



Hochschulanzeiger
Nr. 94 / 2013 vom 30. April 2014

Herausgeber:
Präsidium der HAW Hamburg

Redaktion:
Ann Kristin Spreen
Tel.: 040.428 75 9042

Bekanntmachung gemäß § 108 Absatz 5 Satz 2 des Hamburgischen Hochschulgesetzes vom 18. Juli 2001 (HmbGVBl. S. 171), zuletzt geändert am 20. Dezember 2011 (HmbGVBl. S. 550)

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. Mit dem Datum der Veröffentlichung im Hochschulanzeiger treten die nachfolgenden Satzungen, Ordnungen und Richtlinien in Kraft.

Der Hochschulanzeiger wird auch im Intranet der HAW Hamburg unter „Gesetze und Verordnungen“ veröffentlicht.

Inhaltsverzeichnis:

Seite	Inhalt
S. 2	Satzung zur Stipendienvergabe im Rahmen des Stipendienprogramm-Gesetzes (StipG) der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg
S. 8	Ordnung zur Regelung des individuellen Teilzeitstudiums an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg (University of Applied Sciences)
S. 10	Erste Änderung der Studiengangsspezifischen Prüfungs- und Studienordnung des Masterstudiengangs Master of Business Administration (MBA) (Sozial- und Gesundheitsmanagement) des Departments Pflege&Management der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg
S. 15	Zugangs- und Auswahlordnung der Fakultät Wirtschaft und Soziales der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg (HAW Hamburg) für den weiterbildenden Masterstudiengang Master of Business Administration (MBA) (Sozial- und Gesundheitsmanagement) des Departments Pflege & Management der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg
S. 18	Zugangs- und Auswahlordnung für den Masterstudiengang <i>Marketing und Vertrieb (M.Sc.)</i> des Departments Wirtschaft an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg
S. 22	Zugangs- und Auswahlordnung für den Masterstudiengang International Logistics and Management (M.Sc.) des Departments Wirtschaft an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg
S. 27	Zugangs- und Auswahlordnung für den Masterstudiengang <i>International Business (M.Sc.)</i> des Departments Wirtschaft der an Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg

**Zugangs- und Auswahlordnung für den Masterstudiengang Marketing und Vertrieb
(M.Sc.) des Departments Wirtschaft der Fakultät Wirtschaft und Soziales der Hochschule
für Angewandte Wissenschaften Hamburg**

vom 24. April 2014

Das Präsidium der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg hat am 24. April 2014 nach § 108 Absatz 1 Satz 3 und § 108 Absatz 4 Sätze 1 und 3 Hamburgisches Hochschulgesetz - HmbHG - vom 18. Juli 2001 (HmbGVBl. S. 171), zuletzt geändert am 17. September 2013 (HmbGVBl.S.389,398), die vom Fakultätsrat am 13. März 2014 gemäß § 91 Absatz 2 Nummer 1 HmbHG beschlossene „Zugangs- und Auswahlordnung für den Masterstudiengang Marketing und Vertrieb (M.Sc.)“ befristet bis zum 1. Mai 2017 in der nachstehenden Fassung genehmigt.

I. Abschnitt: Allgemeine Bestimmungen

§ 1 Zweck und Anwendungsbereich

- (1) Diese Ordnung regelt die Zugangsberechtigung und die Auswahl von Bewerberinnen und Bewerbern für den Masterstudiengang Marketing und Vertrieb. Die 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 Allgemeinen Zulassungsordnung – HAWAZO)

werden ergänzt durch die Bestimmungen dieser Ordnung.

- (2) Die Zugangsvoraussetzungen legen fest, welche Voraussetzung die jeweilige Bewerberin oder der jeweilige Bewerber erfüllen muss, um die Zugangsberechtigung zum Studium in dem Studiengang Marketing und Vertrieb zu erlangen.
- (3) Die Auswahlkriterien legen fest, welche Kriterien die Bewerberinnen und Bewerber erfüllen sollen, um dadurch ihren Rang bei der Vergabe der Studienplätze zu bestimmen. Zu diesem Zweck wird eine Rangliste erstellt. Sie dient dazu, aus dem Kreise der zugangsberechtigten Bewerberinnen und Bewerber die geeignetsten auszuwählen, wenn mehr Studienbewerberinnen und -bewerber als Studienplätze vorhanden sind.

§ 2 Zuständigkeiten und vorläufige Entscheidung

- (1) Für die Feststellung der Zugangsberechtigung ist das Studierendensekretariat, für die Auswahlentscheidung eine Auswahlkommission des Departments Wirtschaft zuständig.
- (2) Die Auswahlkommission setzt sich aus zwei Professorinnen oder Professoren des Departments Wirtschaft zusammen. Die Auswahlkommission wird auf Vorschlag der Departmentsleitung durch den Fakultätsrat eingesetzt und abberufen. Jedes Mitglied der Auswahlkommission hat eine Stimme. Beide Mitglieder müssen für eine erfolgreiche Auswahl einer Bewerberin bzw. eines Bewerbers zustimmen.

II. Abschnitt: Zugangsvoraussetzungen

§ 3 Zugangsvoraussetzungen

- (1) Voraussetzung für den Zugang zu dem Masterstudiengang Marketing und Vertrieb sind

- a) der erfolgreiche Abschluss eines mindestens siebensemestrigen (210 CP) berufsqualifizierenden Bachelor- oder Diplomstudiums in einem wirtschaftswissenschaftlichen oder verwandten Studiengang mit der Mindest-Gesamtnote 2,5 („gut“); zu den verwandten Studiengängen gehören insbesondere Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsmathematik und Wirtschaftsingenieurwesen;
- b) der Nachweis, dass einschlägige Module des Bachelor- oder Diplomstudiums in einem Umfang von mindestens 30 CP einen Bezug zur den Fachgebieten Marketing oder Vertrieb aufweisen,
- c) im Fall von Bewerberinnen und Bewerbern, die weder über eine deutsche Hochschulzugangsberechtigung noch über einen deutschen Hochschulabschluss verfügen, der Nachweis einer anerkannten deutschen Sprachprüfung, die für einen Hochschulzugang erforderlich ist. Dabei handelt es sich um folgende Sprachprüfungen:
- TestDaF (mind. TDN 4 in jedem Teil),
 - Mindestens DSH2 einer deutschen Hochschule,
 - Zentrale Oberstufenprüfung des Goethe-Instituts,
 - Deutsches Sprachdiplom der Kultusministerkonferenz (Zweite Stufe),
 - Großes deutsches Sprachdiplom des Goethe-Instituts.
- (2) Wer lediglich über ein Bachelorzeugnis mit 180 CP verfügt, wird bei Vorliegen aller sonstigen Zugangsvoraussetzungen berücksichtigt, wenn noch Studienplätze frei sind. Die fehlenden 30 CP sind innerhalb der ersten beiden Studiensemester nachzuholen. Welche fehlenden Leistungen nachzuholen sind, legt die Studienfachberaterin bzw. der Studienfachberater fest. Werden die fehlenden CP nicht innerhalb der vorgenannten Frist nachgeholt, entfallen Zulassung und Immatrikulation.

III. Abschnitt: Auswahl von Studierenden

§ 4 Auswahlkriterien

- (1) Sind mehr zugangsberechtigte Bewerberinnen und Bewerber als Studienplätze vorhanden, werden die Studienplätze nach Maßgabe einer Rangfolge vergeben. Die Rangfolge wird in absteigender Reihe nach der Höhe des Werts des Auswahlkriteriums gebildet. Der Wert des Auswahlkriteriums berechnet sich allgemein wie folgt:

Punktwert für die Bachelor- oder Diplomnote (Einzelheiten zur Ermittlung in Absatz 2)
 + Punktwert für das Ergebnis des TM-WISO oder des GMAT (Einzelheiten zur Ermittlung in Absatz 3)
 + Bonuspunkte (Einzelheiten zur Ermittlung in Absatz 4)
 = Wert des Auswahlkriteriums

- (2) Der Punktwert für die Berechnung der Bachelor- oder Diplomnote ergibt sich aus folgender Tabelle:

Note im Bachelor oder Diplomzeugnis	Punktwert für die Bachelor- oder Diplomnote
1,0	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

(3) Es kann nach Wahl der Bewerberin oder des Bewerbers entweder ein Punktwert für das Ergebnis des TM-WISO (Test für Masterstudiengänge in Wirtschafts- und Sozialwissenschaften) oder des GMAT (Graduate Management Admission Test) berücksichtigt werden. Der Punktwert für das Ergebnis des TM-WISO ergibt sich aus folgender Tabelle:

TM-WISO Ergebnis	Punktwert für das Ergebnis des TM-WISO
130 bis 126	12
125 bis 121	11
120 bis 116	10
115 bis 111	9
110 bis 106	8
105 bis 101	7
100 bis 96	6
95 bis 91	5
90 bis 86	4
85 bis 81	3
80 bis 76	2
75 bis 71	1
70 bis 0	0

Der Punktwert für das Ergebnis des GMAT ergibt sich aus folgender Tabelle:

GMAT-Ergebnis	Punktwert für Ergebnis des GMAT
800 bis 751	12
750 bis 701	11
700 bis 651	10
650 bis 601	9
600 bis 551	8
550 bis 501	7
500 bis 451	6
450 bis 401	5
400 bis 351	4
350 bis 301	3
300 bis 251	2
250 bis 201	1
200 bis 0	0

(4) Bei der Berechnung des Werts des Auswahlkriteriums sind zusätzlich maximal 16 Bonuspunkte zu berücksichtigen:

- a. acht Bonuspunkte erhält, wer ein Auslandspraktikum von mindestens 20 Wochen oder Berufserfahrung im Ausland von mindestens 20 Wochen nachweisen kann oder ein Auslandssemester (zwei Quarter, zwei Trimester) absolviert hat (Ausland ist nicht das Land, in dem die Hochschulzugangsberechtigung erworben wurde);
- b. acht Bonuspunkte erhält, wer eine anerkannte kaufmännische Ausbildung oder mindestens zwei Jahre postgraduale Berufserfahrung nachweist.

IV. Abschnitt - Schlussvorschriften

§ 5 In-Kraft-Treten, Außer-Kraft-Treten

- (3) Diese Ordnung tritt mit ihrer Veröffentlichung im Hochschulanzeiger der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg in Kraft. Sie gilt erstmalig für das Bewerbungsverfahren zum Sommersemester 2015.
- (4) Die Ordnung über den Zugang zum Studium des Masterstudiengangs International Business and Marketing an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg (University of Applied Sciences) vom 08. Januar 2009 (Hochschulanzeiger 37/2009, S. 4) einschließlich der Richtlinie gemäß § 1 Abs. 4 der „Ordnung über den Zugang zum Studium des Masterstudiengangs International Business and Marketing an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg (University of Applied Sciences)“ vom 08. Januar 2009 (Hochschulanzeiger 37/2009, S. 5) tritt zum 1. März 2014 außer Kraft.

**Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg
Hamburg, den 24. April 2014**