

**Satzung der Externenprüfungsordnung für die
Fachrichtungen „Digital Marketing & Sales“,
„Digital Business & Leadership“, „Digital
Operations Management“ und
„Digital Management & Analytics“
Master of Business Administration –
MBA der Hochschule für Wirtschaft und
Umwelt Nürtingen-Geislingen
vom 8. Februar 2022**

in der Fassung der 1. Änderungssatzung vom 7. Februar 2023

Rechtsgrundlage

Aufgrund von § 8 in Verbindung mit § 33 des Gesetzes über die Hochschulen in Baden-Württemberg (Landeshochschulgesetz - LHG) in der Fassung vom 01. Januar 2005 (GBl. S. 1), zuletzt geändert durch Artikel 1 des Vierten Hochschulrechtsänderungsgesetzes vom 17.12.2020 (GBl. S. 1204) hat der Senat der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen am 27. Januar 2022 die nachstehende Satzung beschlossen.

A. ALLGEMEINER TEIL

§ 1 Geltungsbereich

- (1) Diese Prüfungsordnung gilt für die Masterprüfung von nichtmatrikulierten Studierenden (Externenprüfung) zum "Master of Business Administration" in den Fachrichtungen „Digital Marketing & Sales“, „Digital Business & Leadership“, „Digital Operations Management“ und „Digital Management & Analytics“.
- (2) Die Amts- und Funktionsbezeichnungen in dieser Prüfungsordnung beziehen sich in gleicher Weise auf Frauen wie auf Männer; im Übrigen gilt § 11 Abs. 7 LHG entsprechend.

§ 2 Anwendung der Studien- und Prüfungsordnung der Hochschule Nürtingen-Geislingen

Für diese Prüfungsordnung ist die geltende Studien- und Prüfungsordnung der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen für Masterstudiengänge vom 29. Januar 2013 in der jeweils geltenden Fassung anzuwenden, soweit in dieser Prüfungsordnung nichts anderes bestimmt ist. Ausgenommen sind § 3 und § 4 Absatz 1 des Allgemeinen Teils für Masterstudiengänge.

§ 3 Zulassungsvoraussetzungen

- (1) Zur Externenprüfung kann zugelassen werden, wer folgende Voraussetzungen nachweist:
 1. Ein abgeschlossenes Studium an einer deutschen Hochschule oder Dualen Hochschule oder ein vergleichbarer Abschluss an einer ausländischen Hochschule im Umfang von in der Regel mindestens 210 ECTS-Punkten; bei weniger als 210 ECTS-Punkten ist der Nachweis der Qualifikation nach Abs. 2 zu führen. Der Abschluss wird nachgewiesen durch eine amtlich beglaubigte Abschrift oder Fotokopie des Abschlusses, bei ausländischen Bildungsnachweisen ist die Bescheinigung über die Anerkennung durch das Studienkolleg Konstanz beizufügen.
 2. Eine berufspraktische Erfahrung von mindestens einem Jahr, wobei die während des Erststudiums geleistete Praxiszeit anerkannt wird.
 3. Den Nachweis über eine hinreichende Vorbereitung auf die Externenprüfung (Teilnahme an einem Vorbereitungsprogramm, das auf der Grundlage der Kooperationsvereinbarung zwischen der Hochschule und der WAF Weiterbildungsakademie an der Hochschule Nürtingen-Geislingen e.V. durchgeführt wird. Das Vorbereitungsprogramm der WAF Weiterbildungsakademie muss von einer Akkreditierungsagentur, die vom Akkreditierungsrat anerkannt ist, zertifiziert sein.)
- (2) Bei Bachelorabschlüssen mit weniger als 210 ECTS-Punkten prüft der zuständige wissenschaftliche Leiter und ein/eine weitere/r im Programm tätige Dozentin / Dozent mit mind. Masterabschluss in einem wirtschaftswissenschaftlichen Studiengang, ob die nach den Zugangsvoraussetzungen erforderliche Qualifikation gleichwertig nachgewiesen wird. Die Prüfung erfolgt anhand der eingereichten Unterlagen. Darüber hinaus kann ein Eignungsgespräch geführt oder sonstige Maßnahmen zur Eignungsfeststellung ergriffen werden.

- (3) Dem Antrag auf Zulassung zur Externenprüfung ist außerdem ein Lebenslauf mit Darstellung der bisherigen Studienerfahrung und der relevanten Berufserfahrung beizufügen.
- (4) Über die Zulassung zur Externenprüfung entscheidet der Prüfungsausschuss der Fakultät Betriebswirtschaft und Internationale Finanzen der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen.

§ 4 Modulinhalte und Modulprüfungen

- (1) Der Bewerber wählt in der Regel mit dem Antrag auf Zulassung eine der Fachrichtungen „Digital Marketing & Sales“, „Digital Business & Leadership“, „Digital Operations Management“ und „Digital Management & Analytics“. Die Auswahl der Fachrichtung kann noch bis zum Ende des 1. Semesters durch einfachen, formlosen Antrag des Bewerbers geändert werden. Das Anmeldeverfahren und das kapazitätsabhängige Zustandekommen der jeweiligen Fachrichtung regelt die wissenschaftliche Leitung des Studienprogramms.
- (2) Nach dem Abschluss des 1. Semesters ist ein Wechsel der Fachrichtung nur mit Zustimmung der wissenschaftlichen Leitung und des Prüfungsausschusses der Fakultät Betriebswirtschaft und Internationale Finanzen möglich. Hierfür müssen ggf. entsprechende Prüfungen und Vorbereitungskurse nachgeholt werden.
- (3) Die Modulprüfungen werden grundsätzlich im Anschluss an die betreffenden Vorbereitungskurse des jeweiligen Semesters abgelegt.
- (4) Die Masterarbeit ist eine schriftliche wissenschaftliche Arbeit. Die Bearbeitungszeit beträgt fünf Monate. Das Thema der Masterarbeit ist grundsätzlich zu Beginn des 4. Semesters, bis spätestens 6 Wochen nach Beginn des 4. Semesters, zu vereinbaren.
- (5) Schriftliche Arbeiten, Referate/ Präsentationen, Studienarbeiten und die Masterarbeit können auch als Gruppenarbeiten vergeben werden. Der Anteil der einzelnen Kandidaten in einer Gruppenleistung muss getrennt dargestellt und bewertet werden können.
- (6) Ein Ablegen der Module in einem anderen als im „Besonderen Teil“ vorgesehenen Semester ist möglich.
- (7) Eine Modulprüfung kann nur als Ganzes wiederholt werden. Eine Wiederholung von Teilen ist ausgeschlossen.

§ 5 Unterrichts- und Prüfungssprache

- (1) Unterrichts- und Prüfungssprachen sind Deutsch und Englisch. Die Unterrichtssprache für einzelne Fächer wird zu Beginn des Vorlesungsbetriebs festgelegt und es erfolgt eine entsprechende Bekanntgabe – i.d.R. über das Modulhandbuch.
- (2) Die Entscheidung darüber, ob einzelne Lehrveranstaltungen in deutscher oder englischer Unterrichtssprache erfolgen, trifft die wissenschaftliche Leitung des Studienprogramms im Einvernehmen mit den entsprechenden Lehrpersonen.
- (3) Die Prüfung erfolgt in der Regel in der jeweiligen Unterrichtssprache.

§ 6 Zeugnis und Abschlussbezeichnung

- (1) Hat der Bewerber alle Modulprüfungen für die Masterprüfung bestanden, gilt die Externenprüfung als erfolgreich abgeschlossen. Über die Ergebnisse der Masterprüfung wird ein Masterzeugnis (MBA) ausgestellt, in welchem zu vermerken ist, dass die Masterprüfung als Externenprüfung abgelegt wurde.
- (2) Das Masterzeugnis (MBA) enthält die Modulnoten, das Thema der Masterarbeit und die Gesamtnote.
- (3) Im Besonderen Teil werden die Gewichtungsfaktoren zur Ermittlung der Noten im Masterzeugnis (MBA) bestimmt.
- (4) Die Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen verleiht nach bestandener Masterprüfung den akademischen Grad Master of Business Administration für die Fachrichtung „Digital Marketing & Sales“, „Digital Business & Leadership“, „Digital Operations Management“ oder „Digital Management & Analytics“. Zusätzlich wird ein Diploma Supplement (DS) entsprechend dem European Diploma Supplement Model (Europäische Union/Europarat/UNESCO) ausgestellt.
- (5) Erstellt ein Bewerber eine weitere Masterarbeit und belegt die erforderlichen Module aus einer zunächst nicht gewählten Fachrichtung, kann ein weiterer Grad Master of Business Administration – MBA für die Fachrichtung „Digital Marketing & Sales“, „Digital Business & Leadership“, „Digital Operations Management“ oder „Digital Management & Analytics“ verliehen werden. Wurde die Masterarbeit für den ersten Grad mit der Note 2,0 oder besser bewertet und eine Gesamtnote von 2,3 oder besser erreicht, kann die Masterarbeit bei Gleichwertigkeit durch den Prüfungsausschuss für den weiteren

Grad anerkannt werden.

§ 7 Prüfungsgebühren

Es werden Prüfungsgebühren gemäß der Satzung über die Erhebung von Gebühren und Auslagen an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen (Hochschul-Gebührensatzung) vom 31. Oktober 2018 erhoben. Sie sind unverzüglich nach Zulassung zur Externenprüfung (§ 4 Abs. 5) zu entrichten. Die Zulassung wird erst wirksam, wenn die Prüfungsgebühr entrichtet ist.

§ 8 Inkrafttreten

- (1) Diese Satzung tritt zum 01. September 2022 in Kraft.
- (2) Die Änderung der Externenprüfungsordnung vom 7. Februar 2023 tritt zum 1. September 2023 in Kraft.

B. BESONDERER TEIL

1. Nachweis einer hinreichenden Vorbereitung auf die Externenprüfung

Das berufsbegleitende Masterstudium umfasst drei theoretische Studiensemester mit einer gegenüber einem Vollzeitstudium auf 80% (24 CR) reduzierter Arbeitsbelastung. Die Anfertigung der Masterarbeit erfolgt i.d.R. im 4. Semester. Der Nachweis einer hinreichenden Vorbereitung auf die Externenprüfung gilt als erbracht, wenn der Besuch einschlägiger Vorbereitungskurse belegt werden kann. Inhalt und Struktur der Vorbereitung werden in einer separaten Vereinbarung mit dem Träger der Vorbereitungskurse festgelegt.

Bezugnehmend auf §2 (6) der Studien- und Studien- und Prüfungsordnung der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen – Allgemeiner Teil für Masterstudiengänge kann der Unterricht der Vorbereitungskurse in einem sogenannten Hybridformat mit einem entsprechenden Anteil an Online-Unterricht angeboten werden.

Den entsprechenden Anteil an Präsenz- und Online-Unterricht legt die wissenschaftliche Leitung des Studienprogramms zusammen mit den jeweiligen Lehrpersonen fest.

Die Studierenden müssen daher die notwendigen Voraussetzungen für eine Teilnahme am Online-Unterricht der Vorbereitungskurse, wie insbesondere ein internetfähiges Endgerät mit Kamera und Mikrofon sowie einen entsprechenden Internetzugang, verfügbar haben.

2. Module und Modulprüfungen

Se- mes- -ter	Modul- num- -Mer	Module (deutsche/ englische Bezeichnungen)		CR	MP	NG	
1	107-025	Digitale Geschäftsmodellinnovationen	Digital Business Model Innovation	6	R	6	
	107-026	Digitaltechnologien & -recht	Digital Technology & Law	6	S	6	
	107-027	Digitales KI-basiertes Customer Experience & Relationship Management	Digital AI based Customer Experience & Relationship Management	6	StA	6	
	107-028	Digitale Marketingstrategie, Markenführung & Kampagnenmanagement	Digital Marketing Strategy, Branding & Campaign Management	6	StA	6	
Gesamt Semester 1				24			
2+3	107-029	Digital Entrepreneurship & wertebasierte Start-Up Entwicklung	Digital Entrepreneurship & Value Based Start-Up Development	6	StA	6	
	107-030	Design Thinking & User Experience Management	Design Thinking & User Experience Management	6	StA	6	
	107-031	Digitale Transformation & nachhaltiges Veränderungsmanagement	Digital Transformation & Sustainable Change Management	6	R	6	
	Fachrichtung: Digital Marketing & Sales						
	107-032	Suchmaschinen-/Performance-Marketing & Web Analytics	Search Engine/Performance Marketing & Web Analytics	6	StA	6	
	107-023	Social Media, Content & Influencer Marketing	Social Media, Content & Influencer Marketing	6	StA	6	
	107-034	Automatisiertes und programmatisches digitales Marketing	Advanced & Programmatic Digital Marketing	6	StA	6	
	107-035	Machine Learning & Big Data Analytics	Machine Learning & Big Data Analytics	6	StA	6	
	107-036	Digitalisierung im Vertrieb & E-Commerce	Digital Sales & E-Commerce	6	R	6	
	Fachrichtung: Digital Business & Leadership						
	107-036	Digitalisierung im Vertrieb & E-Commerce	Digital Sales & E-Commerce	6	R	6	
	107-037	Datenbasierte B2B-Geschäftsmodelle und -Plattformen	Data-based B2B Business Models & Platforms	6	StA	6	
	107-038	Digitale Business Planung, Steuerung & Unternehmensbewertung	Digital Business Planning, Steering & Valuation	6	StA	6	
	107-039	Digitale Führung & agiles Management	Digital Leadership & Agile Management	6	S	6	
107-040	Digitales Personalmanagement	Digital HR Management	6	StA	6		

Fachrichtung: Digital Operations Management						
	107-037	Datenbasierte B2B-Geschäftsmodelle und -Plattformen	Data-based B2B Business Models & Platforms	6	StA	6
	107-038	Digitale Business Planung, Steuerung & Unternehmensbewertung	Digital Business Planning, Steering & Valuation	6	StA	6
	107-041	Digitalisierung des Controllings u. KI-basierte Prozess-Automatisierung	Digital Controlling & AI based Process Automation	6	StA	6
	107-042	Internet of Things, Industrie 4.0 & Innovationsmanagement	Internet of Things, Industrie 4.0 & Innovation Management	6	StA	6
	107-043	Digitales Supply Chain Management	Digital Supply Chain Management	6	StA	6
Fachrichtung: Digital Management & Analytics						
	107-032	Suchmaschinen-/Performance-Marketing & Web Analytics	Search Engine/ Performance Marketing & Web Analytics	6	StA	6
	107-035	Machine Learning & Big Data Analytics	Machine Learning & Big Data Analytics	6	StA	6
	107-038	Digitale Business Planung, Steuerung & Unternehmensbewertung	Digital Business Planning, Steering & Valuation	6	StA	6
	107-041	Digitalisierung des Controllings u. KI-basierte Prozess-Automatisierung	Digital Controlling & AI based Process Automation	6	StA	6
	107-044	Datenmanagement & Visual Analytics	Data Management & Visual Analytics	6	StA	6
	Gesamt Semester 2 und 3			48		
4	107-013	Masterarbeit	Master Thesis	18	MA 5Mo	18
	Gesamt Semester 4			18		
Gesamt Studium				90		

Legende:

CR	= Credits
MA	= Masterarbeit
Mo	= Monate
MP	= Modulprüfung
NG	= Notengewichtung für die Gesamtnote
R	= Referat / Präsentation
S	= schriftliche Arbeit (online)
StA	= Studienarbeit

3. Belegung Module anderer Fachrichtung des MBA

Bis zu zwei Module des 2. und 3. Semesters können mit Zustimmung des zuständigen wissenschaftlichen Leiters aus den anderen Fachrichtungen des MBA belegt werden und dadurch ein Modul aus der eigenen Fachrichtung oder den Pflichtmodulen ersetzt werden. Die Zustimmung zur Fremdbelegung des Moduls ist abhängig von fachlicher Passung und von kapazitiver Verfügbarkeit.