

**Prüfungs- und Studienordnung
für den Bachelor-Fernstudiengang Marketing
der Hochschule Wismar
University of Applied Sciences: Technology, Business and Design**

Vom 21. Dezember 2018

geändert durch die Zweite Satzung zur Änderung der Prüfungsordnungen und Prüfungs- und Studienordnungen der Fern- und Onlinestudiengänge der Hochschule Wismar, University of Applied Sciences: Technology, Business and Design vom 20. Januar 2023

Inhaltsverzeichnis

I. Allgemeine Bestimmungen

§ 1 Geltungsbereich

II. Allgemeines

§ 2 Regelstudienzeit

§ 3 Abschlussgrad

III. Prüfungen

§ 4 Prüfungsausschuss

§ 5 Arten der Prüfungsleistungen

§ 6 Ablegen von Modulprüfungen

§ 7 Bewertung der einzelnen Prüfungsleistungen, Bildung von Noten

§ 8 Wiederholung von Prüfungen

IV. Bachelorarbeit, Kolloquium

§ 9 Bachelorarbeit, Kolloquium

§ 10 Bestehen der Bachelorprüfung und Bildung der Gesamtnote

V. Studienordnung

§ 11 Zweck der Studienordnung

§ 12 Ziele des Studiums

§ 13 Studienbeginn

§ 14 Gliederung des Studiums

§ 15 Inhalt des Studiums

§ 16 Lehr- und Lernformen

§ 17 Studienberatung

VI. Schlussbestimmungen

§ 18 Inkrafttreten

Anlagen

Anlage 1 Prüfungsplan

Anlage 2 Studienplan

Anlage 3 Diploma Supplement

I. Allgemeine Bestimmungen

§ 1

Geltungsbereich

(§ 1 Rahmenprüfungsordnung)

Diese Prüfungs- und Studienordnung gilt für den Bachelor-Fernstudiengang Marketing der Hochschule Wismar, University of Applied Sciences: Technology, Business and Design. Die Rahmenprüfungsordnung der Hochschule Wismar ist unmittelbar anzuwenden, soweit diese Prüfungs- und Studienordnung keine eigenen Vorschriften enthält.

II. Allgemeines

§ 2

Regelstudienzeit

(§ 2 Rahmenprüfungsordnung)

Die Regelstudienzeit beträgt acht Semester. Sie umfasst die theoretischen Studiensemester, die Praxistransfermodule, die Modulprüfungen sowie die Bearbeitungszeit für die Bachelor-Thesis.

§ 3

Abschlussgrad

(§ 3 Rahmenprüfungsordnung)

Aufgrund der bestandenen Bachelorprüfung wird der akademische Grad „Bachelor of Arts“ (B.A.) verliehen.

III. Prüfungen

§ 4

Prüfungsausschuss

(§ 5 Rahmenprüfungsordnung)

An der Hochschule Wismar wird ein Prüfungsausschuss für das Fernstudium gebildet. Er ist für alle Prüfungsverfahren betreffende Aufgaben und Entscheidungen des Prüfungswesens sowie für die weiteren durch die Ordnung zugewiesenen Aufgaben zuständig.

§ 5

Arten der Prüfungsleistungen

(§ 6 Rahmenprüfungsordnung)

(1) Folgende Arten von Prüfungsleistungen können nach Maßgabe des Prüfungsplans (Anlage 1) vorgesehen werden:

1. schriftliche Prüfungen (§ 7 Rahmenprüfungsordnung),
2. mündliche Prüfungen (§ 8 Rahmenprüfungsordnung) sowie
3. alternative Prüfungsleistungen (§ 9 Rahmenprüfungsordnung). Diese können sein:
 - Hausarbeiten,
 - Projektarbeiten,
 - sonstige schriftliche Arbeiten,
 - Referate,
 - Kolloquien,
 - Teilnahme an Planspielen/Workshops/Durchführung von Fallstudien,

- Rollenspiele,
- Rechnerprogramme.

Alternative Prüfungsleistungen können auch als semesterbegleitende Prüfungen außerhalb des von der Hochschule festgelegten Prüfungszeitraumes erbracht werden. Die Regelungen des § 5 Absatz 2 Nummer 6 der Rahmenprüfungsordnung bleiben unberührt.

(2) Bis zwei Wochen nach Beginn des jeweiligen Semesters gibt der Prüfer Art, Umfang und Anzahl der Prüfungsleistungen bekannt.

§ 6 Ablegen von Modulprüfungen (§ 12 Rahmenprüfungsordnung)

Die Kandidaten müssen sich zu den Modulprüfungen anmelden. Die Anmeldung erfolgt mit dem Antritt zur Prüfung.

§ 7 Bewertung der einzelnen Prüfungsleistungen, Bildung von Noten (§ 16 Rahmenprüfungsordnung)

(1) Prüfungsleistungen sind wie folgt zu bewerten:

1,0; 1,3	= sehr gut	= eine hervorragende Leistung,
1,7; 2,0; 2,3	= gut	= eine Leistung, die erheblich über den durchschnittlichen Anforderungen liegt,
2,7; 3,0; 3,3	= befriedigend	= eine Leistung, die durchschnittlichen Anforderungen entspricht,
3,7; 4,0	= ausreichend	= eine Leistung die trotz ihrer Mängel noch den Anforderungen entspricht,
5,0	= nicht ausreichend	= eine Leistung, die wegen ihrer Mängel den Anforderungen nicht mehr genügt.

(2) Die Prüfungsleistung des folgenden Moduls wird mit „bestanden“ oder „nicht bestanden“ bewertet:

1. PM 05 Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten.

(3) Die Bewertung einer Prüfungsleistung ist spätestens sechs Wochen nach deren Erbringung bekannt zu geben.

(4) Besteht eine Modulprüfung aus mehreren Prüfungsleistungen, errechnet sich die Modulnote aus dem gewichteten Durchschnitt der Noten der einzelnen Prüfungsleistungen unter Berücksichtigung ihrer Gewichtung gemäß der Credits, wobei nur die erste Dezimalstelle hinter dem Komma berücksichtigt wird:

$$\text{Modulnote} = \frac{\text{Summe (Prüfungsleistung * CR)}}{\text{Summe der CR}}$$

§ 8 Wiederholung von Prüfungen (§ 19 Rahmenprüfungsordnung)

Nicht bestandene Modulprüfungen können zweimal wiederholt werden.

IV. Bachelorarbeit, Kolloquium

§ 9

Bachelorarbeit, Kolloquium (§§ 20 und 21 Rahmenprüfungsordnung)

- (1) Zur Bachelor-Thesis wird zugelassen, wer mindestens 156 Credits erworben hat.
- (2) Die Bearbeitungszeit der Bachelor-Thesis beträgt zwölf Wochen. Auf begründeten Antrag des Kandidaten kann die oder der Vorsitzende des Prüfungsausschusses die Bearbeitungszeit verlängern. Im Regelfall soll die Verlängerung nicht mehr als vier Wochen betragen. In Ergänzung von § 20 Absatz 4 Satz 5 und 6 der Rahmenprüfungsordnung soll in besonderen Härtefällen, in denen der Kandidat durch von ihm nicht zu vertretende Gründe an der fristgemäßen Fertigstellung der Bachelor-Thesis gehindert ist, die Verlängerung die Hälfte der Bearbeitungszeit nicht überschreiten. Als besondere Härtefälle sind insbesondere anzusehen:
 1. länger andauernde Erkrankung,
 2. Schwangerschaft und
 3. Einberufung zum Wehrdienst oder zu Wehrübungen.Bei Erkrankung des Kandidaten ist ein ärztliches Attest vorzulegen, aus dem die Art der gesundheitlichen Beeinträchtigung und deren Auswirkung auf die Fähigkeit zur Anfertigung der Bachelor-Thesis hervorgehen. Der Antrag ist schriftlich an den Vorsitzenden des Prüfungsausschusses zu richten und beim Prüfungsamt einzureichen.
Das Thema der Arbeit kann nur einmal und innerhalb der ersten sechs Wochen der Bearbeitungszeit zurückgegeben werden.
- (3) Die Bachelor-Thesis ist fristgemäß beim Prüfungsamt in dreifacher schriftlicher Ausfertigung und einer auf einem für die elektronische Datenverarbeitung geeigneten Medium gespeicherter Fassung abzugeben.
- (4) Das Bewertungsverfahren soll vier Wochen nicht überschreiten.
- (5) Das Kolloquium darf erst nach Erreichen von 168 CR durchgeführt werden.
- (6) Die Dauer des Kolloquiums beträgt mindestens 30 Minuten und höchstens 60 Minuten. Das Kolloquium kann als Online-Kolloquium mit einer geeigneten Videosoftware durchgeführt werden, sofern sich der Prüfling und mindestens einer der Gutachter am selben Ort befinden.
- (7) Die Note der Bachelor-Thesis mit dem zugehörigen Kolloquium ergibt sich aus dem gewichteten Durchschnitt der beiden Einzelnoten, wobei die Note der Bachelor-Thesis dreifach und die Note des Kolloquiums einfach gewichtet werden.

§ 10

Bestehen der Bachelorprüfung und Bildung der Gesamtnote (§ 22 Rahmenprüfungsordnung)

- (1) Der Bachelor-Fernstudiengang Marketing ist bestanden, wenn alle nach dieser Prüfungs- und Studienordnung erforderlichen Modulprüfungen und die Bachelor-Thesis einschließlich des Kolloquiums bestanden wurden und damit die erforderliche Anzahl von Leistungspunkten erworben wurde. Die Module des Bachelorstudiums sowie deren Prüfungsform und -umfang sind dem Prüfungsplan (Anlage 1) sowie dem Modulhandbuch dieses Studienganges zu entnehmen.

(2) In die Gesamtnote fließen die gewichteten Noten aller Pflicht- und Wahlpflichtmodule, die gewichtete Gesamtnote der Bachelor-Thesis sowie des Kolloquiums ein. Hat der Kandidat mehr als die erforderlichen Wahlpflichtmodule mit Modulprüfungen erfolgreich abgeschlossen, kann er durch schriftliche Erklärung gegenüber dem Prüfungsamt bestimmen, welche der Noten in die Berechnung der Gesamtnote einbezogen werden sollen. Für die Wichtung werden die zu berücksichtigenden Noten mit den jeweiligen Credits gemäß Anlage 1 multipliziert.

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

V. Studienordnung

§ 11

Zweck der Studienordnung

Die Studienordnung dient der Information und Beratung der Studierenden im Hinblick auf eine sinnvolle Gestaltung des Studiums. Sie ist zugleich Grundlage für die studienbegleitende fachliche Beratung der Studierenden und für die Planung des Lehrangebots durch die Fakultät.

§ 12

Ziele des Studiums

(1) Der Bachelor-Fernstudiengang Marketing ist als berufsbegleitendes und berufsintegrierendes Fernstudium konzipiert. Es setzt sich aus Selbststudium und regelmäßigen Präsenzveranstaltungen sowie Onlineinhalten zusammen.

(2) Die Studierenden werden in diesem Studiengang dazu befähigt, Marketing als zentrale Funktion der Unternehmensführung zu verstehen und in diesem Kontext sein Instrumentarium in geeignete Konzepte zu überführen. Dazu ist es notwendig, verantwortlich praxisrelevante Probleme zu erkennen, mögliche vernetzte Lösungen anwendungsbezogen und realitätsnah auszuarbeiten, kritisch und sachkundig gegeneinander abzuwägen sowie eine gewählte Lösungsalternative zielführend und erfolgreich in die Praxis, insbesondere durch die Erarbeitung der Praxisarbeit, umzusetzen. Das Berufsfeld des Bachelors Marketing erstreckt sich auf weite Felder in den Bereichen Marketing, Unternehmensführung, Vertrieb, Digitales und Kommunikation in privaten und öffentlichen Institutionen und freiberufliche Tätigkeiten.

Insgesamt werden folgende Kompetenzziele verwirklicht:

- Beherrschen der Methodik wissenschaftlichen Arbeitens und anwendungsorientierter Forschung;
- Fähigkeit zur systematischen Problemanalyse und zur Entwicklung optimaler, konzeptioneller Handlungsalternativen unter Beachtung der Zielsetzung des Unternehmens bzw. der persönlichen Ziele des Unternehmers;
- Fähigkeit zu interdisziplinären Problemanalysen und -lösungen;
- Fähigkeit zur Projektorganisation, -planung, -koordination und -leitung;
- Fähigkeit zur Reflexion des erworbenen Wissens;
- Fähigkeit zur betriebswirtschaftlichen Diskussion auf Expertenniveau;
- Fähigkeit, komplexe betriebswirtschaftliche Gedankengänge nachvollziehbar, aber in präziser Weise darzustellen;
- Fähigkeit, sich selbstständig, systematisch und effizient in neue Gebiete des Unternehmens einzuarbeiten;
- Fähigkeit, selbstständig wissenschaftliche Arbeiten zu anspruchsvollen Themen zu verfassen.

Die Studierenden des Bachelor-Fernstudienganges Marketing erwerben damit einen Abschluss nach internationalem Standard, der besonders zu anspruchsvollen beruflichen Tätigkeiten in der privaten Wirtschaft befähigt und dabei auf Anforderungen einer unternehmerischen Führungspersönlichkeit vorbereitet.

Qualifikationsziel ist es, Bachelorabsolventen hervorzubringen, die:

- über ein breit angelegtes wissenschaftlich fundiertes Grundlagenwissen und für den Übergang in die Berufspraxis notwendige Fachkenntnisse verfügen,
- über profunde Kenntnisse im Bereich der Marktanalyse, der Ziel- und Strategieentwicklung, der operativen Umsetzung von Marketingmaßnahmen sowie deren Kontrolle verfügen und diese in einen umfassenden betriebswirtschaftlichen Kontext setzen können,
- die Fähigkeiten zum analytischen, vernetzten Denken und methodischen, eigenverantwortlichen Handeln besitzen,
- in der Lage sind, mit Fachkollegen und anderen im betriebswirtschaftlichen Bereich Tätigen zu kommunizieren und kooperieren, im kritischen Diskurs nach Lösungen zu suchen, im Team zu arbeiten und ihre Arbeit nach außen überzeugend zu vertreten und
- in der Lage sind, gesellschaftlich verantwortlich zu handeln und Entscheidungen ethisch zu fundieren.

In diesem Studiengang werden zukünftige Marketingexperten auf wissenschaftlicher Grundlage anwendungsorientiert umfassend gebildet. Diese Grundlagen werden ergänzt durch wahlobligatorische, vertiefende Fächer, die auf die rasanten Umbrüche in einer vernetzten, digitalisierten und globalisierten Wirtschaft abgestimmt sind. Die Studieninhalte entsprechen dem jeweiligen aktuellen Stand der Wissenschaft. Sie basieren auf dem Prinzip der Einheit von Forschung und Lehre. Der Studiengang integriert aktuelle Entwicklungen und pflegt interdisziplinäre Zusammenarbeit.

Im Bachelor-Fernstudiengang Marketing werden alle wesentlichen Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, der Unternehmensführung, des Marketings und angrenzender wirtschafts- und sozialwissenschaftlicher Gebiete sowie Soft Skills vermittelt, die zu der Basisqualifikation für eine weitergehende wissenschaftliche Ausbildung in einem Masterstudiengang führen können.

§ 13 Studienbeginn

Die Immatrikulation von Studienanfängern erfolgt sowohl zum Sommersemester als auch zum Wintersemester.

§ 14 Gliederung des Studiums

(1) Das Studium gliedert sich in acht Semester und ist in Module unterteilt. Module sind in sich abgeschlossene Lehreinheiten, in denen thematisch zusammengehörige Lehrinhalte zusammengefasst sind. Der erfolgreiche Abschluss eines Moduls wird durch eine Modulprüfung dokumentiert, deren Bestehen Voraussetzung für die Vergabe der für dieses Modul ausgewiesenen Credits ist.

(2) Die einzelnen Module sowie die Verteilung der Bearbeitungszeit auf Lehrveranstaltungen und Selbststudium sind dem Studienplan (Anlage 2) zu entnehmen.

(3) Die Bachelor-Thesis wird in der Regel im achten Semester bearbeitet.

§ 15 Inhalt des Studiums

- (1) Das Lehrangebot im Bachelor-Fernstudiengang Marketing umfasst die im Modulhandbuch näher beschriebenen Pflicht- und Wahlpflichtmodule.
- (2) Im fünften und siebten Semester wählen die Studierenden ein freies Wahlpflichtmodul aus einem durch den Studiengangsleiter zu Beginn jedes Semesters bestimmten Katalog.

§ 16 Lehr- und Lernformen

- (1) Es werden folgende Lehr- und Lernformen eingesetzt:
 1. Lehrveranstaltung: Vermittlung des Lehrstoffes durch Vorlesungen und seminaristischen Unterricht, der in Form von Präsenzveranstaltungen, synchroner Onlinelehre sowie Telefonkonferenzen erfolgen kann,
 2. Selbststudium: eigenständige Auseinandersetzung mit studien- und prüfungsrelevanten Inhalten unter Zuhilfenahme ausgehändigter Studienmaterialien und bereitgestellter asynchroner Onlineunterstützung, einschließlich der Vor- und Nachbereitung des vermittelten Lehrstoffes der Lehrveranstaltungen.
- (2) Aus welchen dieser Lehr- und Lernformen sich die einzelnen Module zusammensetzen, ist dem Studienplan (Anlage 2) zu entnehmen.
- (3) Lehrveranstaltungen können auch als Blockveranstaltungen durchgeführt werden. Diese werden im Regelfall einmal pro Semester und Modul abgehalten.

§ 17 Studienberatung

- (1) Alle Studierenden können sich in allgemeinen Angelegenheiten ihres Studiums vom Büro für Fernstudienangelegenheiten der Hochschule Wismar beraten lassen.
- (2) Die Hochschule Wismar informiert außerdem im Rahmen der allgemeinen Studienberatung über die von ihr getragenen Studienmöglichkeiten.
- (3) Die Beratung zu Fragen der Studiengestaltung einschließlich aller spezifischen Prüfungsangelegenheiten wird vom Fernstudienbüro für Fernstudienangelegenheiten der Hochschule Wismar durchgeführt. Die Studienfachberatung sollte insbesondere zu Beginn des Studiums, bei nicht bestandenen Prüfungen und bei Studiengangwechsel in Anspruch genommen werden.
- (4) Die Beratung zu Fragen einzelner Fachmodule liegt in der Verantwortung der jeweiligen Modulverantwortlichen.

VI. Schlussbestimmungen

§ 18 (Inkrafttreten)

Anlage 1 Prüfungsplan

Modul		1. Semester		2. Semester		3. Semester		4. Semester		5. Semester		6. Semester		7. Semester		8. Semester		Summe
		Prüfung	CR	Prüfung	CR	Prüfung	CR	Prüfung	CR	Prüfung	CR	Prüfung	CR	Prüfung	CR	Prüfung	CR	
PM 1	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	K 120	6															6
PM 2	Personalwirtschaft	K 120	6															6
PM 3	Unternehmensführung	K 120	6															6
PM 4	Grundlagen des Marketing	K 120	6															6
PM 5	Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten			APL	6													6
PM 6	Mathematische Methoden und Anwendungen			K 120	6													6
PM 7	Statistische Forschungsmethodik			K 120	6													6
PM 8	Produkt-, Preis-, Distributionsmanagement und Kommunikationspolitik			K 120	6													6
PM 9	Marktforschung und Marketingplanung					K 120	6											6
PM 10	Erfolgreiche Präsentation und Kommunikation					APL	6											6
PM 11	Markt-, Konsumenten- und Medienpsychologie					K 120	6											6
PM 12	Wirtschaftsprivatrecht					K 120	6											6
PM 13	Mikroökonomie							APL	6									6
PM 14	Projekt- und Prozessmanagement							K 120	6									6
PM 15	Vertriebsmanagement							K120	6									6
PM 16	Grundlagen des Onlinemarketing							K 120	6									6
PM 17	Marketingrecht									K 120	6							6
PM 18	WPM I*									K 120 o. APL	6							6
PM 19	(e) Customer-Relationship-Management									APL	6							6
PM 20	Marketing Intelligence und Industrie 4.0									APL	6							6

PM 21	Bilanzen											K 120	6					6
PM 22	Managementsimulation											APL	6					6
PM 23	Steuerlehre											K 120 o. APL	6					6
PM 24	Strategisches Management											K 120	6					6
PM 25	WPM II*													K 120 o. APL	6			6
PM 26	Omni-Channel-Management													APL	6			6
PM 27	Marketing-Controlling													K 120	6			6
PM 28	Projekt: Angewandtes Marketing- und Vertriebsmanagement															APL	6	6
PM 29	Bachelor-Thesis + Kolloquium															Bachelor- Thesis + Kolloquium	12	12
	Summe CR		24		24		24		24		24		24		18		18	180

Erläuterungen:

APL Alternative Prüfungsleistung
K Klausur, schriftliche Prüfung
CR Credits

PM Pflichtmodul
WPM Wahlpflichtmodul

Die Zeiteinheiten hinter K entsprechen Minuten.

* Die zur Wahl stehenden Module werden zu Beginn des Semesters bekannt gegeben.

Anlage 2 Studienplan

Modul		1. Semester		2. Semester		3. Semester		4. Semester		5. Semester		6. Semester		7. Semester		8. Semester		Summe
		LV + S	CR	LV + S	CR	LV + S	CR	LV + S	CR	LV + S	CR	LV + S	CR	LV + S	CR	LV + S	CR	
PM 1	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	8 + 142	6															6
PM 2	Personalwirtschaft	8 + 142	6															6
PM 3	Unternehmensführung	8 + 142	6															6
PM 4	Grundlagen des Marketing	16 + 134	6															6
PM 5	Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten			8 + 142	6													6
PM 6	Mathematische Methoden und Anwendungen			8 + 142	6													6
PM 7	Statistische Forschungsmethodik			8 + 142	6													6
PM 8	Produkt-, Preis-, Distributionsmanagement und Kommunikationspolitik			16 + 134	6													6
PM 9	Marktforschung und Marketingplanung					8 + 142	6											6
PM 10	Erfolgreiche Präsentation und Kommunikation					16 + 134	6											6
PM 11	Markt-, Konsumenten- und Medienpsychologie					8 + 142	6											6
PM 12	Wirtschaftsprivatrecht					8 + 142	6											6
PM 13	Mikroökonomie							8 + 142	6									6
PM 14	Projekt- und Prozessmanagement							8 + 142	6									6
PM 15	Vertriebsmanagement							16 + 134	6									6
PM 16	Grundlagen des Onlinemarketing							8 + 142	6									6
PM 17	Marketingrecht									8 + 142	6							6
PM 18	WPM I*									8 + 142	6							6
PM 19	(e) Customer-Relationship-Management									8 + 142	6							6
PM 20	Marketing Intelligence und Industrie 4.0									16 + 134	6							6

PM 21	Bilanzen											8 + 142	6					6
PM 22	Managementsimulation											24 + 126	6					6
PM 23	Steuerlehre											8 + 142	6					6
PM 24	Strategisches Management											16 + 134	6					6
PM 25	WPM II*												8 + 142	6				6
PM 26	Omni-Channel-Management												16 + 134	6				6
PM 27	Marketing-Controlling												8 + 142	6				6
PM 28	Projekt: Angewandtes Marketing- und Vertriebsmanagement														16 + 134	6		6
PM 29	Bachelor-Thesis + Kolloquium														300 S	12		12
	Summe CR	40 + 560	24	40 + 560	24	40 + 560	24	40 + 560	24	40 + 560	24	56 + 544	24	32 + 418	18	16 + 434	18	180

Erläuterungen:

CR Credits
PM Pflichtmodul
WPM Wahlpflichtmodul
LV Lehrveranstaltung in Form von Präsenzveranstaltungen und/oder synchroner Online-Lehre
S Selbststudium inklusive asynchroner Online-Lehre

Entsprechend dem ECTS Users´ Guide ist ein Credit mit einem Workload von 25 Stunden hinterlegt.

* Die zur Wahl stehenden Module werden zu Beginn des Semesters bekannt gegeben.

Anlage 3

Diploma Supplement

This Diploma Supplement model was developed by the European Commission, Council of Europe and UNESCO/CEPES. The purpose of the supplement is to provide sufficient independent data to improve the international 'transparency' and fair academic and professional recognition of qualifications (diplomas, degrees, certificates, etc.). It is designed to provide a description of the nature, level, context, content and status of the studies that were pursued and successfully completed by the individual named on the original qualification to which this supplement is appended. It should be free from any value judgements, equivalence statements or suggestions about recognition. Information in all eight sections should be provided. Where information is not provided, an explanation should give the reason why.

1. HOLDER OF QUALIFICATION

1.1 Family Name:

«Nachname»

1.2 First Name:

«Vorname»

1.3 Date, Place, Country of Birth:

«GebDatum», «GebOrt»

1.4 Student ID Number or Code:

not of public interest

2. QUALIFICATION

2.1 Name of Qualification (full, abbreviated; in original language):

Bachelor of Arts (B.A.)

Title Conferred (full, abbreviated; in original language):

Bachelor of Arts (B.A.)

2.2 Main Field(s) of Study:

Marketing

2.3 Institution Awarding the Qualification (in original language):

Hochschule Wismar, University of Applied Sciences: Technology, Business and Design
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften

Status (Type / Control)

University of Applied Sciences/State Institution

2.4 Institution Administering Studies:

[same]

2.5 Language of Instruction/Examination:

German

3. LEVEL OF THE QUALIFICATION

3.1 Level:

first degree (4 years), by research with thesis

3.2 Official Length of Programme:

4 years (180 Credit Points)

3.3 Access Requirements:

General higher education entrance qualification; or subject-restricted higher education entrance qualification for studies at universities of applied sciences; or passing the admission examination at Wismar University.

4. CONTENTS AND RESULTS GAINED

4.1 Mode of Study:

distance learning

4.2 Program Requirements:

In this course of study students are enabled to identify problems in the area of marketing, to work out possible solutions in an application-oriented and realistic manner, to weigh them critically and competently against each other and to implement a chosen alternative solution in a target-oriented and successful manner. The students of the Bachelor's Programme in Marketing acquire a degree according to international standards, which qualifies them for professional activities in all areas of marketing and prepares them for the requirements of an entrepreneurial leader in this professional field.

4.3 Program Details:

See Final Examination Certificate (Bachelorzeugnis) for a list of the subjects offered for final examinations (written and oral) and for the thesis topics, including evaluations.

4.4 Grading Scheme:

General grading scheme df. Sec. 8.6

4.5 Overall Classification (in original language):

«GesNoteT»

Based on weighted average of grades in examination fields.

ECTS – Grading Table

The reference quantity constitutes “xx” completed courses in the period from “dd/mm/yyyy” until “dd/mm/yyyy”. The grading table is created after the completion of each semester; this means the graduates of the current semester are not included.

Grade	As a percentage %	Number	Grade range
1,0 to 1,5	x	x	very good
1,6 to 2,5	x	x	good
2,6 to 3,5	x	x	satisfactory
3,6 to 4,0	x	x	sufficient

The individual values are shortened to two decimal places. The sum of percentages may therefore differ slightly from 100%.

5. FUNCTION OF THE QUALIFICATION

5.1 Access to Further Study:

Qualifies the bearer of B.A. degree for admission to the Master programme in business administration.

5.2 Professional Status:

The B.A. degree qualifies graduates to exercise professional work in the fields of business administration.

6. ADDITIONAL INFORMATION

6.1 Additional Information:

-

6.2 Further Information Sources:

On the institution: www.hs-wismar.de

On the programme: www.wings.hs-wismar.de

For national information sources cf. Sect. 8.8

7. CERTIFICATION OF THE SUPPLEMENT

This Diploma Supplement refers to the following original documents:

Awarded Bachelor Degree Certificate (Bachelorurkunde)

Bachelor Degree Certification (Bachelorzeugnis)

Certification Date: «PruefDatum»

(Official Stamp/Seal)

«PruefVors»
Chairman
Examination Committee

8. NATIONAL HIGHER EDUCATION SYSTEM: Germany

The information on the national higher education system on the following pages provides a context for the qualification and the type of higher education institution that awarded it (DSDoc 01/03.00).

8. INFORMATION ON THE GERMAN HIGHER EDUCATION SYSTEM

8.1 Types of Institutions and Institutional Status

Higher education (HE) studies in Germany are offered at three types of Higher Education Institutions (HEI):

– *Universitäten*, including various specialized institutions, offer the whole range of academic disciplines. In the German tradition, universities focus in particular on basic research so that advanced stages of study have mainly theoretical orientation and research-oriented components.

– *Fachhochschulen* (Universities of Applied Sciences) concentrate their study programmes in engineering and other technical disciplines, business-related studies, social work, and design areas. The common mission of applied research and development implies an application-oriented focus of studies, which includes integrated and supervised work assignments in industry, enterprises or other relevant institutions.

– *Kunst- und Musikhochschulen* (Universities of Art/Music) offer studies for artistic careers in fine arts, performing arts and music; in such fields as directing, production, writing in theatre, film, and other media; and in a variety of design areas, architecture, media and communication

Higher Education Institutions are either state or state-recognized institutions. In their operations, including the organization of studies and the designation and award of degrees, they are both subject to higher education legislation.

8.2 Types of Programmes and Degrees Awarded

Studies in all three types of institutions have traditionally been offered in integrated "long" (one-tier) programmes leading to *Diplom-* or *Magister Artium* degrees or completed by a *Staatsprüfung* (State Examination).

Within the framework of the Bologna-Process one-tier study programmes are successively being replaced by a two-tier study system. Since 1998, two-tier degrees (Bachelor and Master) have been introduced in almost all study programmes. This change is designed to provide enlarged variety and flexibility to students in planning and pursuing educational objectives, they also enhance international compatibility of studies.

The German Qualifications Framework for Higher Education Degrees, the German Qualifications Framework for Lifelong Learning and the European Qualifications Framework for Lifelong Learning describe the degrees of the German Higher Education System. They contain the classification of the qualification levels as well as the resulting qualifications and competencies of the graduates.

For details cf. Sec. 8.4.1, 8.4.2, and 8.4.3 respectively. Table 1 provides a synoptic summary.

8.3 Approval/Accreditation of Programmes and Degrees

To ensure quality and comparability of qualifications, the organization of studies and general degree requirements have to conform to principles and regulations established by the Standing Conference of the Ministers of Education and Cultural Affairs of the *Länder* in the Federal Republic of Germany (KMK). In 1999, a system of accreditation for programmes of study has become operational under the control of an Accreditation Council at national level. All new programmes have to be accredited under this scheme; after a successful accreditation they receive the quality-label of the Accreditation Council.

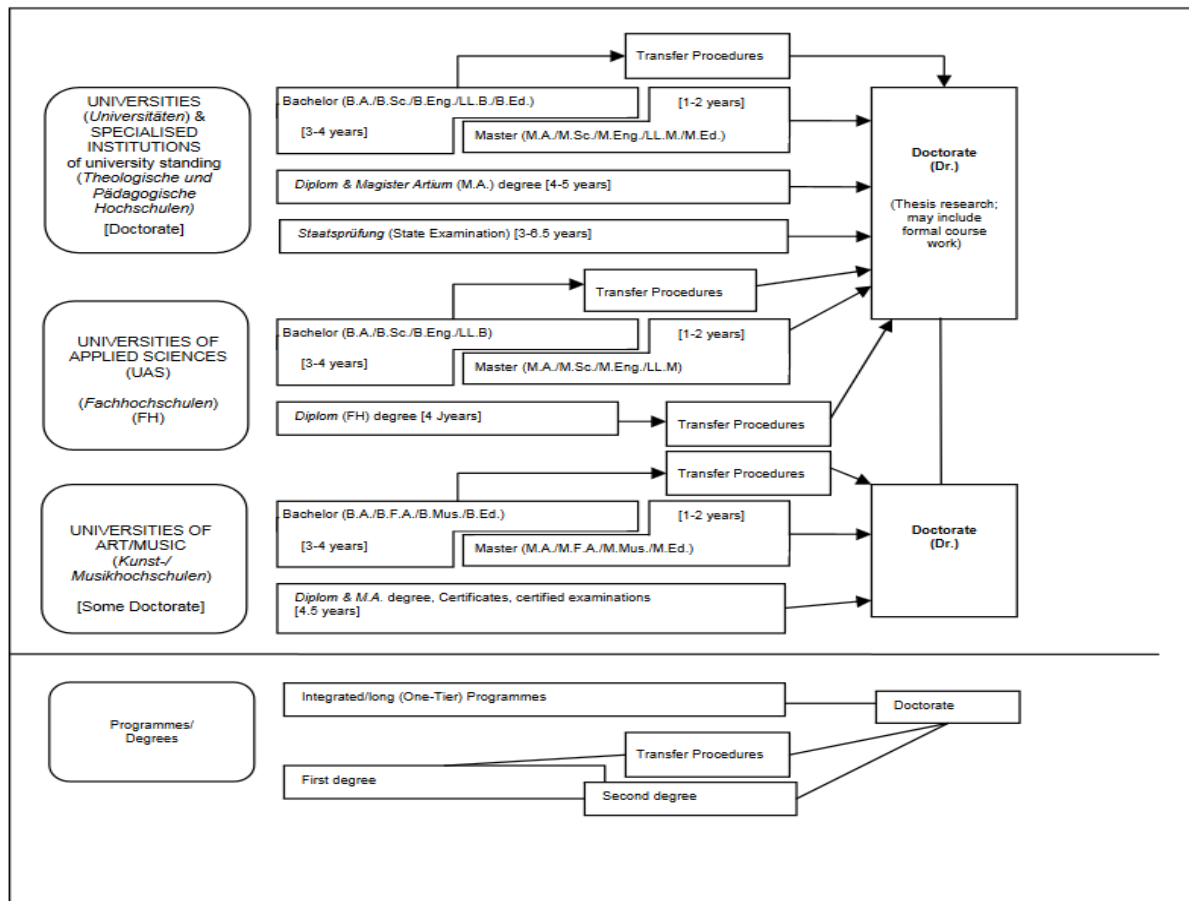
8.4 Organization and Structure of Studies

The following programmes apply to all three types of institutions. Bachelor's and Master's study courses may be studied consecutively, at various higher education institutions, at different types of higher education institutions and with phases of professional work between the first and the second qualification. The organization of the study programmes makes use of modular components and of the European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS) with 30 credits corresponding to one semester.

8.4.1 Bachelor

Bachelor degree study programmes lay the academic foundations, provide methodological skills and lead to qualifications related to the professional field. The Bachelor degree is awarded after 3 to 4 years. The Bachelor degree programme includes a thesis requirement. Study courses leading to the Bachelor degree must be accredited according to the Law establishing a Foundation for the Accreditation of Study Programmes in Germany. First degree programmes (Bachelor) lead to Bachelor of Arts (B.A.), Bachelor of Science (B.Sc.), Bachelor of Engineering (B.Eng.), Bachelor of Laws (LL.B.), Bachelor of Fine Arts (B.F.A.), Bachelor of Music (B.Mus.) or Bachelor of Education (B.Ed.). The Bachelor degree corresponds to level 6 of the German Qualifications Framework/ European Qualifications Framework.

Table 1: Institutions, Programmes and Degrees in German Higher Education



8.4.2 Master

Master is the second degree after another 1 to 2 years. Master study programmes may be differentiated by the profile types "practice-oriented" and "research-oriented". Higher Education Institutions define the profile.

The Master degree study programme includes a thesis requirement. Study programmes leading to the Master degree must be accredited according to the Law establishing a Foundation for the Accreditation of Study Programmes in Germany.

Second degree programmes (Master) lead to Master of Arts (M.A.), Master of Science (M.Sc.), Master of Engineering (M.Eng.), Master of Laws (L.L.M.), Master of Fine Arts (M.F.A.), Master of Music (M.Mus.) or Master of Education (M.Ed.). Master study programmes, which are designed for

continuing education may carry other designations (e.g. MBA).

The Master degree corresponds to level 7 of the German Qualifications Framework/ European Qualifications Framework.

8.4.3 Integrated „Long“ Programmes (One-Tier): Diplom degrees, Magister Artium, Staatsprüfung

An integrated study programme is either mono-disciplinary (*Diplom* degrees, most programmes completed by a *Staatsprüfung*) or comprises a combination of either two major or one major and two minor fields (*Magister Artium*). The first stage (1.5 to 2 years) focuses on broad orientations and foundations of the field(s) of study. An Intermediate Examination (*Diplom-Vorprüfung* for *Diplom* degrees; *Zwischenprüfung* or credit requirements for the *Magister Artium*) is prerequisite to enter the second stage of advanced studies and specializations. Degree requirements include submission of a thesis (up to 6 months duration) and comprehensive final written and oral examinations. Similar regulations apply to studies leading to a *Staatsprüfung*. The level of qualification is equivalent to the Master level.

– Integrated studies at *Universitäten (U)* last 4 to 5 years (*Diplom* degree,

Magister Artium) or 3 to 6.5 years (*Staatsprüfung*). The *Diplom* degree is awarded in engineering disciplines, the natural sciences as well as economics and business. In the humanities, the corresponding degree is

usually the *Magister Artium* (M.A.). In the social sciences, the practice varies as a matter of institutional traditions. Studies preparing for the legal, medical and pharmaceutical professions are completed by a *Staatsprüfung*. This applies also to studies preparing for teaching professions of some *Länder*.

The three qualifications (*Diplom*, *Magister Artium* and *Staatsprüfung*) are academically equivalent and correspond to level 7 of the German Qualifications Framework/ European Qualifications Framework.

They qualify to apply for admission to doctoral studies. Further prerequisites for admission may be defined by the Higher Education Institution, cf. Sec. 8.5.

– Integrated studies at *Fachhochschulen (FH)*/Universities of Applied Sciences (UAS) last 4 years and lead to a *Diplom (FH)* degree which corresponds to level 6 of the German Qualifications Framework/ European Qualifications Framework.

While the *FH/UAS* are non-doctorate granting institutions, qualified graduates may apply for admission to doctoral studies at doctorate-granting institutions, cf. Sec. 8.5.

– Studies at *Kunst- and Musikhochschulen* (Universities of Art/Music etc.) are more diverse in their organization, depending on the field and individual objectives. In addition to *Diplom/Magister* degrees, the integrated study programme awards include Certificates and certified examinations for specialized areas and professional purposes.

8.5 Doctorate

Universities as well as specialized institutions of university standing and some Universities of Art/Music are doctorate-granting institutions. Formal prerequisite for admission to doctoral work is a qualified Master (UAS and U), a Magister degree, a *Diplom*, a *Staatsprüfung*, or a foreign equivalent. Comparable degrees from universities of art and music can in exceptional cases (study programmes such as music theory, musicology, pedagogy of arts and music, media studies) also formally qualify for doctoral work. Particularly qualified holders of a Bachelor or a *Diplom (FH)* degree may also be admitted to doctoral studies without acquisition of a further degree by means of a procedure to determine their aptitude. The universities respectively the doctorate-granting institutions regulate entry to a doctorate as well as the structure of the procedure to determine aptitude. Admission further requires the acceptance of the Dissertation research project by a professor as a supervisor.

The doctoral degree corresponds to level 8 of the German Qualifications Framework/ European Qualifications Framework.

8.6 Grading Scheme

The grading scheme in Germany usually comprises five levels (with numerical equivalents; intermediate grades may be given): "Sehr Gut" (1) = Very Good; "Gut" (2) = Good; "Befriedigend" (3) = Satisfactory; "Ausreichend" (4) = Sufficient; "Nicht ausreichend" (5) = Non-sufficient/Fail. The minimum passing grade is "Ausreichend" (4). Verbal designations of grades may vary in some cases and for doctoral degrees.

In addition, grade distribution tables as described in the ECTS Users' Guide are used to indicate the relative distribution of grades within a reference group.

8.7 Access to Higher Education

The General Higher Education Entrance Qualification (*Allgemeine Hochschulreife, Abitur*) after 12 to 13 years of schooling allows for admission to all higher educational studies. Specialized variants (*Fachgebundene Hochschulreife*) allow for admission at *Fachhochschulen* (UAS), universities and equivalent higher education institutions, but only in particular disciplines. Access to study programmes at *Fachhochschulen* (UAS) is also possible with a *Fachhochschulreife*, which can usually be acquired after 12 years of schooling. Admission to study programmes at Universities of Art/Music and comparable study programmes at other higher education institutions as well as admission to a study programme in sports may be based on other or additional evidence demonstrating individual aptitude.

Applicants with a vocational qualification but without a school-based higher education entrance qualification are entitled to a general higher education entrance qualification and thus to access to all study programmes, provided they have obtained advanced further training certificates in particular state-regulated vocational fields (e.g. Meister/Meisterin im Handwerk, Industriemeister/in, Fachwirt/in (IHK und HWK), staatlich geprüfte/r Betriebswirt/in, staatliche geprüfte/r Gestalter/in, staatlich geprüfte/r Erzieher/in). Vocationally qualified applicants can obtain a *Fachgebundene Hochschulreife* after completing a state-regulated vocational education of at least two years' duration plus professional practice of normally at least three years' duration, after having successfully passed an aptitude test at a higher education institution or other state institution; the aptitude test may be replaced by successfully completed trial studies of at least one year's duration.

Higher Education Institutions may in certain cases apply additional admission procedures.

8.8 National Source of Information

- *Kultusministerkonferenz (KMK)* [Standing Conference of the Ministers of Education and Cultural Affairs of the Länder in the Federal Republic of Germany]; Graurheindorfer Str. 157, D-53117 Bonn; Fax: +49[0]228/501-777; Phone: +49[0]228/501-0
- Central Office for Foreign Education (ZaB) as German NARIC; www.kmk.org; E-Mail: zab@kmk.org
- "Documentation and Educational Information Service" as German EURYDICE-Unit, providing the national dossier on the education system (<http://www.kmk.org/dokumentation/zusammenarbeit-auf-europaeischer-ebene-im-eurydice-informationsnetz.html>); E-Mail: eurydice@kmk.org
- *Hochschulrektorenkonferenz (HRK)* [German Rectors' Conference]; Ahnrstrasse 39, D-53175 Bonn; Fax: +49[0]228/887-110; Phone: +49[0]228/887-0; www.hrk.de; E-Mail: post@hrk.de
- "Higher Education Compass" of the German Rectors' Conference features comprehensive information on institutions, programmes of study, etc. (www.higher-education-compass.de)

- ¹ The information covers only aspects directly relevant to purposes of the Diploma Supplement. All information as of January 2015.
- ² *Berufsakademien* are not considered as Higher Education Institutions, they only exist in some of the *Länder*. They offer educational programmes in close cooperation with private companies. Students receive a formal degree and carry out an apprenticeship at the company. Some *Berufsakademien* offer Bachelor courses which are recognized as an academic degree if they are accredited by a German accreditation agency.
- ³ German Qualifications Framework for Higher Education Degrees. (Resolution of the Standing Conference of the Ministers of Education and Cultural Affairs of the *Länder* in the Federal Republic of Germany of 21 April 2005).
- ⁴ German Qualifications Framework for Lifelong Learning (DQR). Joint resolution of the Standing Conference of the Ministers of Education and Cultural Affairs of the Länder in the Federal Republic of Germany, the German Federal Ministry of Education and Research, the German Conference of Economics Ministers and the German Federal Ministry of Economics and Technology (Resolution of the Standing Conference of the Ministers of Education and Cultural Affairs of the Länder in the Federal Republic of Germany of 15 November 2012). More information at www.dqr.de
- ⁵ Recommendation of the European Parliament and the European Council on the Establishment of a European Qualifications Framework for Lifelong Learning of 23 April 2008 (2008/C 111/01 –European Qualifications Framework for Lifelong Learning – EQF).
- ⁶ Common structural guidelines of the *Länder* for the accreditation of Bachelor's and Master's study courses (Resolution of the Standing Conference of the Ministers of Education and Cultural Affairs of the *Länder* in the Federal Republic of Germany of 10.10.2003, as amended on 04.02.2010).
- ⁷ "Law establishing a Foundation 'Foundation for the Accreditation of Study programmes in Germany'", entered into force as from 26 February 2005, GV. NRW. 2005, No. 5, p. 45 in connection with the Declaration of the *Länder* to the Foundation "Foundation for the Accreditation of Study programmes in Germany" (Resolution of the Standing Conference of the Ministers of Education and Cultural Affairs of the *Länder* in the Federal Republic of Germany of 16 December 2004).

⁸ See note No. 7.

⁹ See note No. 7.

¹⁰ Access to higher education for applicants with a vocational qualification, but without a school-based higher education entrance qualification (Resolution of the Standing Conference of the Ministers of Education and Cultural Affairs of the *Länder* in the Federal Republic of Germany of 6 March 2009).

