

**Hochschulanzeiger
Nr. 191/2023 vom 1. Juni 2023**

Herausgeber:
Präsidium der HAW Hamburg

Redaktion:
Ann Kristin Spreen
Tel.: 040.428759042

Bekanntmachung gemäß § 108 Absatz 5 Satz 2 des Hamburgischen Hochschulgesetzes vom 18. Juli 2001 (HmbGVBl. S. 171), zuletzt geändert am 17. Juni 2021 (HmbGVBl. S. 468)

Im Hochschulanzeiger der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, dem hochschulinternen Verkündungsblatt, werden Satzungen, Ordnungen und Richtlinien der Hochschule, die nicht im Amtlichen Anzeiger der Freien und Hansestadt Hamburg veröffentlicht werden müssen, bekannt gegeben.

Inhaltsverzeichnis:

Seite Inhalt

- S. 2 Vorlesungszeiten an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg für das Sommersemester 2024**
- S. 3 Studiengangsspezifische Prüfungs- und Studienordnung für den Masterstudiengang Marketing und Innovationsmanagement (M.Sc.) an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg (Hamburg University of Applied Sciences)**
- S. 6 Zugangs- und Auswahlordnung für den Masterstudiengang Marketing und Innovationsmanagement (M.Sc.) an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg (Hamburg University of Applied Sciences)**
- S. 10 Änderung der Studiengangsspezifischen Prüfungs- und Studienordnung des weiterbildenden Masterstudiengangs Master of Business Administration (MBA) Sozial- und Gesundheitsmanagement an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg (Hamburg University of Applied Sciences) vom 7. Februar 2020**

Vorlesungszeiten an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg für das Sommersemester 2024

vom 27. April 2023

Das Präsidium der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg hat am 27. April 2023 die allgemeinen Vorlesungszeiten für das Sommersemester 2024 gemäß § 79 Abs. 2 Nr. 12 und § 110 Abs. 1 HmbHG vom 18. Juli 2001 (HmbGVBl. S. 171), zuletzt geändert am 17. Juni 2021 (HmbGVBl. S. 468) wie folgt festgelegt :

Sommersemester 2024: 01.04.2024 – 30.09.2024

Vorlesungszeiten: 02.04.2024 – 27.07.2024
(inklusive drei Wochen Prüfungszeit)

Erster Vorlesungstag: 02.04.2024

Letzter Vorlesungstag: 27.07.2024

**Hamburg, den 27. April 2023
Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg**

**Studiengangsspezifische Prüfungs- und Studienordnung für den
Masterstudiengang Marketing und Innovationsmanagement (M.Sc.)
an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg
(Hamburg University of Applied Sciences)**

Vom 11. Mai 2023

Das Präsidium der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg hat am 11. Mai 2023 nach § 108 Absatz 1 Satz 3 Hamburgisches Hochschulgesetz – HmbHG - vom 18. Juli 2001 (HmbGVBl. S. 171), zuletzt geändert am 17. Juni 2021 (HmbGVBl. S. 468), die am 4. Mai 2023 gemäß § 91 Absatz 2 Nummer 1 HmbHG vom Fakultätsrat der Fakultät Wirtschaft und Soziales auf Vorschlag des Departmentsrats Wirtschaft vom 20. April 2023 gemäß § 14 Absatz 4 Nummer 2 Grundordnung der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg i.V.m. § 92 Absatz 1 Satz 2 Nummer 2 und Absatz 5 HmbHG beschlossene „Studiengangsspezifische Prüfungs- und Studienordnung für den Masterstudiengang Marketing und Innovationsmanagement (M.Sc.) an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg (Hamburg University of Applied Sciences)“ in der nachstehenden Fassung genehmigt.

§ 1 Geltungsbereich

Diese studiengangsspezifische Prüfungs- und Studienordnung des Masterstudiengangs Marketing und Innovationsmanagement (M.Sc.) ergänzt die Bestimmungen der „Allgemeinen Prüfungs- und Studienordnung der Bachelor- und Masterstudiengänge des Departments Wirtschaft der Fakultät Wirtschaft und Soziales an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg (University of Applied Sciences) (APSO-W)“ in der jeweils geltenden Fassung.

§ 2 Studienziel

Absolvent*innen des Masterstudiengangs können mithilfe passender wissenschaftlich fundierter Methoden und Instrumente verantwortungsvolle Marketingentscheidungen insbesondere für Innovationen im Kontext eines digitalen und technologiegetriebenen Marktumfeldes unter Berücksichtigung gesellschaftlicher und unternehmerischer Herausforderungen treffen.

§ 3 Regelstudienzeit, Leistungspunkte und akademischer Grad

- (1) Die Regelstudienzeit beträgt drei Semester.
- (2) Der Masterstudiengang umfasst 90 Leistungspunkte (CP). Ein CP entspricht einer durchschnittlichen Arbeitsbelastung von 30 Stunden.
- (3) Nach erfolgreichem Abschluss wird der akademische Grad eines „Master of Science (M.Sc.)“ verliehen.

§ 4 Lehr- und Prüfungssprache

Lehr- und Prüfungssprache sind Deutsch und, bei entsprechender Kennzeichnung des Moduls im Modulhandbuch, Englisch.

§ 5 Module, Leistungspunkte und Studienplan

- (1) Das Lehr- und Prüfungsangebot ergibt sich aus folgendem Studienplan:

Studienplan Masterstudiengang Marketing und Innovationsmanagement (M.Sc.):

Legende:

Modulname	FS	CP	Modul- kürzel	Lehrveranstaltung	LVA	SWS	PA	PF*
Integrated Marketing Strategy (engl.)	1	6	IMS	Integrated Marketing Strategy	SU	4	PL	PP, M, R
Technologie- und Innovationsmanagement	1	6	TI	Technologiemanagement	SU	2	PL	PP, H, M
				Innovationsmanagement	SU	2		
Customer Insights	1	6	CI	Fortgeschrittene Marktforschungsmethoden	SU	2	PL	H, M, PP
				Data Driven Marketing		2		
Customer Relationship Management	1	6	CRM	Customer Relationship Management 1	SU	2	PL	H, K, PP
				Customer Relationship Management 2	SU	2		
Nachhaltigkeit und Ethik	1	6	NE	Nachhaltigkeit und Ethik	SU	4	SL	R, H, K
Integrated Marketing Tools (engl.)	2	6	IMT	Integrated Marketing Tools 1	SU	2	PL	PP, M, R
				Integrated Marketing Tools 2	SU	2		
Case Study Marketing und Innovationsmanagement	2	6	CSMI	Case Study Marketing und Innovationsmanagement	SU	4	PL	P, H, PP
Marketing- und F&E-Controlling	2	6	MFEC	Marketing- und F&E-Controlling	SU	4	PL	R, PP, K
HR Management	2	6	HRM	HR Management	SU	4	PL	R, PP, H
Recht des Marketing und des Innovationsmanagements	2	6	RMI	Recht des Marketing und des Innovationsmanagements	SU	4	PL	K, PP, M
Master-Thesis	3	30	MaTh	--	--	--	PL	Master-Thesis

CP	Leistungspunkte
FS	Fachsemester
H	Hausarbeit
K	Klausur
L	Laborübung
LP	Leistungspunkte
LVA	Lehrveranstaltungsart
P	Projektarbeit
PA	Prüfungsart
PF	Prüfungsform
PL	Prüfungsleistung
PP	Portfolio-Prüfung
R	Referat
SL	Studienleistung
SU	Seminaristischer Unterricht
SWS	Semesterwochenstunden

*) Bei Angabe von mehr als einer Prüfungsform gilt die erstgenannte als regelhafte Prüfungsform und die nachfolgenden als alternative Prüfungsformen, die – nach Ankündigung der Lehrenden zu Semesterbeginn – eingesetzt werden können.

(2) Die Anmeldung zur Master-Thesis setzt voraus, dass Module des 1. und 2. Fachsemesters im Umfang von mindestens 48 CP erfolgreich abgeschlossen sind.

(3) Hinsichtlich der Einzelheiten wird auf das Modulhandbuch verwiesen. Es gilt das Modulhandbuch in seiner derzeit gültigen Fassung, veröffentlicht auf der Internetseite der HAW Hamburg im Bereich Ordnungen in Studium und Lehre.

§ 4 Inkrafttreten, Außerkrafttreten

(1) Diese studiengangsspezifische Prüfungs- und Studienordnung tritt einen Tag nach Veröffentlichung im Hochschulanzeiger der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg in Kraft. Sie gilt erstmals für alle neu immatrikulierten Studierenden ab dem Sommersemester 2024.

(2) Die „Studiengangsspezifische Prüfungs- und Studienordnung für den Masterstudiengang Marketing und Vertrieb (M.Sc.) an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg (University of Applied Sciences)“ vom 28. November 2013 (Hochschulanzeiger 92/2013, S. 46) tritt mit Ablauf des Wintersemesters 2026/2027 außer Kraft. Mit Ablauf des Wintersemesters 2026/2027 gilt die in Absatz 1 genannte Ordnung für alle Studierenden des Masterstudiengangs. Die in der in Satz 1 genannten Ordnung verbliebenen Studierenden werden in diese Ordnung umgeschrieben. Die Einzelheiten werden in einer vom Prüfungsausschuss zu beschließenden Äquivalenzrichtlinie geregelt. Ein Wechsel aus der in Absatz 2 Satz 1 genannten Ordnung in die in Absatz 1 genannte Ordnung oder umgekehrt ist vor diesem Zeitpunkt (Ablauf Wintersemester 2026/2027) nicht möglich.

Hamburg, den 11. Mai 2023
Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg

**Zugangs- und Auswahlordnung für den
Masterstudiengang Marketing und Innovationsmanagement (M.Sc.)
an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg
(Hamburg University of Applied Sciences)**

Vom 11. Mai 2023

Das Präsidium der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg hat am 11. Mai 2023 nach § 108 Absatz 1 Satz 3 des Hamburgischen Hochschulgesetzes – HmbHG – vom 18. Juli 2001 (HmbGVBl. S. 171), zuletzt geändert am 17. Juni 2021 (HmbGVBl. S. 468), die vom Departmentsrat Wirtschaft der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg am 20. April 2023 nach § 14 Absatz 4 Nr. 3 der Grundordnung der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg i. V. m. § 92 Absatz 1 Satz 2 Nr. 2 und Absatz 5 HmbHG beschlossene und durch das Dekanat am 4. Mai 2023 gemäß § 92 Absatz 1 Satz 2 Nr. 2 HmbHG genehmigte „Zugangs- und Auswahlordnung für den Masterstudiengang Marketing und Innovationsmanagement (M.Sc.) an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg (Hamburg University of Applied Sciences)“ in der nachstehenden Fassung genehmigt.

§1 Zweck und Anwendungsbereich

¹Diese Ordnung regelt besondere Zugangsvoraussetzungen gemäß §§ 39 Absatz 1 Satz 3, 37 Absatz 2 Hamburgisches Hochschulgesetz (HmbHG) und die Auswahl der Bewerber*innen. ²Die allgemeinen Regelungen in ihren jeweils geltenden Fassungen für den Zugang nach den Bestimmungen des Hamburgischen Hochschulgesetzes (HmbHG) und für die Auswahl nach den Bestimmungen des Hamburgischen Hochschulzulassungsgesetzes (HZG) und der Ordnung zur Regelung der Allgemeinen Bestimmungen für die Zulassung zum Studium an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg (Allgemeine Zulassungsordnung – HAWAZO) werden durch die Bestimmungen dieser Ordnung ergänzt.

§ 2 Allgemeine Zugangsvoraussetzungen

(1) Voraussetzung für den Zugang zu dem Masterstudiengang Marketing und Innovationsmanagement ist der erfolgreiche Abschluss eines berufsqualifizierenden Bachelor- oder Diplomstudiums mit einem Umfang von mindestens 210 Leistungspunkten (CP) in einem wirtschaftswissenschaftlichen oder verwandten Studiengang; zu den verwandten Studiengängen gehören insbesondere Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsmathematik und Wirtschaftsingenieurwesen.

(2) ¹Bewerber*innen mit einem Abschluss nach Absatz 1 mit weniger als 210 CP, mindestens jedoch 180 CP, wird bei Vorliegen aller sonstigen Zugangsvoraussetzungen unter der Voraussetzung Zugang gewährt, dass sie die Differenz zu den erforderlichen 210 CP innerhalb der ersten beiden Semester nachholen. ²Die Zulassung erfolgt in diesem Fall unter der auflösenden Bedingung erteilt, dass die fehlenden CP bis zum letzten Tag des zweiten Semesters nachgeholt werden. ³Welche fehlenden Leistungen nachzuholen sind, legt die*der Studienfachberater*in fest.

(3) ¹Abweichend von Absätzen 1 und 2 kann die Zulassung auch beantragt werden, wenn der erste berufsqualifizierende Abschluss wegen Fehlens einzelner Prüfungsleistungen noch nicht vorliegt und auf Grund des bisherigen Studienverlaufs, insbesondere der bisherigen Prüfungsleistungen,

zu erwarten ist, dass der Abschluss bis zum Ende des ersten Semesters des Masterstudiums erlangt wird. ²Es ist eine Bescheinigung der Hochschule, an der das Studium abgeschlossen werden soll, über die bereits erbrachten und die noch ausstehenden Prüfungsleistungen beizubringen, die eine ermittelte Durchschnittsnote enthalten muss. ³Die Zulassung erfolgt in diesem Fall unter der auflösenden Bedingung, dass der Abschluss bis zum letzten Tag des ersten Studiensemesters nachgewiesen wird.

§ 3 Besondere Zugangsvoraussetzungen

Folgende besondere Zugangsvoraussetzungen sind zusätzlich nachzuweisen:

1. der Nachweis, dass einschlägige Module des Bachelor- oder Diplomstudiums in einem Umfang von mindestens 8 CP einen Bezug zum Fachgebiet Marketing aufweisen;
2. der Nachweis besonderer englischer Sprachkenntnisse auf dem Niveau B2 entsprechend der Vorgaben in § 7 der HAWAZO.

§ 4 Auswahl der Bewerber*innen für das erste Fachsemester in der Leistungsquote

(1) ¹Sind mehr zugangsberechtigte Bewerber*innen als Studienplätze vorhanden, werden die Studienplätze nach Maßgabe einer von der Auswahlkommission zu bildenden Rangfolge vergeben. ²Die Rangfolge wird in absteigender Reihe nach der Höhe eines Punktwerts gebildet. ³Der Punktwert für die Reihenfolge errechnet sich allgemein wie folgt:

Punktwert für die Note des Abschlusszeugnisses (Einzelheiten zur Ermittlung in Absatz 2) +
 Bonuspunkte (Einzelheiten zur Ermittlung in Absatz 3) = Punktwert für die Rangfolge.

(2) Der Punktwert für die Berechnung der Bachelor- oder Diplomnote ergibt sich aus folgender Tabelle, wobei die Abschlussnote die Durchschnittsnote des Abschlusses auf eine Stelle nach dem Komma berücksichtigt und nicht gerundet wird:

Abschlussnote im Bachelor- oder Diplomzeugnis	Punktwert für die Abschlussnote im Bachelor oder Diplomzeugnis
1,0 oder besser	30,0
1,1	29,0
1,2	28,0
1,3	27,0
1,4	26,0
1,5	25,0
1,6	24,0
1,7	23,0
1,8	22,0
1,9	21,0
2,0	20,0
2,1	19,0
2,2	18,0
2,3	17,0
2,4	16,0
2,5	15,0
2,6	14,0
2,7	13,0

Abschlussnote im Bachelor- oder Diplomzeugnis	Punktwert für die Abschlussnote im Bachelor oder Diplomzeugnis
2,8	12,0
2,9	11,0
3,0	10,0
3,1	9,0
3,2	8,0
3,3	7,0
3,4	6,0
3,5	5,0
3,6	4,0
3,7	3,0
3,8	2,0
3,9	1,0
4,0	0,0

(3) Bei der Berechnung des Werts des Auswahlkriteriums sind zusätzlich maximal 18 Bonuspunkte zu berücksichtigen:

1. sechs Bonuspunkte erhält, wer mindestens 16 CP aus Modulen mit Marketing-Bezug in dem erfolgreich abgeschlossenen Bachelor- oder Diplomstudiengang nachweist;
2. drei Bonuspunkte erhält, wer ein einschlägiges hochschulgelinktes Praktikum von mindestens 20 Wochen in dem erfolgreich abgeschlossenen Bachelor- oder Diplomstudiengang oder einschlägige Berufserfahrung von mindestens 20 Wochen nachweist;
3. drei Bonuspunkte erhält, wer mindestens sechs CP aus Wirtschaftsinformatik-Modulen in dem erfolgreich abgeschlossenen Bachelor- oder Diplomstudiengang nachweist;
4. drei Bonuspunkte erhält, wer mindestens sechs CP aus Technik-Modulen in dem erfolgreich abgeschlossenen Bachelor- oder Diplomstudiengang nachweist;
5. drei Bonuspunkte erhält, wer mindestens sechs CP zu fortgeschrittenen statistischen Verfahren in dem erfolgreich abgeschlossenen Bachelor- oder Diplomstudiengang nachweist.

§ 5 Einstufung von Bewerber*innen für höhere Fachsemester

Die gemäß § 10 Absätze 2 und 3 HAWAZO einzureichende Einstufungsbescheinigung wird durch das vorsitzende Mitglied des Prüfungsausschusses ausgestellt.

§ 6 Auswahl der Bewerber*innen für höhere Fachsemester

¹Die für Bewerber*innen für ein höheres Fachsemester zur Verfügung stehenden Studienplätze werden nach der Abschlussnote im Bachelor- oder Diplomzeugnis vergeben. ²Bei gleicher Durchschnittsnote genießen Bewerber*innen mit der besseren unter Zugrundelegung aller im bisherigen Studium erbrachten Leistungen gebildeten Durchschnittsnote Vorrang.

§ 7 Zuständigkeiten und Entscheidung

¹Über das Vorliegen der Zugangsvoraussetzungen entscheidet das Studierendensekretariat, das bei fachlichen Fragestellungen im Zusammenhang mit § 2 und § 3 eine Einschätzung der Auswahlkommission einholt. ²Über Fragen im Zusammenhang mit dem Auswahlverfahren nach § 4 entscheidet ausschließlich die Auswahlkommission.

§ 8 Auswahlkommission

(1) ¹Der Auswahlkommission gehören drei professorale Mitglieder des Departments Wirtschaft an.

²Die Mitglieder sowie die stellvertretenden Mitglieder werden vom Dekanat auf Vorschlag der Departmentsleitung bestimmt.

(2) Jedes professorale Mitglied der Auswahlkommission hat eine Stimme.

§ 9 Inkrafttreten

¹Diese Ordnung tritt mit ihrer Veröffentlichung im Hochschulanzeiger der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg in Kraft. ²Sie gilt erstmalig für das Bewerbungsverfahren zum Wintersemester 2023/2024.

Hamburg, den 11. Mai 2023
Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg

**Änderung der Studiengangsspezifischen Prüfungs- und Studienordnung des weiterbildenden
Masterstudiengangs Master of Business Administration (MBA)
Sozial- und Gesundheitsmanagement
an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg
(Hamburg University of Applied Sciences) vom 7. Februar 2020**

Vom 11. Mai 2023

Das Präsidium der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg hat am 11. Mai 2023 nach § 108 Absatz 1 Satz 3 Hamburgisches Hochschulgesetz – HmbHG - vom 18. Juli 2001 (HmbGVBl. S. 171), zuletzt geändert am 17. Juni 2021 (HmbGVBl. S. 468), die am 4. Mai 2023 gemäß § 91 Absatz 2 Nummer 1 HmbHG vom Fakultätsrat der Fakultät Wirtschaft und Soziales, auf Vorschlag des Departmentsrats Pflege und Management vom 27. April 2023 gemäß § 16 Absatz 4 Nummer 2 Grundordnung der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg i.V.m. § 92 Absatz 1 Satz 2 Nummer 2 und Absatz 5 HmbHG beschlossene „Änderung der Studiengangsspezifischen Prüfungs- und Studienordnung des weiterbildenden Masterstudiengangs Master of Business Administration (MBA) Sozial- und Gesundheitsmanagement an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg (Hamburg University of Applied Sciences) vom 7. Februar 2020“ in der nachstehenden Fassung genehmigt.

§ 1 Änderungen

Die Studiengangsspezifische Prüfungs- und Studienordnung des weiterbildenden Masterstudiengangs Master of Business Administration (MBA) Sozial- und Gesundheitsmanagement an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg (Hamburg University of Applied Sciences) vom 7. Februar 2020 (Hochschulanzeiger Nr. 149/2020, S. 39) wird wie folgt geändert:

§ 4 wird wie folgt geändert:

1. Die Zeilen 10 und 11 der Modultabelle in § 4 Absatz 1 werden wie folgt neu gefasst:

Nr	Module	Sem	LV	LVA	Gr	SWS	PA	PF	LP
10	Forschungswerkstatt	3.-4.	Forschungswerkstatt	seU.	24	3,6	SL	R oder MP oder F	5
11	Advanced Management Studies	4.	Schwerpunkt nach Wahl aus den Modulen 4, 6, 7, 8	Prgr.	12	0,9	PL	H oder MP oder R oder TP	6

2. In § 4 wird folgender Absatz angefügt:

„(4) Ein Leistungspunkt entspricht einer durchschnittlichen Arbeitsbelastung von 30 Zeitstunden.“

§ 2 Inkrafttreten

Diese Änderung der Prüfungs- und Studienordnung tritt am Tag nach der Veröffentlichung im Hochschulanzeiger der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg in Kraft.

Hamburg, den 11. Mai 2023
Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg