

# Amtliche Bekanntmachung

Nr. 28/2024



Veröffentlicht am: 05.04.2024

**Studiengangspezifische Studien- und Prüfungsordnung (sSPO)  
für den Masterstudiengang International Management, Marketing,  
Entrepreneurship  
der Fakultät für Wirtschaftswissenschaft  
an der Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg**

vom 25. März 2024

Auf Grund des §§ 13 Absatz 1 Satz 1, 67a Absatz 2, Nr. 3 a), 77 Absatz 2 des Hochschulgesetzes des Landes Sachsen-Anhalt in der Fassung der Bekanntmachung vom 01. Juli 2021 (GVBl. LSA 368, 369), hat die Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg folgende *studiengangspezifische Studien- und Prüfungsordnung (sSPO)* als Satzung erlassen, die die *Allgemeine Studien- und Prüfungsordnung (ASPO)* für die Masterstudiengänge der Fakultät für Wirtschaftswissenschaft verbindlich untersetzt:

## I. Allgemeiner Teil

### § 1

#### Geltungsbereich

Die vorliegende *studiengangsspezifische Studien- und Prüfungsordnung* des Masterstudiengangs International Management, Marketing, Entrepreneurship ergänzt (E) bzw. konkretisiert (K) verbindlich die *Allgemeine Studien- und Prüfungsordnung (ASPO)* für die Masterstudiengänge der Fakultät für Wirtschaftswissenschaft der Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg um:

I. ALLGEMEINER TEIL.....	2
§ 1 GELTUNGSBEREICH.....	2
§ 2 STUDIENGANGSPEZIFISCHE AUSBILDUNGSZIELE .....	3
II. UMFANG UND ABLAUF DES STUDIUMS .....	3
§ 5 ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN.....	3
§ 6 STUDIENBEGINN UND STUDIENDAUER.....	4
§ 7 GLIEDERUNG UND UMFANG DES STUDIUMS.....	4
§ 8 STUDIENAUFBAU .....	4
IV. MASTERABSCHLUSS.....	5
§ 27 ANMELDUNG UND ZULASSUNG ZUM PFLICHTMODUL „MASTERARBEIT“, AUSGABE DES THEMAS .....	5
§ 28 ABGABE DER SCHRIFTLICHEN ARBEIT .....	5
§ 36 GÜLTIGKEIT .....	5
§ 37 INKRAFTTRETEN.....	5
ANLAGE 1.1: REGELSTUDIENPLAN / STANDARD STUDY PLAN INTERNATIONAL MANAGEMENT, MARKETING, ENTREPRENEURSHIP – STUDIENBEGINN WINTERSEMESTER.....	7
ANLAGE 1.2: REGELSTUDIENPLAN / STANDARD STUDY PLAN INTERNATIONAL MANAGEMENT, MARKETING, ENTREPRENEURSHIP - STUDIENBEGINN SOMMERSEMESTER.....	8

## § 2

### Studiengangspezifische Ausbildungsziele

(6) E: Das Studium bereitet methodisch fundiert auf betriebswirtschaftlich geprägte Management-tätigkeiten im In- und Ausland vor und vermittelt den Studierenden die dafür notwendigen Kompetenzen sowie die Fähigkeit, aufgrund analytisch geschulten Denkens verantwortlich zu handeln, Probleme der Wirtschaftstheorie und -praxis strukturell zu erfassen und den Veränderungen der Berufswelt Rechnung zu tragen. Die Absolventinnen und Absolventen verfügen in den ausgewiesenen Schwerpunktbereichen (Internationales Management, Marketing und Entrepreneurship) über ein detailliertes Fach- und integriertes Spezialwissen.

(7) E: Der Schwerpunkt Internationales Management setzt den Fokus auf strategische Aktivitäten von international tätigen Unternehmen und beleuchtet im Speziellen das strategische Entscheidungsverhalten des Top Management Teams. Dabei stehen die Wachstumsstrategien „Marktentwicklung“ durch internationale Expansion und „Produktentwicklung“ durch Innovationen sowie der Einfluss von kulturellen Faktoren auf diese Strategien im Mittelpunkt. Im Marketingbereich liegt der Fokus insbesondere auf Prozessen und Methoden der Marktforschung sowie der Kontrolle von Marketingaktivitäten, beispielsweise im Kontext von Markenmanagement. Zudem fokussiert die Marketingausbildung auf Aspekte des Konsumentenverhaltens (Motivation, Emotion, Kognition, Einstellung, Entscheidung) mit besonderer Beachtung des Einflusses der sozialen und physischen Umwelt. Im Studienschwerpunkt Entrepreneurship intensivieren Studierende ihr Wissen im Bereich Business Decision Making and Business Planning. Dazu werden entrepreneurische Entscheidungslogiken, mögliche Geschäftsmodelle, Unternehmensstrategien sowie Faktoren erfolgreicher Unternehmensgründungen näher betrachtet.

(8) E: Die Ausbildung im Studiengang International Management, Marketing, Entrepreneurship qualifiziert die Absolventinnen und Absolventen -branchenunabhängig- für ein breites Spektrum von Tätigkeitsfeldern in internationalen und nationalen Bereichen der Wirtschaft und der öffentlichen Verwaltung, insb. zu leitenden Tätigkeiten oder zu Tätigkeiten in Stabsabteilungen in privaten und öffentlichen Unternehmen sowie in Unternehmensberatungen. Neben Fach- und Führungsaufgaben im Unternehmen sind auch selbstständige Tätigkeiten oder Tätigkeiten in der Wissenschaft möglich.

## II. Umfang und Ablauf des Studiums

### § 5

#### Zulassungsvoraussetzungen

(2) K + E: Voraussetzungen für die Zulassung zu einem Masterstudiengang sind u. a.:

a) Ein Studiengang ist einschlägig, wenn in diesem

- mindestens 15 Credit Points in Lehrveranstaltungen aus dem Bereich quantitativer Methoden und
- mindestens 60 Credit Points in wirtschaftswissenschaftlichen Lehrveranstaltungen erworben wurden.

Wenn das ECTS im Bachelorstudiengang der Bewerberin oder des Bewerbers keine Anwendung findet [außerhalb des Europäischen Hochschulraums], gilt ein Studiengang als einschlägig, wenn

- mindestens 4 Kurse im Bereich quantitativer Methoden und
- mindestens 12 Kurse in wirtschaftswissenschaftlichen Lehrveranstaltungen erworben wurden.

- d) Gemäß der in § 7 Abs. 2 festgelegten Unterrichts- und Prüfungssprache sind ausreichende Kenntnisse der englischen Sprache mittels Sprachzertifikat auf dem C1-Niveau, i. d. R. gemäß den Vorgaben des gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen, nachzuweisen. Geeignete Formen des Nachweises der Sprachkenntnisse werden nach Beschluss des Fakultätsrats auf der Webseite der Fakultät veröffentlicht.
- e) Vorlage eines einschlägigen Motivationsschreibens in englischer Sprache. Die Länge des Schreibens darf maximal 450 Wörter betragen und es müssen die besonders hilfreichen Fähigkeiten und Kenntnisse dargestellt, die persönlichen Erwartungen an Inhalte, Methoden, und Studienabläufe aufgezeigt und das berufliche und wissenschaftliche Interesse an einem erfolgreichen Abschluss des Masterstudiengangs verdeutlicht werden.

(3) K: Die besondere Eignung wird auf der Grundlage des Ergebnisses der Abschlussprüfung nach Absatz (2c) ASPO festgestellt und setzt voraus, dass das vorangegangene Bachelorstudium mindestens mit einem Notendurchschnitt von „2,9“ abgeschlossen wurde.

(8) K: Die Anzahl der Studienplätze ist begrenzt. Um den besonderen Erfordernissen des Studiengangs Rechnung zu tragen, muss der Bewerber bzw. die Bewerberin erfolgreich am studienangabezpezifischen hochschulinternen Auswahlverfahren teilgenommen haben. Erfolgreich am Auswahlverfahren teilgenommen hat nur, wer einen Rang in der Rangliste erreicht hat, der nach Maßgabe der zur Verfügung stehenden freien Studienplätze ausreichend ist. Der Ablauf und die Bewertungsgrundlagen der Auswahlentscheidung sind in der Satzung zur Durchführung des hochschulinternen Auswahlverfahrens im Masterstudiengang International Management, Marketing, Entrepreneurship geregelt.

## **§ 6**

### **Studienbeginn und Studiendauer**

(1) K: Die Immatrikulation zum 1. Fachsemester ist sowohl zum Winter- als auch zum Sommersemester möglich.

## **§ 7**

### **Gliederung und Umfang des Studiums**

(2) K: Die Hauptunterrichts- und -prüfungssprache des Masterstudiengangs International Management, Marketing, Entrepreneurship ist Englisch.

## **§ 8**

### **Studienaufbau**

(1) K: Das Studium gliedert sich in einen Pflichtbereich mit 15 CP, einen Wahlpflichtbereich mit 75 CP sowie das Pflichtmodul „Masterarbeit“ (30 CP). Die Pflichtmodule finden ausschließlich in dem in Anlage 1.1 und 1.2 aufgeführten Semester statt. Die abschließenden Modulprüfungen können in jedem Semester abgelegt werden.

In Wahlpflichtmodulen sind insgesamt 75 CP nachzuweisen. Davon sind

- 5 CP im Bereich „Wissenschaftliches Arbeiten“ sowie
- mindestens 60 CP im Vertiefungsstudium zu erbringen, wovon
  - mindestens 10 CP an Seminarleistungen und genau ein Wissenschaftliches Projekt im Umfang von 15 CP nachzuweisen sind oder

- mindestens 20 CP an Seminarleistungen nachzuweisen sind.
- Die Wahlpflichtmodule des Vertiefungsstudiums sind den drei Profilierungsschwerpunkten International Management, Marketing und Entrepreneurship zugeordnet.
- Im Ergänzungsbereich können maximal 10 CP aus dem für diesen Studiengang ausgewiesenen Lehrangebot gewählt werden. Im Ergänzungsbereich können auch 5 CP im Bereich „KoMeT – Kompetenzen- und Methoden-Training“ erworben werden.

Die Lehrveranstaltungen und Prüfungen in den Pflicht- und Wahlpflichtmodulen finden gemäß § 7 Abs. 2 in der Regel in englischer Sprache statt. Es können bis zu vier deutschsprachige Module belegt werden. Die Modulprüfungen sind in der Sprache des jeweiligen Lehrangebots zu erbringen.

#### **IV. Masterabschluss**

##### **§ 27**

##### **Anmeldung und Zulassung zum Pflichtmodul „Masterarbeit“, Ausgabe des Themas**

(3) K: Zum Pflichtmodul „Masterarbeit“ wird nur zugelassen, wer mindestens 75 CP einschließlich

- aller Pflichtmodule,
- 5 CP im Bereich „Wissenschaftliches Arbeiten“ und
- Seminarleistungen im Umfang von mindestens 10 CP nachgewiesen hat.

##### **§ 28**

##### **Abgabe der schriftlichen Arbeit**

(8) K: Die Prüfungsleistungen gemäß § 20 Abs. 2 ASPO können nur in englischer Sprache erbracht werden.

##### **§ 36**

##### **Gültigkeit**

Die Bestimmungen dieser *studiengangsspezifischen Studien- und Prüfungsordnung* finden auf alle Studierenden Anwendung, die ab dem Wintersemester 2024/2025 in den Masterstudiengang International Management, Marketing, Entrepreneurship der Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg erstmalig immatrikuliert werden.

##### **§ 37**

##### **Inkrafttreten**

Diese *studiengangsspezifische Studien- und Prüfungsordnung* tritt am Tage nach der Veröffentlichung in den Amtlichen Bekanntmachungen der Otto-von-Guericke-Universität in Verbindung mit der aktuell geltenden *Allgemeinen Studien- und Prüfungsordnung* der Masterstudiengänge der Fakultät für Wirtschaftswissenschaft in Kraft.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Fakultätsrates der Fakultät für Wirtschaftswissenschaft vom 06.03.2024 und der Stellungnahme des Senats der Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg vom 20.03.2024.

Magdeburg, 25. März 2024

Prof. Dr.-Ing. Jens Strackeljan  
Rektor  
der Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg

Anlage 1.1: Regelstudienplan / Standard Study Plan International Management, Marketing, Entrepreneurship – Studienbeginn Wintersemester

Nr.	Module / Modules	1. Semester (WS)			2. Semester (SS)			3. Semester (WS)			4. Semester (SS)		
		SWS	PL	CP	SWS	PL	CP	SWS	PL	CP	SWS	PL	CP
<b>1.</b>	<b>Pflichtmodule / Compulsory Modules</b>												
1.1	Business Decision Making	2V+2Ü	sPL	5									
1.2	Marketing Methods & Analysis	2V+2Ü	sPL	5									
1.3	International Corporate Strategy				2V+2Ü	sPL	5						
<b>2.</b>	<b>Wahlpflichtmodule / Compulsory Elective Modules</b>												
<b>2.1</b>	<b>im Vertiefungsbereich / in Specialization</b>												
2.1.1	Modul I	*	*	5									
2.1.2	Modul II	*	*	5									
2.1.3	Modul III	*	*	5									
2.1.4	Modul IV				*	*	5						
2.1.5	Modul V				*	*	5						
2.1.6	Modul VI							*	*	5			
2.1.7	Modul VII							*	*	5			
2.1.8	Seminar				2S+*	*	10						
2.1.9	Wissenschaftliches Projekt <sup>1)</sup>							2PS+*	*	15			
<b>2.2</b>	<b>Allgemeine Schlüsselqualifikationen / Schlüsselqualifikationen / General Key Qualifications</b>												
2.2.1	Wissenschaftliches Arbeiten / Scientific Work	*	*	5									
<b>2.3</b>	<b>im Ergänzungsbereich / in Supplements <sup>2)</sup></b>												
2.3.1	Modul 1				*	*	5						
2.3.2	Modul 2 <sup>3)</sup>							*	*	5			
<b>3.</b>	<b>Pflichtmodul „Masterarbeit“ / Compulsory Module „Master Thesis“</b>												<b>30</b>
3.1	Kolloquium / Colloquium										2K	P/V	
3.2	Schriftliche Arbeit / Written Thesis Paper											sA	
	<b>Summe</b>	<b>~24</b>		<b>30</b>	<b>~20</b>		<b>30</b>	<b>~16</b>		<b>30</b>	<b>2</b>		<b>30</b>

Anlage 1.2: Regelstudienplan / Standard Study Plan International Management, Marketing, Entrepreneurship - Studienbeginn Sommersemester

Nr.	Module / Modules	1. Semester (SS)			2. Semester (WS)			3. Semester (SS)			4. Semester (WS)		
		SWS	PL	CP	SWS	PL	CP	SWS	PL	CP	SWS	PL	CP
<b>1.</b>	<b>Pflichtmodule / Compulsory Modules</b>												
1.1	International Corporate Strategy	2V+2Ü	sPL	5									
1.2	Business Decision Making				2V+2Ü	sPL	5						
1.3	Marketing Methods & Analysis				2V+2Ü	sPL	5						
<b>2.</b>	<b>Wahlpflichtmodule / Compulsory Elective Modules</b>												
<b>2.1</b>	<b>im Vertiefungsbereich / in Specialization</b>												
2.1.1	Modul I	*	*	5									
2.1.2	Modul II	*	*	5									
2.1.3	Modul III	*	*	5									
2.1.4	Modul IV	*	*	5									
2.1.5	Modul V				*	*	5						
2.1.6	Modul VI							*	*	5			
2.1.7	Modul VII							*	*	5			
2.1.8	Seminar				2S+*	*	10						
2.1.9	Wissenschaftliches Projekt <sup>1)</sup>							2PS+*	*	15			
<b>2.2</b>	<b>Allgemeine Schlüsselqualifikationen / Schlüsselqualifikationen / General Key Qualifications</b>												
2.2.1	Wissenschaftliches Arbeiten / Scientific Work	*	*	5									
<b>2.3</b>	<b>im Ergänzungsbereich / in Supplements <sup>2)</sup></b>												
2.3.1	Modul 1				*	*	5						
2.3.2	Modul 2 <sup>3)</sup>							*	*	5			
<b>3.</b>	<b>Pflichtmodul „Masterarbeit“ / Compulsory Module „Master Thesis“</b>												<b>30</b>
3.1	Kolloquium / Colloquium										2K	P/V	
3.2	Schriftliche Arbeit / Written Thesis Paper											sA	
	<b>Summe</b>	<b>~24</b>		<b>30</b>	<b>~20</b>		<b>30</b>	<b>~16</b>		<b>30</b>	<b>2</b>		<b>30</b>

## Legende zum Regelstudienplan:

- \* zum Umfang und den Arten der Lehrveranstaltungen sowie zur Form und zum Umfang der studienbegleitenden Prüfungsleistungen siehe Modulbeschreibungen der wählbaren Module
- <sup>1)</sup> Statt des Wissenschaftlichen Projektes können auch weitere Seminarleistungen im Umfang von mindestens 10 CP erbracht werden. In diesem Fall ist ein weiteres 5 CP-Modul des Vertiefungsbereiches zu belegen.
- <sup>2)</sup> Statt der Module im Ergänzungsbereich können je nach Angebot weitere Module im Vertiefungsbereich erbracht werden.
- <sup>3)</sup> Ein Modul des Ergänzungsbereiches im Umfang von 5 CP kann im Bereich „KoMeT – Kompetenzen- und Methoden-Training“ [CoMeT - Competencies and Methods Training] belegt werden.

CP	= Credit Points
K	= Kolloquium gemäß § 9 Abs. 7 ASPO der <i>Allgemeinen Studien- und Prüfungsordnung</i> (ASPO)
P	= Präsentation gemäß § 14 Abs. 9 ASPO
PS	= Proseminar [Syn.: Wissenschaftliches Projekt] gemäß § 9 Abs. 5 ASPO
sPL	= studienbegleitende Prüfungsleistung(en) gemäß § 14 Abs. 2
S	= Seminar gemäß § 9 Abs. 4 ASPO
sA	= Schriftliche Arbeit gemäß § 14 Abs. 7 ASPO
SWS	= Semesterwochenstunden
V	= Verteidigung gemäß § 14 Abs. 15 ASPO

Gemäß § 7 Abs. 7 der *Allgemeinen Studien- und Prüfungsordnung* (ASPO) können für jedes Modul vom Modulverantwortlichen verbindliche Teilnahmevoraussetzungen festgelegt werden, die vor Beginn der Modulteilnahme nachzuweisen sind.

Gemäß § 7 Abs. 8 der *Allgemeinen Studien- und Prüfungsordnung* (ASPO) können für jedes Modul vom Modulverantwortlichen Prüfungsvorleistungen in Form von unbenoteten semesterbegleitenden Leistungsnachweisen festgelegt werden, die als verbindliche Voraussetzung für die Zulassung zu einer anderen studienbegleitenden Prüfungsleistung, bspw. Klausur, für dieses Modul erforderlich sind.