

Amtsblatt

der Hochschule für Angewandte Wissenschaften - Fachhochschule Deggendorf

Nummer 13

Jahrgang 2007

Prüfungsordnung für das Weiterbildungsangebot „Zertifizierte Marketing- und Vertriebsmanager“ an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften - Fachhochschule Deggendorf vom 9. August 2007

**Prüfungsordnung für das Weiterbildungsangebot
„Zertifizierte Marketing- und Vertriebsmanager“
an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften -
Fachhochschule Deggendorf
Vom 9. August 2007**

Aufgrund von Art. 13 des Bayerischen Hochschulgesetzes (BayHSchG) erlässt die Hochschule für Angewandte Wissenschaften - Fachhochschule Deggendorf folgende Satzung:

**§ 1
Zweck der Prüfungsordnung**

Der Anspruch an die Effizienz der Marketing- und Vertriebsbereiche der Unternehmen wird durch zunehmende Internationalisierung, die außerordentliche Informationsüberfrachtung der Kunden und die starke internationale Konkurrenz immer höher. Die Lehrgangsinhalte des Weiterbildungsangebotes sind ausgerichtet an den Aufgaben, die qualifizierte Marketing- und Vertriebsmanager erfüllen müssen. Die Professionalität soll durch praxisbezogenes Lernen verbessert werden – aufbauend auf einem akademisch fundierten „State of the Art“ - Wissen.

Dieses berufliche Weiterbildungsangebot ermöglicht es, das erworbene und praktizierte Marketing- und Vertriebs-Know-how nach Außen hin sichtbar zu machen. Mit diesem Weiterbildungsangebot wird eine Lücke in der beruflichen Weiterqualifizierung geschlossen, welche das komplexe Anforderungsprofil an Marketing- und Vertriebsmanager von Management- und Führungsqualitäten über Methoden-, Sozial- und Fachkompetenz beinhaltet.

**§ 2
Aufbau, Dauer und Umfang des Weiterbildungsangebotes in Abhängigkeit der angestrebten Zertifikate**

(1) Zertifikat „Zertifizierter Produktmanagement-experte“/“Certified Productmanagement Expert“

Um dieses Zertifikat zu erhalten, müssen folgende Module belegt werden:

- | | |
|----------|---------------------------------|
| Modul 1: | Grundlagen des Kundenverhaltens |
| Modul 2: | Strategisches Produktmanagement |
| Modul 3: | Operatives Produktmanagement 1 |

Modul 4: Operatives Produktmanagement 2
Modul 5: Führung von Produktmanagementbereichen

Alle Module sind Pflichtmodule.

(2) Zertifikat „Zertifizierter Marketingkommunikations-Experte“/“Certified Marketing Communications Expert“

Um dieses Zertifikat zu erhalten, müssen folgende Module belegt werden:

Modul 1: Grundlagen des Kundenverhaltens
Modul 6: Strategische Marketingkommunikation
Modul 7: Operative Marketingkommunikation 1
Modul 8: Operative Marketingkommunikation 2
Modul 9: Führung von Marketingkommunikationsbereichen

Alle Module sind Pflichtmodule.

(3) Zertifikat „Zertifizierter Vertriebsmanagement-Experte“/“Certified Sales Management Expert“

Um dieses Zertifikat zu erhalten, müssen folgende Module belegt werden:

Modul 1: Grundlagen des Kundenverhaltens
Modul 10: Strategisches Vertriebsmanagement
Modul 11: Operativer Vertrieb 1
Modul 12: Operativer Vertrieb 2
Modul 13: Führung von Vertriebsbereichen

Alle Module sind Pflichtmodule.

Wird das Zertifikat **„Zertifizierter Marketing- und Vertriebsexperte“** angestrebt, so müssen alle Module belegt werden, wobei das jeweilige Modul 1 (Grundlagen des Kundenverhaltens) nur einmal erfolgreich abgelegt werden muss.

Für jedes Modul kann eine Teilnahmebestätigung mit entsprechender Benotung ausgestellt werden. Um ein Zertifikat zu erhalten, müssen die jeweiligen Module innerhalb von 2 Jahren erfolgreich abgelegt werden.

§ 3 Studienarbeiten und Prüfungen

- (1) Jedes Modul wird mit einer Studienarbeit abgeschlossen. In der Studienarbeit soll die Fähigkeit nachgewiesen werden, die erworbenen Kenntnisse in einer selbständigen praxisorientierten Projektarbeit auf reale komplexe Fragestellungen aus den jeweiligen Themenbereichen des Marketing und Vertriebs anzuwenden. Bei dem betroffenen Projekt muss es sich um einen Themenbereich (kann anonymisiert werden) aus dem Arbeitsgebiet des Kandidaten/der Kandidatin handeln;

die Teilnehmerinnen und Teilnehmer haben den Themenbereich zu verantworten. Bei der Erstellung der Arbeit sind die formalen Hinweise zur Gestaltung der Abschlussarbeit (ca. 15 - 20 Seiten Dokumentation ohne Literaturverzeichnisse und Anhänge, 4 Exemplare geheftet oder gebunden) zu berücksichtigen.

Inhalte der Studienarbeit sind:

1. Management Summary
2. Kurzbeschreibung des Themas
3. Angewendete Methoden (Übersicht)
4. Konkrete Beschreibung der Vorgehensweise und der Ergebnisse
5. kurze Beschreibung der Umsetzung der gewonnenen Erkenntnisse/Ergebnisse.
6. Literaturverzeichnis
7. Anhänge

- (2) Für die folgenden Zertifikate müssen zusätzlich mündliche Prüfungen abgelegt werden, die sich über den gesamten Stoff des jeweiligen Moduls erstrecken:

„Zertifizierter Produktmanagement-Experte“/„Certified Productmanagement Expert“

„Zertifizierter Marketingkommunikations-Experte“/„Certified Marketing Communications Expert“

„Zertifizierter Vertriebsmanagement-Experte“/„Certified Sales Management Expert“

„Zertifizierter Marketing- und Vertriebsexperte“

Hierbei handelt es sich um ein Prüfungsgespräch, bei dem die Prüfungsteilnehmerinnen und -teilnehmer jeweils max. 30 Minuten von zwei Prüfern befragt werden. Der Kandidat bereitet ein Thema seiner Wahl vor und verfasst ein kurzes Summary (1-2 Seiten) zu diesem Thema. Das Summary wird eine Woche vor dem Prüfungstermin der zuständigen Prüfungskommission zugestellt. Das Thema muss sich von den Studienarbeiten unterscheiden und die Anwendung der Methoden aus den jeweiligen Modulen beinhalten.

Die Prüfer werden von der Prüfungskommission bestimmt und sind entweder zwei Professoren der Fachhochschule Deggendorf oder ein Professor der Fachhochschule Deggendorf und ein Lehrbeauftragter aus einem der Module. Es wird ein Prüfungsprotokoll angefertigt.

Die mündlichen Prüfungen können nur dann abgelegt werden, wenn alle, für das jeweilige Zertifikat erforderlichen, Studienarbeiten mit Erfolg abgelegt wurden.

§ 4

Bewertung der Prüfungsleistungen, Bildung der Einzelnoten und der Gesamtnote

- (1) Über die Ergebnisse der Studienarbeiten der Module und der Prüfungen befindet die Prüfungskommission. Jede Studienarbeit/Prüfung wird zunächst einzeln bewertet.
- (2) Die Studienarbeiten und Prüfungen werden mit folgenden Notenwerten und Noten bewertet:

1,0 / 1,3	sehr gut -	eine hervorragende Leistung
1,7 / 2,0 / 2,3	gut -	eine erheblich über dem Durchschnitt liegende Leistung
2,7 / 3,0 / 3,3	befriedigend -	eine durchschnittliche Leistung
3,7 / 4,0	ausreichend -	eine Leistung, die trotz ihrer Mängel noch den Anforderungen genügt
5,0	nicht ausreichend -	eine Leistung, die wegen erheblicher Mängel den Anforderungen nicht mehr genügt

Der Notenwert wird der Note in einem Klammerzusatz angefügt.

- (3) Für die folgenden Zertifikate wird ein Gesamtergebnis ermittelt:
 „Zertifizierter Produktmanagement-Experte“/„Certified Productmanagement Expert“
 „Zertifizierter Marketingkommunikations-Experte“/„Certified Marketing Communications Expert“
 „Zertifizierter Vertriebsmanagement-Experte“/„Certified Sales Management Expert“
 „Zertifizierter Marketing- und Vertriebsexperte“
 Dabei werden die einzelnen Prüfungsbestandteile mit gleicher Gewichtung bewertet. Zusätzlich wird eine Urkunde verliehen, die eine summarische Bewertung wiedergibt. Ist die Gesamtnote besser als 1,5, so wird in der Urkunde der Zusatz „... exzellenten Leistungen ...“ vermerkt. Ist die Gesamtnote zwischen 1,6 und 2,5, so wird in der Urkunde der Zusatz „...ausgezeichneten Leistungen...“ vermerkt, ansonsten findet sich der Text „... erbrachten Leistungen...“.

§ 5

Wiederholung der Studienarbeit/Prüfung

- (1) Wurde die Studienarbeit/Prüfung nicht bestanden, kann sie innerhalb eines Jahres wiederholt werden.
- (2) Bei Nichterscheinen oder vorzeitigem Abbruch der Prüfung gilt die Prüfung als nicht bestanden.
- (3) Bei Rücktritt von der Prüfungsveranstaltung kann die Prüfung innerhalb eines Jahres nachgeholt werden, sofern die hierfür geltend gemacht Gründe vom vorsitzenden Mitglied der Prüfungskommission anerkannt werden.

§ 6

Täuschungsversuche

Wird versucht, das Ergebnis einer Prüfungsleistung durch Täuschung oder Benutzung nicht zugelassener Hilfsmittel zu beeinflussen, gilt die Prüfung als nicht bestanden.

§ 7 Zertifikat

Über die bestandene Prüfung wird ein Zertifikat gemäß dem Muster in der Anlage ausgestellt.

§ 8 Zulassungsvoraussetzungen

Zugelassen sind alle natürlichen Personen aus Marketing- und Vertriebsbereichen, die eine Führungsposition innehaben oder anstreben. Fernerhin muss der Kandidat/die Kandidatin in einem persönlichen Gespräch nachweisen, dass er/sie in der Lage ist, den angestrebten Abschluss erfolgreich zu erreichen. Im Rahmen dieses Gespräches werden vorhandenes Vorwissen, Motivation, Fähigkeit zu strukturiertem Arbeiten, Arbeitsbelastung, Unterstützung durch Vorgesetzte, Integration der praxisrelevanten Teile in das Tagesgeschäft beurteilt und anschließend die Zulassung erteilt. Ein Anspruch auf Zulassung besteht nicht. Eine Immatrikulation an der Fachhochschule Deggendorf ist nicht erforderlich.

§ 9 Inkrafttreten

Diese Prüfungsordnung tritt mit Wirkung vom 01. Oktober 2007 in Kraft.

Anlage 1

Liste der Module:

Modulnummer	Bezeichnung	SWS Vorlesung	Volle Stunden Vorlesung	SWS Coaching, Projektarbeit	Volle Stunden Coaching	Prüfung
1	Grundlagen des Kundenverhaltens	1,5	ca. 15	1,5	ca. 15	STA
2	Strategisches Produktmanagement	2	ca. 20	2	ca. 20	STA
3	Operatives Produktmanagement 1	2	ca. 30	2	ca. 30	STA
4	Operatives Produktmanagement 2	2	ca. 30	2	ca. 30	STA
5	Führung von Produktmanagementbereichen	2	ca. 20	2	ca. 20	STA
6	Strategische Marketingkommunikation	2	ca. 20	2	ca. 20	STA
7	Operative Marketingkommunikation 1	2	ca. 20	2	ca. 20	STA
8	Operative Marketingkommunikation 2	2	ca. 20	2	ca. 20	STA
9	Führung von Marketingkommunikationsbereichen	2	ca. 20	2	ca. 20	STA
10	Strategisches Vertriebsmanagement	2	ca. 20	2	ca. 20	STA
11	Operativer Vertrieb 1	2	ca. 20	2	ca. 20	STA
12	Operativer Vertrieb 2	2	ca. 20	2	ca. 20	STA
13	Führung von Vertriebsbereichen	2	ca. 20	2	ca. 20	STA
Summen		25,5	255	25,5	255	

STA: Studienarbeit

mdl. Prüfung	3 mündliche Prüfungen mit entsprechender Vorbereitung	mdl. Pr.
--------------	---	----------

Weiterbildungszertifikate

„Zertifizierter Produktmanagement-Experte“/“Certified Productmanagement Expert“

analog dazu:

„Zertifizierter Marketingkommunikations-Experte“/“Certified Marketing Communications Expert“

„Zertifizierter Vertriebsmanagement-Experte“/“Certified Sales Management Expert“

„Zertifizierter Marketing- und Vertriebsexperte“

Weiterbildungszertifikat

Herr / Frau
geb. am

aus

hat vom bis am Weiterbildungsangebot der Hochschule für Angewandte Wissenschaften - Fachhochschule Deggendorf zur/zum

„Zertifizierter Produktmanagement-Experte“
“Certified Productmanagement Expert“

mit Erfolg teilgenommen und folgendes Gesamtergebnis erzielt:

...

Das Gesamtergebnis ergibt sich aus folgenden Einzelnoten:

Modul 1: Grundlagen des KundenverhaltensXX
Modul 2: Strategisches Produktmanagement.....XX
Modul 3: Operatives Produktmanagement 1.....XX
Modul 4: Operatives Produktmanagement 2.....XX
Modul 5: Führung von ProduktmanagementbereichenXX
Mündliche PrüfungXX

Deggendorf, den

Vorsitzende/r der Prüfungskommission

Urkunde

Herrn / Frau
geb. am

aus

wird von der Hochschule für Angewandte Wissenschaften - Fachhochschule Deggendorf aufgrund der erbrachten/ausgezeichneten/exzellente Leistungen das Zertifikat

„Zertifizierter Produktmanagement-Experte“
“Certified Productmanagement Expert”

verliehen.

Deggendorf, den

Vorsitzende/r der Prüfungskommission

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Senats der Fachhochschule Deggendorf vom 25. Juli 2007 und der rechtsaufsichtlichen Genehmigung des Präsidenten der Fachhochschule Deggendorf vom 9. August 2007.

Deggendorf, den 9. August 2007

Prof. Dr. Reinhard Höpfl
Präsident

Die Satzung wurde am 9. August 2007 in der Fachhochschule Deggendorf niedergelegt. Die Niederlegung wurde am 9. August 2007 durch Aushang bekannt gegeben. Tag der Bekanntgabe ist daher der 9. August 2007.