürzt BETRIEBSWIRT (FH) FÜR MARKETING bzw.
BETRIEBSWIRTIN (FH) FÜR MARKETING (FACHHOCHSCHULE),
abgekürzt BETRIEBSWIRTIN (FH) FÜR MARKETING
verliehen.

(2) Gleichzeitig mit dem Zeugnis erhält der Kandidat das Zertifikat mit dem Datum des Zeugnisses. Das Zertifikat wird vom Rektor unterzeichnet und mit dem Siegel der Fachhochschule versehen.

## Abschnitt 4: Schlussbestimmungen

### § 21
### Ungültigkeit der Prüfung

(1) Hat der Kandidat bei einer Prüfungsleistung getäuscht und wird diese Tatsache erst nach Aushändigung des Zeugnisses bekannt, so kann die Note der Prüfungsleistung entsprechend § 19 berichtigt werden. Gegebenenfalls kann die Fachprüfung für "nicht ausreichend" und die Prüfung für "nicht bestanden" erklärt werden.

(2) Waren die Voraussetzungen für die Abnahme einer Prüfungsleistung nicht erfüllt, ohne dass der Kandidat hierüber täuschen wollte, und wird diese Tatsache erst nach Aushändigung des Zeugnisses bekannt, so wird dieser Mangel durch das Bestehen der Prüfungsleistung geheilt. Hat der Kandidat vorsätzlich zu Unrecht erwirkt, dass er die Prüfungsleistung ablegen konnte, so kann die Prüfungsleistung für "nicht ausreichend" und die Prüfung für „nicht bestanden" erklärt werden.

(3) Dem Kandidaten ist vor einer Entscheidung, Gelegenheit zur Äußerung zu geben.

(4) Das unrichtige Zeugnis ist einzuziehen und gegebenenfalls ein neues zu erteilen. Mit dem unrichtigen Zeugnis ist auch das Zertifikat einzuziehen, wenn die Prüfung aufgrund einer Täuschung für "nicht bestanden" erklärt wurde.

### § 22
### Einsicht in die Prüfungsakten

Innerhalb eines Jahres nach Abschluss des Prüfungsverfahrens wird dem Kandidaten auf Antrag in angemessener Frist Einsicht in seine schriftlichen Prüfungsarbeiten und in die Prüfungsprotokolle gewährt.

### § 23
### In-Kraft-Treten

(1) Diese Kursordnung tritt am 01.03.2011 in Kraft. Gleichzeitig tritt die Kursordnung vom 07.01.2009 außer Kraft.

(2) Diese Kursordnung gilt erstmals für Studierende, die im Sommersemester 2011 das weiterbildende Studium zum BETRIEBSWIRT (FH) FÜR MARKETING beginnen.

(3) Nach dieser Kursordnung werden Studierende letztmalig im Wintersemester 2013/2014 immatrikuliert.

Anlage:
**Lehrgebiete des weiterbildenden Studiums BETRIEBSWIRT (FH) FÜR MARKETING**

| **Lehrgebiete** | **Stundenumfang im 1. Semester** | | | **ECTS** |
|---|---|---|---|---|
| | Präsenzzeit | Selbststudium | gesamt | |
| Betriebswirtschaftslehre | 18 | 72 | 90 | 3 |
| Integriertes Marketing | 9 | 51 | 60 | 2 |
| Rechtliche Grundlagen | 9 | 51 | 60 | 2 |
| Marktforschung | 9 | 51 | 60 | 2 |
| Strategisches Marketing | 18 | 42 | 60 | 2 |
| Werte- und Milieu-Marketing | 18 | 42 | 60 | 2 |
| Projektmanagement | 9 | 51 | 60 | 2 |
| *Summe 1. Semester* | *90* | *360* | *450* | *15* |

| **Lehrgebiete** | **Stundenumfang im 2. Semester** | | | **ECTS** |
|---|---|---|---|---|
| | Präsenzzeit | Selbststudium | gesamt | |
| Marketing-Mix und Marketing-Instrumente | 18 | 102 | 120 | 4 |
| Kommunikation und Werbemanagement | 18 | 72 | 90 | 3 |
| Vertrieb und Customer Relationship Management | 18 | 42 | 60 | 2 |
| Internet-Marketing | 18 | 42 | 60 | 2 |
| Marketing-Controlling | 9 | 51 | 60 | 2 |
| Soft Skills | 9 | 51 | 60 | 2 |
| *Summe 2. Semester* | *90* | *360* | *450* | *15* |
| **Gesamtstundenzahl Studium** | **180** | **720** | **900** | **30** |

Eine Präsenzstunde dauert 45 Minuten.