



Datum: 24.09.2018 Nr.: 51

Inhaltsverzeichnis

	<u>Seite</u>
<u>Philosophische Fakultät:</u>	
Einführung des Promotionsprogramms „Behavior and Cognition“	1189
Ordnung des Promotionsprogramms „Behavior and Cognition“	1189
Sechste Änderung der Prüfungs- und Studienordnung für den konsekutiven Master-Studiengang „Arabistik/Islamwissenschaft“	1194
<u>Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät:</u>	
Prüfungs- und Studienordnung für den konsekutiven Master-Studiengang „Marketing und E-Business“	1196
Prüfungs- und Studienordnung für den konsekutiven Master-Studiengang „Wirtschaftspädagogik und Personalentwicklung“	1203

Herausgegeben von der Präsidentin der Georg-August-Universität Göttingen

Philosophische Fakultät:

Nach Stellungnahmen der Fakultätsräte der Philosophischen Fakultät vom 26.04.2017 und der Fakultät für Biologie und Psychologie vom 21.04.2017 sowie nach Stellungnahme des Senats vom 12.09.2018 hat das Präsidium der Georg-August-Universität Göttingen am 17.09.2018 die Einführung des Promotionsprogramms „Behavior and Cognition“ zum Wintersemester 2018/19 beschlossen (44 Abs. 1 Satz 1 NHG in der Fassung der Bekanntmachung vom 26.02.2007 (Nds. GVBl. S. 69), zuletzt geändert durch Artikel 4 des Gesetzes vom 15.06.2017 (Nds. GVBl. S. 172); § 41 Abs. 2 Satz 2 NHG, § 37 Abs. 1 Satz 3 NHG).

Philosophische Fakultät:

Nach Beschluss des Fakultätsrats der Philosophischen Fakultät vom 26.04.2017 sowie nach Stellungnahmen des Fakultätsrates der Fakultät für Biologie und Psychologie vom 21.04.2017 und des Senats vom 12.09.2018 hat das Präsidium der Georg-August-Universität Göttingen am 17.09.2018 die Ordnung des Promotionsprogramms „Behavior and Cognition“ genehmigt (§§ 44 Abs. 1 Satz 2, 9 Abs. 3 Satz 1 NHG in der Fassung der Bekanntmachung vom 26.02.2007 (Nds. GVBl. S. 69), zuletzt geändert durch Artikel 4 des Gesetzes vom 15.06.2017 (Nds. GVBl. S. 172); § 41 Abs. 2 Satz 2 NHG; §§ 37 Abs. 1 Satz 3 Nr. 5 b), 44 Abs. 1 Satz 3 NHG).

**Ordnung
des Promotionsprogramms „Behavior and Cognition“
der Georg-August-Universität Göttingen**

§ 1 Geltungsbereich

(1) ¹Das Promotionsprogramm „Behavior and Cognition“ ist ein gemeinsames Studienangebot der Philosophischen Fakultät und der Fakultät für Biologie und Psychologie unter Beteiligung des Deutschen Primatenzentrums zur Heranbildung des wissenschaftlichen Nachwuchses im Bereich Grundlagen und Evolution des Verhaltens von nichtmenschlichen Primaten und Menschen. ²Das Promotionsprogramm richtet sich an Absolventinnen und Absolventen fachlich einschlägiger geisteswissenschaftlicher Studiengänge. ³Die Fakultät für Biologie und Psychologie bietet einen gleichnamigen Promotionsstudiengang an, in dessen Rahmen Forschungsvorhaben mit naturwissenschaftlichen Schwerpunkten bearbeitet werden können. ⁴Beide Programme teilen ein interdisziplinäres modularisiertes Promotionsstudium unter Federführung der Fakultät für Biologie und Psychologie.

(2) ¹Für Promotionsvorhaben im Rahmen des Promotionsprogramms „Behavior and Cognition“ gilt die Promotionsordnung der Philosophischen Fakultät (PromO-Phil) in der jeweils geltenden Fassung. ²Diese Ordnung regelt die ergänzenden fachspezifischen Bestimmungen für den Abschluss des Promotionsstudiums im Promotionsprogramm „Behavior and Cognition“.

(3) Entscheidungen nach dieser Ordnung trifft die nach § 3 Abs. 1 PromO-Phil gebildete Promotionskommission nach Stellungnahme des für den Promotionsstudiengang „Behavior and Cognition“ gebildeten Programmausschusses.

§ 2 Zugangsvoraussetzungen

(1) ¹Bewerberinnen und Bewerber müssen ein zu wenigstens einem der nachfolgenden Fachgebiete fachlich einschlägiges Vorstudium im Sinne des § 4 Abs. 1 S. 6,7 i.V.m. Anlage I PromO-Phil nachweisen:

Allgemeine Sprachwissenschaft, Didaktik der Biologie, Kulturanthropologie/Europäische Ethnologie, Philosophie, Psycholinguistik, Bioethik, Englische Philologie (Neuere Englische Sprache), Deutsche Philologie (Germanistische Linguistik), Deutsche Philologie (Neuere Deutsche Literatur), Romanische Philologie (Französische Sprachwissenschaft), Romanische Philologie (Iberoromanische Sprachwissenschaft), Romanische Philologie (Italienische Sprachwissenschaft) oder Slavische Philologie (Sprachwissenschaft).

²Die Promotionskommission kann die Zulassung davon abhängig machen, Leistungen nach Satz 1, die bislang noch nicht erbracht wurden, innerhalb von zwei Semestern nachzuholen; in diesem Fall ist Zulassung bis zum Nachweis der noch fehlenden Leistungen, der innerhalb von zwei Semestern seit der Einschreibung bei der Universität eingegangen sein muss, auflösend bedingt.

³Liegt der Nachweis der noch fehlenden Leistungen nicht fristgerecht vor, wird der Zugangsbescheid unwirksam. ⁴Ein Beschluss nach Satz 2 ist ausgeschlossen, sofern der Umfang der Leistungen nach Satz 1, die bislang noch nicht erbracht wurden, mehr als 15 Anrechnungspunkte (ECTS-Credits) beträgt.

(2) ¹Bewerberinnen und Bewerber, deren Muttersprache nicht Englisch ist, müssen ausreichende Kenntnisse der englischen Sprache nachweisen. ²Ausreichende Englischkenntnisse sind durch Mindestleistungen in einem international anerkannten Test oder gleichwertige Leistungen nachzuweisen:

- a) Cambridge Certificate in Advanced English mindestens mit der Note „B“;
- b) Cambridge Certificate of Proficiency in English mindestens mit der Note „C“;
- c) IELTS Academic („International English Language Testing System“): mindestens Band 6;
- d) internetgestützter Test des „Test of English as a Foreign Language“ (TOEFL iBT): mindestens 80 Punkte;
- e) handschriftlicher Test des „Test of English as a Foreign Language“ (TOEFL PBT): mindestens 550 Punkte;
- f) CEF („Common European Framework“): mindestens C1-Nachweis;
- g) UNIcert: mindestens Niveaustufe III;
- h) erfolgreicher Abschluss eines englischsprachigen Studiengangs.

³Das erfolgreiche Absolvieren eines Tests nach Satz 2 Buchstaben a) bis g) darf in der Regel nicht länger als drei Jahre vor dem Eingang des Antrags auf Zugang zum Promotionsprogramm

zurückliegen. ⁴Ausgenommen von der Verpflichtung zum Nachweis eines Tests sind Bewerberinnen und Bewerber mit einem mindestens zweijährigen Studien- oder Berufsaufenthalt in einem englischsprachigen Land innerhalb der letzten drei Jahre vor Eingang des Antrags auf Zugang zum Promotionsprogramm.

(3) Deutschkenntnisse sind nicht nachzuweisen.

(4) Zugangsberechtigt ist darüber hinaus nur, wer die Voraussetzungen des § 4 Abs. 1 bis 3 PromO-Phil in der jeweils gültigen Fassung erfüllt.

(5) ¹Die Aufnahme in das Promotionsprogramm kann aus wichtigem Grund jederzeit zurückgenommen oder widerrufen werden. ²Ein wichtiger Grund liegt in der Regel vor, wenn eine Promovierende oder ein Promovierender

a) sich trotz hinreichender Betreuung dauerhaft als ungeeignet erweist,

b) die ihr oder ihm obliegenden Pflichten wiederholt oder in erheblichem Umfang nicht erfüllt hat, insbesondere trotz wiederholter Aufforderung gegen ihre oder seine Berichtspflichten verstoßen hat,

c) gegen die Ordnung zur Sicherung guter wissenschaftlicher Praxis verstoßen hat,

d) ihre oder seine Annahme als Doktorandin oder als Doktorand durch Täuschung über das Vorliegen der Zugangsvoraussetzungen zu Unrecht erwirkt hat,

oder

e) wenn das Vertrauensverhältnis zur oder zum Promovierenden endgültig zerrüttet ist und die oder der Promovierende dies zu vertreten hat.

§ 3 Art und Umfang des Promotionsstudiums

(1) Das Promotionsstudium umfasst die erfolgreiche Teilnahme an Modulen im Umfang von insgesamt wenigstens 20 C nach Maßgabe der Anlage.

(2) ¹Abweichend von § 7 Abs. 4 PromO-Phil soll die Forschungsarbeit innerhalb von drei Jahren nach Aufnahme in das Promotionsprogramm mit der Abgabe der Dissertation abgeschlossen sein.

²In begründeten Ausnahmefällen kann die Bearbeitungszeit bis zu viermal um jeweils ein halbes Jahr verlängert werden; hierüber entscheidet die Promotionskommission nach Stellungnahme des Betreuungsausschusses auf der Grundlage eines wenigstens in Textform zu begründenden Antrags der oder des Promovierenden.

§ 4 Betreuungsausschuss (Thesis Committee)

Dem Betreuungsausschuss gehören abweichend von § 6 Abs. 1 Satz 1 PromO-Phil wenigstens drei Mitglieder an, von denen mindestens zwei Prüfungsberechtigte dieses Promotionsprogramms oder des Promotionsstudiengangs „Behavior and Cognition“ sind, darunter die Betreuerin oder der Betreuer der Dissertation.

§ 5 Prüfungssprache

¹Dissertation und mündliche Prüfung sind abweichend von §§ 11 Abs. 3 Satz 1, 17 Abs. 2 Satz 1 PromO-Phil in englischer Sprache zu verfassen beziehungsweise abzulegen. ²Die mündliche Prüfung kann auf Antrag auch in deutscher Sprache durchgeführt werden.

§ 6 Dissertation

Die kumulative Dissertation nach § 11 Abs. 6 PromO-Phil ist zulässig.

§ 7 Promotionsurkunde

In der Promotionsurkunde ist zu vermerken, dass der erworbene Doktorgrad nach Abschluss des Promotionsstudiums im Promotionsprogramm „Behavior and Cognition“ verliehen wird.

§ 8 Inkrafttreten

Diese Ordnung tritt am Tag nach ihrer Bekanntmachung in den Amtlichen Mitteilungen I der Georg-August-Universität Göttingen in Kraft.

Anlage (zu § 3 Abs. 1)**Studienleistungen im Rahmen des Promotionsstudiums**

Es sind im Rahmen des Promotionsstudiums Leistungen im Umfang von insgesamt wenigstens 20 C durch erfolgreiche Absolvierung der nachfolgenden Module zu erbringen:

P.BeCog.1	Forschung lernen und reflektieren	(4 C, 6 SWS)
P.BeCog.2	Fachliche und methodische Grundlagen	(4 C, 6-8 SWS)
P.BeCog.3	Wissenschaftliche Lehre	(4 C, 4 SWS)
P.BeCog.4	Wissenschaftliche Kommunikation	(4 C)
P.BeCog.5	Schlüsselqualifikationen	(4 C, 4-8 SWS)

Philosophische Fakultät:

Nach Beschluss des Fakultätsrats der Philosophischen Fakultät vom 11.07.2018 hat das Präsidium der Georg-August-Universität Göttingen am 10.09.2018 die sechste Änderung der Prüfungs- und Studienordnung für den konsekutiven Master-Studiengang „Arabistik/Islamwissenschaft“ in der Fassung der Bekanntmachung vom 06.10.2011 (Amtliche Mitteilungen I Nr. 9/2011 S. 530), zuletzt geändert durch Beschluss des Präsidiums vom 06.02.2018 (Amtliche Mitteilungen I Nr. 6/2018 S. 38), genehmigt (§ 44 Abs. 1 Satz 2 NHG in der Fassung der Bekanntmachung vom 26.02.2007 (Nds. GVBl. S. 69), zuletzt geändert durch Artikel 4 des Gesetzes vom 15.06.2017 (Nds. GVBl. S. 172); §§ 37 Abs. 1 Satz 3 Nr. 5 b), 44 Abs. 1 Satz 3 NHG).

Artikel 1

Die Prüfungs- und Studienordnung für den konsekutiven Master-Studiengang „Arabistik/Islamwissenschaft“ in der Fassung der Bekanntmachung vom 06.10.2011 (Amtliche Mitteilungen I Nr. 9/2011 S. 530), zuletzt geändert durch Beschluss des Präsidiums vom 06.02.2018 (Amtliche Mitteilungen I Nr. 6/2018 S. 38), wird wie folgt geändert.

1. In § 3 (Gliederung des Studiums; Studieninhalte und Studienverlauf) Absatz 6 wird Satz 5 wie folgt neu gefasst:

„⁵Das Studium umfasst ferner solide Grundkenntnisse einer weiteren Sprache des islamischen Kulturraumes (u.a. Türkisch oder Persisch, z.B. B.Ira.101a und B.Ira.102a) oder der semitischen Sprachfamilie (u.a. Syrisch u. Aramäisch, Biblisches Hebräisch oder Neuhebräisch) im Umfang von insgesamt 12 C.“

2. Anlage I (Modulübersicht) wird wie folgt geändert.

a. In Nr. 1 (Master-Studiengang „Arabistik/Islamwissenschaft“) Buchstabe a (Fachstudium „Arabistik/Islamwissenschaft“ im Umfang von 78 C) Buchstaben cc (Wahlpflichtmodule) wird Ziffer i wie folgt neu gefasst:

„i. Es muss wenigstens eines der nachfolgenden Module im Umfang von insgesamt wenigstens 12 C erfolgreich absolviert werden (zweite Sprache des islamischen Kulturraums/zweite semitische Sprache); weitere gleichwertige Module können angerechnet werden:

B.Ira.101a	Einführung ins Neupersische I	(6 C / 4 SWS)
B.Ira.102a	Einführung ins Neupersische II	(6 C / 4 SWS)
B.JudC.01	Neuhebräisch I	(6 C / 4 SWS)
B.JudC.02	Neuhebräisch II	(6 C / 4 SWS)
B.Antik.25	Hebräisch I	(12 C / 10 SWS)
B.Ara.26-1	Zweitsprache der arabischen und islamischen Welt I	(6 C / 4 SWS)
B.Ara.26-2	Zweitsprache der arabischen und islamischen Welt II	(6 C / 4 SWS)“

b. In Nr. 1 (Master-Studiengang „Arabistik/Islamwissenschaft“) Buchstabe b (Fachstudium „Arabistik/Islamwissenschaft“ im Umfang von 42 C) Buchstaben bb (Wahlpflichtmodule) wird Ziffer iii wie folgt neu gefasst:

„iii. Es muss wenigstens eines der nachfolgenden Module im Umfang von insgesamt wenigstens 12 C erfolgreich absolviert werden (zweite Sprache des islamischen Kulturraums/zweite semitische Sprache); weitere gleichwertige Module können angerechnet werden:

B.Ira.101a	Einführung ins Neupersische	(6 C / 4 SWS)
B.Ira.102a	Einführung ins Neupersische	(6 C / 4 SWS)
B.JudC.01	Neuhebräisch I	(6 C / 4 SWS)
B.JudC.02	Neuhebräisch II	(6 C / 4 SWS)
B.Antik.25	Hebräisch I	(12 C / 10 SWS)
B.Ara.26-1	Zweitsprache der arabischen und islamischen Welt I	(6 C / 4 SWS)
B.Ara.26-2	Zweitsprache der arabischen und islamischen Welt II	(6 C / 4 SWS)“

c. In Nr. 2 (Modulpakete der Arabistik/Islamwissenschaft“) Buchstabe a (Modulpaket „Arabistik/Islamwissenschaft“ im Umfang von 36 C) Buchstaben bb (Wahlpflichtmodule) wird Ziffer ii wie folgt neu gefasst:

„ii. Es muss wenigstens eines der nachfolgenden Module im Umfang von insgesamt wenigstens 12 C erfolgreich absolviert werden (zweite Sprache des islamischen Kulturraums/zweite semitische Sprache); weitere gleichwertige Module können angerechnet werden:

B.Ira.101a	Einführung ins Neupersische I	(6 C / 4 SWS)
B.Ira.102a	Einführung ins Neupersische II	(6 C / 4 SWS)
B.JudC.01	Neuhebräisch I	(6 C / 4 SWS)
B.JudC.02	Neuhebräisch II	(6 C / 4 SWS)
B.Antik.25	Hebräisch I	(12 C / 10 SWS)
B.Ara.26-1	Zweitsprache der arabischen und islamischen Welt I	(6 C / 4 SWS)
B.Ara.26-2	Zweitsprache der arabischen und islamischen Welt II	(6 C / 4 SWS)“

Artikel 2

Die Änderung tritt nach ihrer Bekanntmachung in den Amtlichen Mitteilungen I der Georg-August-Universität Göttingen zum 01.10.2018 in Kraft.

Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät:

Nach Beschluss des Fakultätsrats der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät vom 04.07.2018 sowie nach Stellungnahme des Senats vom 15.08.2018 hat das Präsidium der Georg-August-Universität am 03.09.2018 die Prüfungs- und Studienordnung für den konsekutiven Master-Studiengang „Marketing und E-Business“ genehmigt (§ 44 Abs. 1 Satz 2 NHG in der Fassung der Bekanntmachung vom 26.02.2007 (Nds. GVBl. S. 69), zuletzt geändert durch Artikel 4 des Gesetzes vom 15.06.2017 (Nds. GVBl. S. 172); § 43 Abs. 1 Satz 5 NHG; § 41 Abs. 2 Satz 2 NHG; §§ 37 Abs. 1 Satz 3 Nr. 5 b) NHG, 44 Abs. 1 Satz 3 NHG).

**Prüfungs- und Studienordnung
für den konsekutiven Master-Studiengang
„Marketing und E-Business“
der Georg-August-Universität Göttingen**

§ 1 Geltungsbereich

(1) Für den konsekutiven Master-Studiengang „Marketing und E-Business“ der Georg-August-Universität Göttingen gelten die Bestimmungen der „Allgemeinen Prüfungsordnung für Bachelor- und Master-Studiengänge sowie sonstige Studienangebote der Universität Göttingen“ (APO) sowie der „Rahmenprüfungs- und Studienordnung für Master-Studiengänge der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät“ (RPO-MA) in der jeweils geltenden Fassung.

(2) Diese Ordnung regelt die weiteren Bestimmungen für den Abschluss des Master-Studiums.

§ 2 Qualifikationsziele

(1) ¹Im Master-Studiengang „Marketing und E-Business“ erwerben die Absolventinnen und Absolventen unter Berücksichtigung neuester fachwissenschaftlicher Entwicklungen Kenntnisse in den Bereichen Konsumentenverhalten, Innovationsmanagement, Distributionsmanagement, Digitales Marketing und Informationssysteme. ²Im Studium besteht die Möglichkeit, sich zusätzlich zu einer grundlegenden Ausbildung in den betreffenden Gebieten auf bestimmte dieser Bereiche zu spezialisieren oder alternativ eine breite, generalistische Ausrichtung zu wählen. ³Die Studierenden erwerben die Kompetenz, in den genannten Bereichen funktionen- und wirtschaftsstufenübergreifende Marketingprobleme systematisch und methodengestützt zu analysieren, zu lösen und die einzelnen Schritte kritisch zu reflektieren. ⁴Sie werden zudem in die Lage versetzt, die Interdependenzen innerhalb und zwischen den Bereichen zu verstehen und auch gesellschaftliche Konsequenzen in den Entscheidungsprozess einzubeziehen, wodurch sie zu einem verantwortungsvollen Handeln befähigt werden.

(2) ¹Konkret erhalten Absolventinnen und Absolventen im Master-Studiengang „Marketing und E-Business“ einen Einblick in Methoden, mit denen eine ganzheitliche Abbildung aller Facetten von

Marketing und Vertrieb entlang der gesamten Supply Chain im Online- und Offline-Kontext möglich wird. ²Diese ganzheitliche Sichtweise ist in heutigen Märkten mit einem komplexen und internationalen Wettbewerbsumfeld unverzichtbar. ³Diese Methoden befähigen sie, Strategien und Instrumente in den Bereichen Produkt-, Preis-, Kommunikations-, Vertriebs- und Kundenbeziehungsmanagement systematisch zu entwickeln und zu bewerten. ⁴Zudem erwerben sie Kenntnisse über die informationstechnologische Unterstützung dieser Marketingaktivitäten. ⁵Durch projektbezogene und interaktive Lehrformate erwerben die Absolventinnen und Absolventen Kompetenzen in der Teamarbeit und lernen, die vermittelten Methoden zur Lösung unternehmerischer Problemstellungen einzusetzen. ⁶Durch die internationale Ausrichtung der Inhalte und das regelmäßige Angebot von englischsprachigen Lehrangeboten werden sie in die Lage versetzt, auch in einem internationalen Umfeld tätig zu werden und in der Folgezeit in den genannten Bereichen Führungspositionen zu erlangen. ⁷Mit dem Studium werden die Absolventinnen und Absolventen somit sowohl für den nationalen als auch internationalen Arbeitsmarkt qualifiziert. ⁸Dies umfasst sowohl die berufliche Tätigkeit in einem Unternehmen als auch die Weiterqualifikation in Form einer Promotion an wissenschaftlichen Einrichtungen.

§ 3 Empfohlene Kenntnisse

¹Für das Master-Studium sind insbesondere fundierte Kenntnisse der englischen Sprache, der Mathematik, der Statistik und der EDV sehr förderlich. ²Studierenden, deren Leistungen in Mathematik und Statistik im Verlauf ihres ersten Studiums nicht besser als befriedigend waren, und deren Englisch- bzw. EDV-Kenntnisse gering sind, wird empfohlen, sich vor Aufnahme des Master-Studiums entsprechend weiterzubilden.

§ 4 Inhaltliche Struktur des Master-Studiums und Credit-Anforderungen

(1) Die im Master-Studium „Marketing und E-Business“ in einer Regelstudienzeit von vier Semestern zu erbringenden 120 C setzen sich wie folgt zusammen:

1. Wahlpflichtbereich Basismodule	24 C
2. Wahlpflichtbereich Seminar	6 C
3. Wahlpflichtbereich Quantitative Methoden	6 C
4. Pflichtbereich Synergiemodul	6 C
5. Pflichtbereich Projektstudium	18 C
6. Wahlbereich	30 C
7. Master-Arbeit	30 C

(2) ¹Die Basismodule vermitteln grundlegende theoretische Kenntnisse in den Bereichen Marketing und Distribution sowie Wirtschaftsinformatik und vertiefen die bereits in einem ersten Studiengang erworbenen Kenntnisse. ²Das Seminar dient der theoretisch tiefgründigen Bearbeitung von aktuellen Fragestellungen aus den Themenbereichen der Basismodule. ³Im Bereich Quantitative Methoden werden die zur empirischen Analyse von wissenschaftlichen Fragestellungen

notwendigen statistischen Methodenkenntnisse vermittelt. ⁴Das Synergiemodul behandelt die Schnittmengen aus den Basisdisziplinen Marketing, E-Business sowie Wirtschaftsinformatik und versetzt die Studierenden in die Lage, spezifische Berufsqualifikationen im Synergiebereich dieser drei Teildisziplinen zu erwerben. ⁵Das Synergiemodul wird von mehreren Veranstalterinnen oder Veranstaltern gemeinsam abgehalten. ⁶Im Projektstudium wird ein umfassendes Projekt zu einem übergreifenden, praxisrelevanten Problembereich inhaltlich bearbeitet und koordiniert. ⁷Dies erfolgt oft in Kooperation mit Unternehmenspartnern. ⁸Im Wahlbereich können Module eingebracht werden, die frei aus einem oder mehreren der in der Anlage I aufgeführten Teilbereiche gewählt werden können und eine individuelle Profilbildung unterstützen.

(3) Eine Übersicht über die in den einzelnen Bereichen wählbaren Module ist dem digitalen Modulverzeichnis sowie Anlage I zu entnehmen.

(4) ¹Es ist eine mit 30 C gewichtete schriftliche Masterarbeit in einer Bearbeitungszeit von 20 Wochen anzufertigen. ²Bestandteil der Masterarbeit ist die Teilnahme an einem Forschungskolloquium, in dem die eigene Arbeit präsentiert wird.

(5) Die folgende Graphik gibt einen schematischen Überblick über den Aufbau des Master-Studiums „Marketing und E-Business“ und enthält einen Vorschlag seines zeitlichen Ablaufs.

Basismodule 12 Credits	Synergiemodul 6 Credits	Quantitative Methoden 6 Credits	1. Semester 30 Credits
Basismodule 12 Credits	Seminar 6 Credits	Wahlbereich 18 Credits	2. Semester 30 Credits
Projektstudium 18 Credits			Wahlbereich 12 Credits
Masterarbeit 30 Credits			4. Semester 30 Credits

§ 5 Inkrafttreten; Übergangsbestimmungen

(1) Die vorliegende Ordnung tritt nach ihrer Bekanntmachung in den Amtlichen Mitteilungen I der Georg-August-Universität Göttingen zum 01.10.2018 in Kraft.

(2) Gleichzeitig tritt die Prüfungs- und Studienordnung für den Master-Studiengang „Marketing und Distributionsmanagement“ in der Fassung der Bekanntmachung vom 27.03.2012 (Amtliche Mitteilungen Nr. 10/2012 S. 286), zuletzt geändert nach Beschluss des Präsidiums vom 03.04.2018 (Amtliche Mitteilungen I Nr. 16/2018 S. 233), außer Kraft.

(3) ¹Studierende, die ihr Studium vor Inkrafttreten der vorliegenden Prüfungs- und Studienordnung begonnen haben und ununterbrochen im Studiengang „Marketing und Distributionsmanagement“ immatrikuliert waren, werden nach der Prüfungs- und Studienordnung im Sinne des Absatzes 2 geprüft. ²Dies gilt im Falle noch abzulegender Prüfungen nicht für Modulübersicht und Modulbeschreibungen, sofern nicht der Vertrauensschutz einer oder eines Studierenden eine abweichende Entscheidung durch die Prüfungskommission gebietet. ³Eine abweichende Entscheidung ist insbesondere in den Fällen möglich, in denen eine Prüfungsleistung wiederholt werden kann oder ein Pflicht- oder erforderliches Wahlpflichtmodul wesentlich geändert oder aufgehoben wurde. ⁴Die Prüfungskommission kann hierzu allgemeine Regelungen treffen. ⁵Prüfungen nach der Prüfungs- und Studienordnung im Sinne des Absatzes 2 werden letztmals im Sommersemester 2020 abgenommen. ⁶Auf Antrag werden Studierende nach Satz 1 insgesamt nach den Bestimmungen der vorliegenden Prüfungs- und Studienordnung geprüft.

Anlage I: Modulübersicht

Es müssen Leistungen im Umfang von insgesamt wenigstens 120 C nach Maßgabe der nachfolgenden Bestimmungen erfolgreich absolviert werden.

1. Wahlpflichtbereich Basismodule (24 C)

Es sind insgesamt 24 C durch erfolgreiches Absolvieren von Modulen nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen zu erbringen.

- a. Es sind mindestens ein Modul aus dem Block „Marketing/Distribution“ und mindestens ein Modul aus dem Block „Wirtschaftsinformatik“ erfolgreich zu absolvieren.
- b. Über die 24 C hinaus belegte Module können in den Wahlbereich (Nr. 6) eingebracht werden.

Block Marketing/Distribution

M.WIWI-BWL.0055	Distribution, 6 C
M.WIWI-BWL.0075	Pricing Strategy, 6 C
M.WIWI-BWL.0089	Innovationsmanagement, 6 C
M.WIWI-BWL.0095	Strategisches Marketing, 6 C

Block Wirtschaftsinformatik

M.WIWI-WIN.0001	Modeling and System Development, 6 C
M.WIWI-WIN.0002	Integrierte Anwendungssysteme, 6 C
M.WIWI-WIN.0003	Informationsmanagement, 6 C
M.WIWI-WIN.0008	Change & Run IT, 6 C

2. Wahlpflichtbereich Seminar (6 C)

Es ist eines der folgenden Module erfolgreich zu absolvieren. Zusätzlich belegte Module aus diesem Bereich können in den Wahlbereich (Nr. 6) eingebracht werden.

M.WIWI-BWL.0064	Seminar Aktuelle Fragestellungen der Handelswissenschaft, 6 C
M.WIWI-BWL.0066	Seminar Marketing- und Wettbewerbsstrategien in Industrie und Handel, 6 C
M.WIWI-BWL.0078	Seminar Aktuelle Forschungsansätze im Marketing, 6 C
M.WIWI-BWL.0096	Seminar Aktuelle Fragestellungen des Innovationsmanagements, 6 C

3. Wahlpflichtbereich Quantitative Methoden (6 C)

Im Wahlpflichtbereich Quantitative Methoden ist eines der folgenden Module erfolgreich zu absolvieren. Ein zusätzlich belegtes Modul aus diesem Bereich kann in den Wahlbereich (Nr. 6) eingebracht werden:

M.WIWI-BWL.0079	Marktforschung I, 6 C
M.WIWI-BWL.0080	Marktforschung II, 6 C

4. Pflichtbereich Synergiemodul (6 C)

Es ist folgendes Modul im Umfang von 6 C erfolgreich zu absolvieren:

M.WIWI-BWL.0090	Synergiemodul, 6 C
-----------------	--------------------

5. Pflichtbereich Projektstudium (18 C)

Es ist folgendes Modul im Umfang von 6 C erfolgreich zu absolvieren:

M.WIWI-BWL.0059	Projektstudium, 18 C
-----------------	----------------------

6. Wahlbereich (30 C)

Es sind Module im Umfang von insgesamt wenigstens 30 C erfolgreich zu absolvieren. Diese können frei aus einem oder mehreren der folgenden Teilbereiche gewählt werden.

a. Spezialisierung Marketing und E-Business

Es können die in den Wahlpflichtbereichen nach Nrn. 1, 2 und 3 nicht belegten Module eingebracht werden. Außerdem sind die folgenden Module wählbar:

M.WIWI-BWL.0126	Consumer Science & Public Policy, 6 C
M.WIWI-BWL.0134	Panel Data Analysis in Marketing, 6 C
M.WIWI-BWL.0139	Discrete Choice Modeling, 6 C
M.WIWI-BWL.0153	Digital Marketing, 6 C

b. Weitere Wirtschaftswissenschaften

Es können Module aus dem Modulangebot der anderen Master-Studiengänge der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät mit der Kennung M.WIWI (außer M.WIWI.WIP) und dem Modulangebot mit der Kennung M.Inf. gewählt werden, sofern die dort genannten Zugangsvoraussetzungen erfüllt sind. Die in Nrn. 1 bis 5 gewählten Module sind dabei nicht anrechenbar.

c. Angrenzende Gebiete

Es können Module aus folgender Liste von Modulangeboten anderer Fakultäten und Einrichtungen der Universität Göttingen gewählt werden, sofern die dort genannten Voraussetzungen erfüllt sind und das Modul noch nicht in einem zuvor absolvierten Studiengang eingebracht wurde. Das Einbringen von Modulen mit der Anfangskennung SK.AS. ist auf insgesamt bis zu 6 C begrenzt.

M.Psy.504	Arbeitspsychologie, 6 C
M.Psy.601	Kommunikation und Koordination in Gruppen, 6 C
S.RW.1130	Handelsrecht, 6 C
S.RW.1131a	Grundzüge des Gesellschaftsrechts (Personengesellschaftsrecht), 6 C
S.RW.1131b	Grundzüge des Kapitalgesellschaftsrechts, 6 C

S.RW.1132	Wettbewerbsrecht (UWG), 6 C
M.Agr.0012	Empirische Methoden: Marktforschung und Verbraucherverhalten, 6 C
SK.GB.02	Kommunikative Kompetenz: Gender- und Diversitykompetenz in der Kommunikation, 3 C
SK.IT.09	Excel-Datenauswertung und -statistik, 3 C
SK.AS.BK	Module Kompetenzen der beruflichen Einmündung
SK.AS.FK	Module Führungskompetenz
SK.AS.KK	Module Kommunikative Kompetenzen
SK.AS.SK	Module Sozialkompetenzen
SK.AS.WK	Module Wissens- und Selbstkompetenzen

d. Sprachen

Es können Module aus dem Sprachangebot der Universität belegt werden, soweit es sich um Module handelt, die ein der Niveaustufe B äquivalentes Sprachniveau nach dem Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen für Sprachen (GeR) vermitteln, und soweit die Module noch nicht in einem zuvor absolvierten Studiengang eingebracht wurden. Abweichend von Satz 1 ist die Berücksichtigung von Modulen in den Sprachen Deutsch, Englisch und der Muttersprache der oder des Studierenden ausgeschlossen.

e. Die Wahl von Modulen nach Buchstaben c und d ist auf insgesamt höchstens 12 C begrenzt.

f. Im Wahlbereich nach Buchstabe c können anstelle der genannten Module andere Module (Alternativmodule) nach Maßgabe der nachfolgenden Bestimmungen belegt werden.

Voraussetzungen für die Berücksichtigung eines Alternativmoduls sind:

fa. ein schriftlicher Antrag der oder des Studierenden, der vor der Belegung des Alternativmoduls an die Studiendekanin oder den Studiendekan der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät zu richten ist;

fb. die Zustimmung der Studiendekanin oder des Studiendekans der Fakultät oder Lehrinheit, die das Alternativmodul anbietet.

Die Entscheidung über die Genehmigung des Antrags trifft die Studiendekanin oder der Studiendekan der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät. Diese oder dieser wird vor der Entscheidung eine Stellungnahme über die Zweckmäßigkeit des Modulersatzes von Lehrenden des Studiengangs einholen, für den die oder der Studierende eingeschrieben ist. Der Antrag kann ohne Angabe von Gründen abgelehnt werden; ein Rechtsanspruch der oder des Antragstellenden Studierenden besteht nicht. Die Berücksichtigung eines Moduls, das bereits absolviert wurde, als Alternativmodul ist ausgeschlossen.

7. Masterarbeit

Durch die erfolgreiche Anfertigung der Masterarbeit werden 30 C erworben.

Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät:

Nach Beschlüssen des Fakultätsrats der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät vom 05.07.2017 und 04.07.2018 sowie nach Stellungnahme des Senats vom 15.08.2018 hat das Präsidium der Georg-August-Universität am 03.09.2018 die Prüfungs- und Studienordnung für den konsekutiven Master-Studiengang „Wirtschaftspädagogik und Personalentwicklung“ genehmigt (§ 44 Abs. 1 Satz 2 NHG in der Fassung der Bekanntmachung vom 26.02.2007 (Nds. GVBl. S. 69), zuletzt geändert durch Artikel 4 des Gesetzes vom 15.06.2017 (Nds. GVBl. S. 172); § 43 Abs. 1 Satz 5 NHG; § 41 Abs. 2 Satz 2 NHG; §§ 37 Abs. 1 Satz 3 Nr. 5 b) NHG, 44 Abs. 1 Satz 3 NHG).

**Prüfungs- und Studienordnung
für den konsekutiven Master-Studiengang
„Wirtschaftspädagogik und Personalentwicklung“
der Georg-August-Universität Göttingen**

§ 1 Geltungsbereich

(1) Für den konsekutiven Master-Studiengang „Wirtschaftspädagogik und Personalentwicklung“ der Georg-August-Universität Göttingen gelten die Bestimmungen der „Allgemeinen Prüfungsordnung für Bachelor- und Master-Studiengänge sowie sonstige Studienangebote der Universität Göttingen“ (APO) sowie der „Rahmenprüfungs- und Studienordnung für Master-Studiengänge der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät“ (RPO-MA) in der jeweils geltenden Fassung.

(2) Diese Ordnung regelt die weiteren Bestimmungen für den Abschluss des Masterstudiums.

§ 2 Qualifikationsziele

¹Neben den in der RPO-MA definierten allgemeinen Zielen des Master-Studiums sollen die Absolventinnen und Absolventen unter Berücksichtigung der Anforderungen und Veränderungen in der Berufswelt die erforderlichen Kenntnisse, Fähigkeiten und Methoden der Wirtschaftspädagogik und der Personalentwicklung beherrschen, um dadurch zu selbstständiger wissenschaftlicher Arbeit, zur kritischen Einordnung wissenschaftlicher Erkenntnisse und zu verantwortlichem Handeln befähigt zu werden. ²Damit sollen sie in die Lage versetzt werden, sowohl erfolgreich in gehobene Berufspositionen im Bereich Personalmanagement und Personalentwicklung einzusteigen, als auch ein Promotionsstudium absolvieren zu können. ³Das Studium der Wirtschaftspädagogik und Personalentwicklung ist durch eine Profilierung im Bereich der Wirtschaftswissenschaften charakterisiert. ⁴Die Absolventinnen und Absolventen erwerben berufliche Qualifikationen, die sich auf die Bereiche Wirtschaftswissenschaften, Personalmanagement und Bildungswissenschaften beziehen. ⁵Sie besitzen aufgrund der

Polyvalenz der Studieninhalte sehr gute Berufsperspektiven in der Wirtschaft, insbesondere im Personalmanagement, bei Verbänden und in der außerschulischen Aus- und Weiterbildung.

§ 3 Empfohlene Kenntnisse

¹Für ein qualifiziertes wirtschaftspädagogisches Studium sind insbesondere fundierte Kenntnisse der deutschen und der englischen Sprache, der Mathematik, der Statistik und EDV-Kenntnisse sehr förderlich. ²Studierenden, deren Leistungen in Mathematik und Statistik im Verlauf ihres Bachelor-Studiums nicht besser als befriedigend waren und deren Englisch- bzw. EDV-Kenntnisse gering sind, wird empfohlen, sich vor Aufnahme des Master-Studiums entsprechend weiterzubilden.

§ 4 Inhaltliche Struktur des Master-Studiums und Credit-Anforderungen

(1) Das Studium beinhaltet das Fachstudium in der Fachrichtung Wirtschaftswissenschaften, insbesondere des Personalmanagements einschließlich des Personalrechts, die Bildungswissenschaften und die Fachdidaktik der Fachrichtung (Wirtschaftspädagogik) sowie die schriftliche Abschlussarbeit.

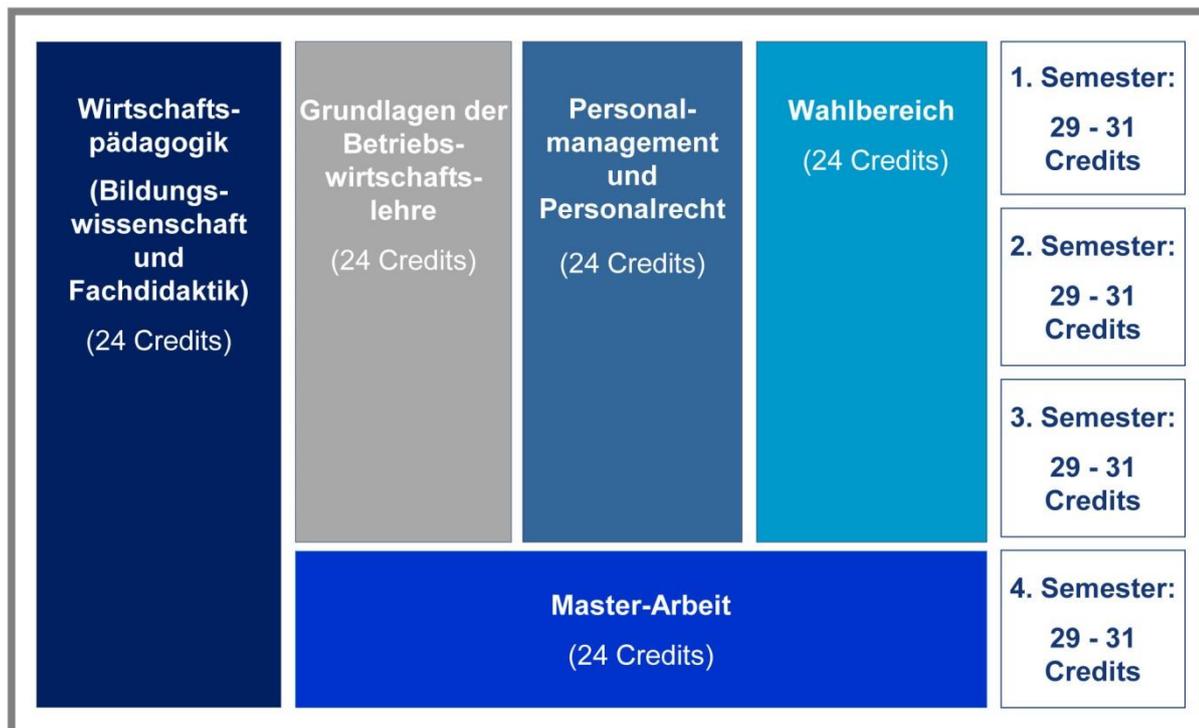
(2) Die im Master-Studium Wirtschaftspädagogik und Personalentwicklung in einer Regelstudienzeit von vier Semestern zu erbringenden 120 Anrechnungspunkte (C) setzen sich wie folgt zusammen:

1. Wirtschaftspädagogik (Bildungswissenschaft und Fachdidaktik)	24 C
2. Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	24 C
3. Personalmanagement und Personalrecht	24 C
4. Wahlbereich	24 C
5. Masterarbeit	24 C.

(3) Eine Übersicht über die in den einzelnen Bereichen wählbaren Module ist dem digitalen Modulverzeichnis sowie Anlage I zu entnehmen.

(4) Die mit 24 C gewichtete Masterarbeit hat eine Bearbeitungszeit von 17 Wochen.

(5) Eine Empfehlung für einen sachgerechten Aufbau des Master-Studiums Wirtschaftspädagogik ist nachfolgender Übersicht zu entnehmen.



§ 5 Inkrafttreten

Die vorliegende Ordnung tritt nach ihrer Bekanntmachung in den Amtlichen Mitteilungen I der Georg-August-Universität Göttingen zum 01.10.2018 in Kraft.

Anlage I Modulübersicht

Es müssen Leistungen im Umfang von insgesamt wenigstens 120 C nach Maßgabe der nachfolgenden Bestimmungenerbracht.

1. Wirtschaftspädagogik (Bildungswissenschaft und Fachdidaktik) 24 C**a. Pflichtmodule**

Es müssen folgende Pflichtmodule im Umfang von insgesamt 18 C erfolgreich absolviert werden:

M.WIWI-WIP.0007	Wirtschaftspädagogisches Kolloquium	6 C
M.WIWI-WIP.0009	Didaktik in der kaufmännischen Aus- und Weiterbildung	6 C
M.WIWI-WIP.0011	Diagnostik in der beruflichen Aus- und Weiterbildung und Personalentwicklung	6 C

b. Wahlpflichtmodul

Es muss eines der folgenden Module im Umfang von 6 C erfolgreich absolviert werden:

M.WIWI-WIP.0012	Berufsbildungspolitik und Steuerung beruflicher Aus- und Weiterbildung	6 C
M.WIWI-WIP.0013	Vertiefende Fachdidaktik und berufliche Lehr-Lernforschung Wirtschaftswissenschaften	6 C

2. Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre (24 C)

Es müssen jeweils zwei Module im Umfang von insgesamt 12 C aus zwei der drei nachfolgend genannten Bereiche erfolgreich absolviert werden.

a. Bereich „Finanzen, Rechnungswesen, Steuern“

M.WIWI-BWL.0001	Basismodul Finanzwirtschaft	6 C
M.WIWI-BWL.0002	Basismodul Rechnungslegung	6 C
M.WIWI-BWL.0003	Basismodul Unternehmensbesteuerung	6 C
M.WIWI-BWL.0085	Basismodul Finanzcontrolling	6 C

b. Bereich „Marketing und E-Business“

M.WIWI-BWL.0055	Distribution	6 C
M.WIWI-BWL.0075	Pricing Strategy	6 C
M.WIWI-BWL.0089	Innovationsmanagement	6 C
M.WIWI-BWL.0126	Consumer Science & Public Policy	6 C
M.WIWI-WIN.0001	Modeling and System Development	6 C
M.WIWI-WIN.0002	Integrierte Anwendungssysteme	6 C
M.WIWI-WIN.0008	Change & Run IT	6 C

c. Bereich „Unternehmensführung“

M.WIWI-BWL.0023	Management Accounting	6 C
M.WIWI-BWL.0024	Unternehmensplanung	6 C
M.WIWI-BWL.0109	International Human Resource Management	6 C

M.WIWI-BWL.0112	Corporate Development	6 C
M.WIWI-WIN.0003	Informationsmanagement	6 C

3. Personalmanagement und Personalrecht (24 C)

Es müssen Leistungen im Umfang von insgesamt wenigstens 24 C nach Maßgabe der nachfolgenden Bestimmungen erbracht werden.

a) Es muss folgendes Modul im Umfang von 6 C erfolgreich absolviert werden:

M.WIWI.WIP.0015	Kompetenzentwicklung als Kernaufgabe beruflicher Bildung und Personalentwicklung	6 C
-----------------	--	-----

b) Es müssen zwei der folgenden Module im Umfang von insgesamt 12 C erfolgreich absolviert werden; bereits nach Nr. 2 absolvierte Module können nicht berücksichtigt werden:

M.WIWI-BWL.0091	Organizational Behavior	6 C
M.WIWI-BWL.0109	International Human Resource Management	6 C
M.WIWI-BWL.0110	Strategic Human Resource Development	6 C
M.WIWI-BWL.0115	Human Resource Management Seminar	6 C
M.WIWI-BWL.0117	Personalmanagement Praxisprojekt	6 C
M.WIWI-BWL.0118	Survey Research	6 C

c) Es muss wenigstens eines der folgenden Module im Umfang von 6 C erfolgreich absolviert werden:

S.RW.1124	Grundzüge des Arbeitsrechts	6 C
S.RW.1125 K	Koalitions-, Tarifvertrags- und Arbeitskampfrecht	6 C
S.RW.1126	Betriebliche und unternehmerische Mitbestimmung	6 C
S.RW.1128	Europäisches und Internationales Arbeitsrecht	6 C

4. Wahlbereich (24 C)

Es müssen Module im Umfang von insgesamt 24 C nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen erfolgreich absolviert werden.

a) Es können folgende Module gewählt werden:

B.WIWI-WIP.0006	Allgemeine schulpraktische Studien und Schulpraktikum	6 C
M.WIWI-WIP.0010	Schul- und unterrichtspraktische Studien und Praktikum	9 C

b) Es können Module mit der Kennung M.WIWI gewählt werden, sofern Sie noch nicht in einem anderen Bereich eingebracht wurden. Davon ausgenommen ist das Modul M.WIWI-BWL.0071 „Leadership“

c) Es können Module im Umfang von bis zu 12 C aus dem Sprachangebot der Universität gewählt werden, soweit es sich um Module handelt, die wenigstens ein der Niveaustufe B äquivalentes Sprachniveau nach dem Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen für Sprachen (GeR) vermitteln, und soweit die Module noch nicht in einem zuvor absolvierten Studiengang eingebracht

wurden. Die Berücksichtigung von Modulen zu den Sprachen Deutsch, Englisch sowie der Muttersprache der oder des Studierenden ausgeschlossen.

d) Im Wahlbereich können anstelle der in Buchstaben a bis c genannten Module andere Module (Alternativmodule) nach Maßgabe der nachfolgenden Bestimmungen belegt werden.

Voraussetzungen für die Berücksichtigung eines Alternativmoduls sind:

- ein schriftlicher Antrag der oder des Studierenden, der vor der Belegung des Alternativmoduls an die Studiendekanin oder den Studiendekan der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät zu richten ist;
- die Zustimmung der Studiendekanin oder des Studiendekans der Fakultät oder Lehreinheit, die das Alternativmodul anbietet.

Die Entscheidung über die Genehmigung des Antrags trifft die Studiendekanin oder der Studiendekan der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät. Diese oder dieser wird vor der Entscheidung eine Stellungnahme über die Zweckmäßigkeit des Modulersatzes von Lehrenden des Studiengangs einholen, für den die oder der Studierende eingeschrieben ist. Der Antrag kann ohne Angabe von Gründen abgelehnt werden; ein Rechtsanspruch der oder des Antragstellenden Studierenden besteht nicht. Die Berücksichtigung eines Moduls, das bereits absolviert wurde, als Alternativmodul ist ausgeschlossen.

5. Masterarbeit 24 C

Durch die erfolgreiche Anfertigung der Masterarbeit werden 24 C erworben.
