

18/10

31.03.2010

Amtliches Mitteilungsblatt

	Seite
Zugangs- und Zulassungsordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Industrial Sales and Innovation Management im Fachbereich Wirtschaftswissenschaften I vom 2. Dezember 2009	287
Studienordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Industrial Sales and Innovation Management im Fachbereich Wirtschaftswissenschaften I vom 02. Dezember 2009	294
Prüfungsordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Industrial Sales and Innovation Management im Fachbereich Wirtschaftswissenschaften I vom 02. Dezember 2009	316

Herausgeber

Die Hochschulleitung der HTW Berlin
Treskowallee 8
10318 Berlin

Redaktion

Rechtsstelle
Tel. +49 30 5019-2813
Fax +49 30 5019-2815

HOCHSCHULE FÜR TECHNIK UND WIRTSCHAFT BERLIN

Zugangs- und Zulassungsordnung

für den konsekutiven Masterstudiengang

Industrial Sales and Innovation Management

im Fachbereich Wirtschaftswissenschaften I vom 02. Dezember 2009

Auf Grund von § 17 Absatz 1 Satz 1 Nr. 1 der Neufassung der Satzung der Hochschule für Technik und Wirtschaft zu Abweichung von Bestimmungen des Berliner Hochschulgesetzes vom 10. August 2009 (AMBI. HTW Berlin Nr. 29/09) in Verbindung mit § 10 Absatz 5 des Gesetzes über die Hochschulen im Land Berlin (Berliner Hochschulgesetz – BerIHG) in der Fassung vom 13. Februar 2003 (GVBl. S. 82), zuletzt geändert durch das Gesetz vom 19. März 2009 (GVBl. S. 70), und § 10 des Berliner Hochschulzulassungsgesetzes in der Fassung vom 18. Juni 2005 (GVBl. S.393), zuletzt geändert durch Gesetz vom 29. Oktober 2008 (GVBl. S. 310), hat der Fachbereichsrat des Fachbereiches Wirtschaftswissenschaften I der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin (HTW Berlin) am 02. Dezember 2009 die nachfolgende Ordnung beschlossen*:

Inhalt:

- § 1 Geltungsbereich
- § 2 Geltung der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Industrial Sales and Innovation Management
- § 3 Zugangsvoraussetzungen
- § 4 Frist und Form der Bewerbung
- § 5 Aufgaben und Zusammensetzung der Auswahlkommission
- § 6 Auswahlverfahren
- § 7 Durchführung des Auswahlverfahrens und Auswahlkriterien
- § 8 Zulassung
- § 9 In-Kraft-Treten/Veröffentlichung

* Bestätigt durch die Senatsverwaltung für Bildung, Wissenschaft und Forschung am 25.03.2010

§ 1 Geltungsbereich

Die Vorschriften dieser Ordnung legen die Kriterien und das Verfahren für die Vergabe von Studienplätzen an Studienbewerber im konsekutiven Masterstudiengang Industrial Sales and Innovation Management fest, die ab dem Sommersemester 2010 an der HTW im 1. Fachsemester immatrikuliert werden.

§ 2 Geltung der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Industrial Sales and Innovation Management

Die Zugangs- und Zulassungsordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Industrial Sales and Innovation Management wird ergänzt durch die Studienordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Industrial Sales and Innovation Management in der jeweils gültigen Fassung und die Prüfungsordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Industrial Sales and Innovation Management in der jeweils gültigen Fassung.

§ 3 Zugangsvoraussetzungen

(1) Der Masterstudiengang Industrial Sales and Innovation Management ist konsekutiv zu den Bachelorstudiengängen

- Betriebswirtschaftslehre,
- Wirtschaftsinformatik,
- Wirtschaftsingenieurwesen,
- Wirtschaftskommunikation
- Wirtschaftsmathematik und
- Wirtschaftsrecht.

(2) Zugang zum Masterstudiengang erhält,

- a) wer den erfolgreichen Abschluss eines ersten akademischen Grades mit in der Regel 210 Leistungspunkten nachweist und
- b) den ersten akademischen Grad in einem Bachelorstudiengang gemäß §3 Absatz 1 dieser Ordnung erworben hat oder wer ein Bachelor- oder Master degree oder ein Hochschuldiplom in einem vergleichbaren Studiengang nachweist.

Über die Vergleichbarkeit entscheidet die Auswahlkommission.

§ 4 Frist und Form der Bewerbung

(1) Bewerbungen müssen für die Zulassung zum Sommersemester bis zum 20. Februar des Jahres und für die Zulassung zum Wintersemester bis zum 20. August des Jahres vollständig bei der zuständigen Stelle der HTW Berlin eingegangen sein. Bewerber und Bewerberinnen, die die Bewerbungsfrist versäumen oder die Bewerbung nicht innerhalb der Frist formgerecht mit den erforderlichen Unterlagen einreichen, können nur nachrangig nach Abschluss des regulären Zulassungsverfahrens nach Maßgabe freier Plätze zugelassen werden.

(2) Die Bewerbung für den konsekutiven Masterstudiengang Industrial Sales and Innovation Management bedarf der Schriftform. Die vollständigen Bewerbungsunterlagen umfassen:

a) für den Studienzugang:

- ausgefülltes Bewerbungsformular der HTW Berlin,
- Kopie des Reisepasses oder des Personalausweises (Identitätsnachweis),
- Nachweis der Zugangsvoraussetzungen nach Maßgabe § 3 dieser Ordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Industrial Sales and Innovation Management. Zeugnisse sind in Form beglaubigter Kopien beizufügen,
- Nachweis der Anzahl der erworbenen Leistungspunkte des ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschlusses. Verfügt ein Bewerber oder eine Bewerberin aus dem vorangehenden Studium mit erstem berufsqualifizierenden Abschluss über mindestens 180 aber weniger als

210 ECTS-Leistungspunkte, so kann der Bewerber oder die Bewerberin andere studienrelevante Vorleistungen zur Anerkennung einreichen. Über eine Anerkennung entscheidet die Auswahlkommission, die in einem Protokoll festzulegen hat, mit wie vielen Leistungspunkten und mit welcher Benotung diese Vorleistungen anerkannt werden. Darüber hinaus ist schriftlich festzulegen, wie ggf. noch fehlende Leistungspunkte konkret zu erwerben sind, um sicherzustellen, dass bis zum Abschluss des Masterstudiums insgesamt 300 anrechenbare Leistungspunkte erreicht werden können. Unter dieser Voraussetzung ist der Studienzugang bzw. eine Einbeziehung in das weitere Auswahlverfahren gemäß §§ 6 und 7 möglich.

b) für die Studienzulassung gemäß §§ 6 und 7 dieser Ordnung:

- Nachweis des Abschlussprädikats/der Durchschnittsnote des ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschlusses,
- Nachweise über erfolgreich absolvierte Module des Faches Marketing und/oder des Faches Produktions-/Logistik-/Operations Management, die im Rahmen des ersten berufsqualifizierenden Studiums oder eines vergleichbaren Studiums erbracht wurden.

§ 5 Aufgaben und Zusammensetzung der Auswahlkommission

(1) Über die Zulassung von Bewerbern oder Bewerberinnen zum konsekutiven Masterstudiengang Industrial Sales and Innovation Management befindet eine Auswahlkommission. Diese Auswahlkommission wird vom Fachbereichsrat bestellt.

(2) Die Auswahlkommission wird aus zwei dem konsekutiven Masterstudiengang Industrial Sales and Innovation Management zugeordneten hauptamtlichen Lehrkräften, einer Mitarbeiterin oder einem Mitarbeiter (ohne Stimmrecht), die oder der möglichst an der Verwaltung des konsekutiven Masterstudiengangs Master of Industrial Sales and Innovation Management beteiligt ist und einem Studenten oder einer Studentin (gilt nicht für den erstmaligen Beginn des Studienganges) des Masterstudiengangs Master of Industrial Sales and Innovation Management gebildet. Die Kommission ist beschlussfähig, wenn mindestens die beiden hauptamtlichen Lehrkräfte anwesend sind.

§ 6 Auswahlverfahren

Sofern für den Studiengang eine Zulassungszahl festgesetzt ist, richtet sich die Zulassung nach den folgenden Regelungen.

(1) Die Vergabe von Studienplätzen im konsekutiven Masterstudiengang Industrial Sales and Innovation Management erfolgt nach folgenden Auswahlkriterien, die zu einer Messzahl zusammengefasst werden:

- a) Grad der im ersten akademischen Hochschulabschluss ausgewiesenen Qualifikation (Durchschnittsnote) als Faktor X_1 ,
- b) Bestandene Module des Faches Marketing und/oder Module des Faches Produktions-/Logistik-/Operations Management in Höhe von jeweils mindestens 20 Leistungspunkten (bzw. in Höhe von 16 Semesterwochenstunden), die im Rahmen des ersten berufsqualifizierenden Studiums oder eines vergleichbaren Studiums erbracht wurden und die somit über die fachspezifische Motivation und Eignung Auskunft geben als Faktor X_2 .

(2) Die Auswahl der Bewerber oder Bewerberinnen erfolgt aufgrund einer Rangfolge, die sich aus den Ergebnissen der Kriterien des Abs. 1 gemäß der Formel $X = 0,6 (X_1) + 0,4 (X_2)$ ergibt. Ergibt die so errechnete Messzahl für Bewerberinnen und Bewerber einen identischen Wert, ist das Verfahren bei Ranggleichheit nach §17 der Berliner Hochschulzulassungsverordnung anzuwenden.

(3) Der Anteil für das Auswahlverfahren gemäß Abs. 2 beträgt 80 v.H. Die übrigen 20 v.H. Studienplätze werden nach Wartezeit vergeben.

(4) Im Rahmen der 20 v.H. nach Wartezeit zu vergebenden Studienplätze können bis zu 5 v.H. der Studienplätze für Härtefälle vergeben werden.

§ 7 Durchführung des Auswahlverfahrens und Auswahlkriterien

(1) Die Bewertung der Qualifikation (Durchschnittsnote) erfolgt nach folgendem Schema:

Kriterium	Punkt/Messzahl
Durchschnittsnote von 1,0	25
Durchschnittsnote von 1,1	24
Durchschnittsnote von 1,2	23
Durchschnittsnote von 1,3	22
Durchschnittsnote von 1,4	21

Kriterium	Punkt/Messzahl
Durchschnittsnote von 1,5	20
Durchschnittsnote von 1,6	19
Durchschnittsnote von 1,7	18
Durchschnittsnote von 1,8	17
Durchschnittsnote von 1,9	16
Durchschnittsnote von 2,0	15
Durchschnittsnote von 2,1	14
Durchschnittsnote von 2,2	13
Durchschnittsnote von 2,3	12
Durchschnittsnote von 2,4	11
Durchschnittsnote von 2,5	10
Durchschnittsnote von 2,6	9
Durchschnittsnote von 2,7	8
Durchschnittsnote von 2,8	7
Durchschnittsnote von 2,9	6
Durchschnittsnote von 3,0	5
Durchschnittsnote von 3,1	4
Durchschnittsnote von 3,2	3
Durchschnittsnote von 3,3	2
Durchschnittsnote von 3,4	1
Durchschnittsnote ab 3,5	0

(2) Die Gleichwertigkeit und Bewertung studiengangspezifischer Studienfächer, die über fachspezifische Motivation und Eignung Auskunft geben, wird durch die Auswahlkommission wie folgt geprüft:

<u>Kriterium</u>	<u>Punkt/Messzahl</u>
mindestens 20 Leistungspunkte (bzw. 16 Semesterwochenstunden) aus den Modulen des Faches Marketing aus dem ersten berufsqualifizierenden Studium	10
mindestens 20 Leistungspunkte (bzw. 16 Semesterwochenstunden) aus den Modulen des Faches Produktions-/Logistik-/Operations Management aus dem ersten berufsqualifizierenden Studium	10

§ 8 Zulassung

(1) Im Zulassungsbescheid bestimmt die HTW Berlin einen Termin, bis zu dem der Bewerber oder die Bewerberin die Einschreibung vorzunehmen hat. Erfolgt die Einschreibung nicht bis zu diesem Termin, wird der Zulassungsbescheid unwirksam und der Studienplatz nach Maßgabe der aufgestellten Rangliste in einem Nachrückverfahren neu vergeben.

(2) Bewerber oder Bewerberinnen, die nicht zum Studium für den konsekutiven Masterstudiengang Industrial Sales and Innovation Management zugelassen werden, erhalten einen Ablehnungsbescheid, der mit einer Rechtsbehelfsbelehrung versehen ist.

§ 9 In-Kraft-Treten/Veröffentlichung

Diese Ordnung tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung im Amtlichen Mitteilungsblatt der HTW Berlin mit Wirkung zum 01. April 2010 in Kraft.

Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin

Studienordnung

für den konsekutiven Masterstudiengang

Industrial Sales and Innovation Management

im Fachbereich Wirtschaftswissenschaften I vom 02. Dezember 2009

Aufgrund von § 17 Absatz 1 Satz 1 Nr. 1 der Neufassung der Satzung der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin zu Abweichungen von Bestimmungen des Berliner Hochschulgesetzes vom 10. August 2009 (AMBI. HTW Berlin Nr. 29/09) in Verbindung mit § 24 Abs. 4 des Gesetzes über die Hochschulen im Land Berlin (Berliner Hochschulgesetz - BerIHG) in der Fassung vom 13. Februar 2003 (GVBl. S. 82), zuletzt geändert durch das Gesetz vom 19. März 2009 (GVBl. S. 70), hat der Fachbereichsrat des Fachbereiches Wirtschaftswissenschaften I der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin (HTW Berlin) am 02. Dezember 2009 die folgende Studienordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Industrial Sales and Innovation Management beschlossen*:

Gliederung der Ordnung

- § 1 Geltungsbereich
- § 2 Geltung der Rahmenstudienordnung
- § 3 Vergabe von Studienplätzen
- § 4 Ziele des Studiums
- § 5 Lehrveranstaltungen in englischer Sprache
- § 6 Gliederung des Masterstudiums/Regelstudienzeit
- § 7 Art und Umfang des Lehrangebotes, Studienorganisation
- § 8 Umfang und Einordnung des ergänzenden allgemeinwissenschaftlichen Lehrangebotes
- § 9 Modulbeauftragter/Modulbeauftragte
- § 10 In-Kraft-Treten/Veröffentlichung

Anlagen der Ordnung

- Anlage 1 Beschreibung der Module des Masterstudienganges
- Anlage 1a Niveaueinstufung der Module
- Anlage 1b Wahlpflichtmodule: AWE-Module/Fremdsprachen
- Anlage 2a Studienplanübersicht für die Immatrikulation im Sommersemester
- Anlage 2b Studienplanübersicht für die Immatrikulation im Wintersemester

* Der Senatsverwaltung für Bildung, Wissenschaft und Forschung angezeigt am 02.03.2010

§ 1 Geltungsbereich

(1) Diese Studienordnung gilt für alle Studierenden des konsekutiven Masterstudiengangs Industrial Sales and Innovation Management, die ab dem 01. April 2010 an der HTW Berlin immatrikuliert werden.

(2) Die Studienordnung wird ergänzt durch die Prüfungsordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Industrial Sales and Innovation Management in der jeweils gültigen Fassung sowie die Zugangs- und Zulassungsordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Industrial Sales and Innovation Management in der jeweils gültigen Fassung.

§ 2 Geltung der Rahmenstudienordnung

Die Grundsätze für Studienordnungen der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin (Rahmenstudienordnung - RStO) in ihrer jeweils gültigen Fassung sind Bestandteil dieser Ordnung.

§ 3 Vergabe von Studienplätzen

(1) Der Masterstudiengang Industrial Sales and Innovation Management ist konsekutiv zu den Bachelorstudiengängen

- Betriebswirtschaftslehre,
- Wirtschaftsinformatik,
- Wirtschaftsingenieurwesen,
- Wirtschaftskommunikation
- Wirtschaftsmathematik und
- Wirtschaftsrecht.

(2) Die Vergabe von Studienplätzen richtet sich nach dem Berliner Hochschulzulassungsgesetz und der Berliner Hochschulzulassungsverordnung in ihrer jeweils gültigen Fassung sowie der Zugangs- und Zulassungsordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Industrial Sales and Innovation Management in der jeweils gültigen Fassung.

§ 4 Ziele des Studiums

(1) Ziel des Studiums im Masterstudiengang Industrial Sales and Innovation Management ist es, betriebswirtschaftlich vorgebildete Studierende zu dem akademischen Grad „Master of Arts“ (M.A.) auszubilden, die auf der Grundlage wissenschaftlicher Erkenntnisse wirtschaftliche Fragestellungen in der Unternehmenspraxis eigenständig bearbeiten und praxisorientiert lösen können.

(2) Der Masterstudiengang Industrial Sales and Innovation Management bildet Studierende für den weltweiten Vertrieb im Business to Business Geschäft aus. Er zielt damit auf folgende Geschäftsarten ab: Anlagengeschäft, Systemgeschäft, Produkt- sowie Zuliefergeschäft. Eine wesentliche Besonderheit ist die integrierte Vermittlung von Kompetenzen aus den Bereichen industrieller Vertrieb, Innovationsmanagement und Technik.

Durch die Stärkung wissenschaftlicher Arbeitsweisen, die Hervorhebung der problemlösungsbezogenen Arbeit und die Betonung internationaler Bezüge vermittelt das Studium die maßgeblichen Qualifikationen, um in der Praxis eigenverantwortlich und teamorientiert in leitenden Funktionen tätig werden zu können, dies schließt wirtschaftliche und technische Fähigkeiten/Kompetenzen sowie ökologische, soziale, rechtspolitische und interkulturelle Aspekte mit ein. Der Masterstudiengang Industrial Sales and Innovation Management vertieft und erweitert die im Bachelorstudium erworbenen Kenntnisse und fördert durch die Vermittlung von Schlüsselqualifikationen die Fähigkeit zu selbständigem Arbeiten und unterstützt die Entwicklung der eigenständigen Persönlichkeit.

(3) Mit dem erfolgreichen Abschluss des Studiums im Masterstudiengang Industrial Sales and Innovation Management sind die Absolventen und Absolventinnen in der Lage, komplexe Probleme des industriellen Vertriebs zu erfassen, im unternehmerischen Kontext zu analysieren und unter Verwendung wissenschaftlicher Methoden zu lösen. Durch die erworbenen Kenntnisse sind die Absolventen und Absolventinnen befähigt, relevante Problemfelder bereits im Voraus zu erkennen und möglichen Konflikten entgegenzuwirken.

§ 5 Lehrveranstaltungen in englischer Sprache

Lehrveranstaltungen oder auch Teile davon können in englischer Sprache durchgeführt werden.

§ 6 Gliederung des Masterstudiums/Regelstudienzeit

(1) Studienbeginn im Masterstudiengang Industrial Sales and Innovation Management ist zweimal jährlich zum Sommer- und Wintersemester.

(2) Das Masterstudium im Studiengang Industrial Sales and Innovation Management hat eine Dauer von 3 Semestern (Regelstudienzeit).

(3) Das Masterstudium ist entsprechend Anlage 2 modularisiert. Module sind inhaltlich zusammengefasste Einheiten des Studiums, deren erfolgreichen Abschluss der/die Studierende durch eine bestandene Modulprüfung nachweisen muss. Ein Modul besteht u. U. aus mehreren inhaltlich zusammengehörenden Units. Die jährliche Workload für den Masterstudiengang Industrial Sales and Innovation Management beträgt 1.800 Arbeitsstunden.

(4) Die Kurzbeschreibung der Module befindet sich in Anlage 1 und ist Bestandteil dieser Studienordnung. Die ausführliche Beschreibung der Module erfolgt in dem Dokument „Modulbeschreibung für den Masterstudiengang Industrial Sales and Innovation Management“.

(5) Das Studium schließt mit dem erfolgreichen Abschluss aller Module sowie nach erfolgreicher Masterarbeit und erfolgreichem Kolloquium ab. Die Masterarbeit wird von einem Seminar begleitet, welches mit dem Kolloquium abschließt. Die Anfertigung der Masterarbeit umfasst eine Lernzeit von 21 Leistungspunkten, das begleitende Seminar mit dem abschließenden Kolloquium umfasst 5 Leistungspunkte.

§ 7 Art und Umfang des Lehrangebotes, Studienorganisation

(1) Das Studium wird im Einzelnen nach dem Studienplan gemäß Anlage 2 sowie den Modulbeschreibungen in den Anlagen 1, 1a durchgeführt. Anlage 2 enthält die Bezeichnungen der Module/Units, die Art des Modulangebotes (Pflicht-/Wahlpflichtfach), die Präsenzzeit der Lehrveranstaltungen (in SWS) sowie die zugrunde liegende Lernzeit in zu vergebenden Leistungspunkten der Module.

(2) Die Anlage 1a enthält die Auflistung der Module mit der Niveaustufe 2b mit notwendigen Voraussetzungen. Anlage 1b enthält die Angaben für die Wahlpflichtmodule AWE und Fremdsprachen.

§ 8 Umfang und Einordnung des ergänzenden allgemeinwissenschaftlichen Lehrangebotes

(1) Der Umfang der allgemeinwissenschaftlichen Ergänzungsmodule (AWE) nach Maßgabe der Anlage 1b beträgt 4 Leistungspunkte. Davon entfallen 2 Leistungspunkte auf die vertiefende Ausbildung in English und 2 Leistungspunkte auf andere allgemeinwissenschaftliche Ergänzungsmodule. Die Fremdsprachenausbildung dient der fachspezifischen Vertiefung bereits vorhandener Kenntnisse in Englisch/Oberstufenniveau. Die Belegung des allgemeinwissenschaftlichen Ergänzungsmoduls „Verkaufsgesprächsführung/Rhetorik“ wird empfohlen.

(2) Abweichend von Abs. 1 kann der gesamte Umfang der allgemeinwissenschaftlichen Ergänzungsmodule auf eine vertiefende Ausbildung in Advanced English entfallen.

(3) Abweichend von Abs. 1 und 2 kann der gesamte Umfang der allgemeinwissenschaftlichen Ergänzungsmodule ausschließlich auf allgemeinwissenschaftliche Ergänzungsmodule entfallen.

§ 9 Modulbeauftragter/Modulbeauftragte

(1) Der Fachbereichsrat bestimmt für jedes Modul einen Modulbeauftragten oder eine Modulbeauftragte aus dem Kreis der Professoren und Professorinnen des Fachbereiches Wirtschaftswissenschaften I der HTW Berlin. Der Modulbeauftragte oder die Modulbeauftragte ist Ansprechpartner/Ansprechpartnerin für den Fachbereichsrat, die Fachbereichsverwaltung sowie für Lehrkräfte und Studierende in allen Fragen des betreffenden Moduls.

(2) Der Modulbeauftragte oder die Modulbeauftragte nimmt insbesondere folgende Aufgaben wahr:

- Entwicklung und Aktualisierung des Moduls im Zusammenwirken mit den übrigen Lehrkräften;
- Sicherstellung einer gemeinsamen ganzheitlichen Modulprüfung , sofern ein Modul aus mehreren Units besteht
- inhaltliche Abstimmung des Studienangebotes sowie Sicherung einer angemessenen Einbindung von Inhalten des Moduls in Projekten und anderen berufspraktischen Veranstaltungen;
- Beratung und Unterstützung des Fachbereichsrates und der Fachbereichsverwaltung bei der Planung und Steuerung des Einsatzes von Lehrkräften, insbesondere von Lehrbeauftragten;
- Betreuung und Beratung der im Modul tätigen Lehrkräfte im laufenden Lehrbetrieb.

(3) Die Vertreter oder Vertreterinnen der Studierenden im Fachbereichsrat können für jedes Modul einen beigeordneten Studenten oder eine beigeordnete Studentin benennen.

(4) Die beigeordneten Studierenden werden von dem oder der Modulbeauftragten über wichtige Entwicklungen des Moduls und den Einsatz von Lehrbeauftragten unterrichtet. Abweichende Voten der beigeordneten Studierenden, z. B. zum Einsatz von Lehrbeauftragten, werden dem Fachbereichsrat zur Kenntnis gegeben.

§ 10 In-Kraft-Treten/Veröffentlichung

Diese Ordnung tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung im Amtlichen Mitteilungsblatt der HTW Berlin mit Wirkung zum 01. April 2010 in Kraft.

 Anlage 1 zur Studienordnung für den Masterstudiengang Industrial Sales and Innovation Management

Beschreibung der Module des Masterstudienganges

M1	Angebotsmanagement
Leistungspunkte	5
Lerngebiet	BWL
Niveaustufe/ Kategorie	2a
Lernergebnis/ Kompetenzen	<p>Die Studierenden erlangen vertiefte Kenntnisse der Methoden zur Planung, Umsetzung und Kontrolle des Angebotsprozesses. Darüber hinaus erlangen die Studierenden umfangreiche Kenntnisse des Financial Engineerings.</p> <p>Sie sind insbesondere befähigt, Entscheidungen über die Selektion von Anfragen, die Wahl der Angebotsform, die integrierte Erstellung von Lasten- und Pflichtenheften, die Preisfindung und die Gestaltung der Finanzierung zu treffen.</p> <p>Umsetzungsrelevante Problemlösungen werden in Gruppenarbeit erarbeitet. Praxisbezogene Fallstudien erhöhen die Analysefähigkeit und die Fähigkeit zur Problemlösung im Team.</p>
Notwendige Voraussetzungen	Keine

M2	Industrielles Service- und Logistikmanagement
Leistungspunkte	5
Lerngebiet	BWL
Niveaustufe	2a
Lernergebnis/ Kompetenzen	<p>Die Studierenden haben Methoden für die effiziente Steuerung von Prozessen über die Unternehmensgrenzen hinweg kennen und anwenden gelernt. Sie sind mit der Optimierung des Bestandsmanagements über mehrere Perioden vertraut. Sie haben die Fähigkeit, Lösungen für das Servicemanagement im B2B Bereich zu erarbeiten und den Einsatz von Logistikdienstleistern zu planen. Dabei berücksichtigen sie die Möglichkeiten der Collaboration. Sie können Maßnahmen zur Verkürzung des Bestell- und Liefervorganges einsetzen und Effizienzgewinne durch Konzepte wie Vendor Managed Inventory oder Cross Docking beurteilen. Sie kennen die Vorteile der späten Variantenbildung und berücksichtigen diese in den Vertriebskonzepten. In die statistischen Methoden des Qualitätsmanagements haben sie Einblicke gewonnen. Des Weiteren sind sie mit Konzepten der Ersatzteillogistik, des After Sales Services und der Reverse Logistik vertraut. Außerdem haben sie Kenntnisse über die ökologischen Aspekte des Service- und Logistikmanagements sowie des Vertriebs erworben.</p>
Notwendige Voraussetzungen	keine

M3	Technik, Anlagen, Systeme: Fertigungstechnik und Industrie
Leistungspunkte	5
Lerngebiet	BWL
Niveaustufe	2a

Lernergebnis/ Kompetenzen	Die Studenten sind in der Lage, Komponenten technischer Systeme und deren Zusammenspiel als komplexe Anlage zu analysieren. Sie beherrschen die wichtigsten Einflussparameter auf die Gestaltung von Systemen und Anlagen und können somit die Mindestanforderungen komplexer Systeme und Anlagen unterschiedlicher Technologiefelder beschreiben.
Notwendige Voraussetzungen	Keine

M4	Markt- und Wettbewerbsforschung/SPSS
Leistungspunkte	6
Lerngebiet	BWL
Niveaustufe	2a
Lernergebnis/ Kompetenzen	<p>Die Studierenden sind in der Lage, die Instrumente und Methoden der empirischen Markt- und Wirtschaftsforschung auf aktuelle Fragestellungen aus dem Marketing, dem Vertrieb und dem Innovationsmanagement anzuwenden. Dies beinhaltet auch die Datenbeschaffung, -analyse und -interpretation.</p> <p>Der Einsatz von qualitativen und quantitativen Marktforschungsmethoden zur exemplarischen Analyse von Fallbeispielen (Case Studies) hilft den Studierenden, die erworbenen Fachkenntnisse auszubauen. Die Studierenden entwickeln neue und interdisziplinäre Problemlösungen aufgrund empirischer Datengewinnung. Sie verstehen es, Wissensinhalte verschiedener Fachgebiete mit einem empirischen Bezug zu verknüpfen und trainieren ihre Fähigkeiten der empirischen Datenauswertung. Über das fachspezifische Wissen hinaus, erweitern sie ihre individuellen Moderations- und Präsentationsfähigkeiten. In Gruppenarbeit bauen sie die Kompetenzen interdisziplinärer Kommunikation aus und übernehmen soziale Verantwortung im Team.</p>
Notwendige Voraussetzungen	Keine

M5	Projekt- und Teammanagement
Leistungspunkte	4
Lerngebiet	Wirtschaftswissenschaften
Niveaustufe	2a
Lernergebnis/ Kompetenzen	<p>Praxisrelevante Problemlösung durch Einsatz geeigneter Methoden und Instrumente im Team ist das zentrale Anliegen der Projektarbeit. Die Studierenden kennen die wichtigsten Methoden und Instrumente des Projektmanagements, der Teamführung sowie der strategischen Verkaufsgesprächsführung unter Berücksichtigung rhetorischer Hilfsmittel und können diese praktisch anwenden. Sie erwerben Kompetenzen zur Planung und Leitung eines Projektes. Die Studierenden können ein problemgerechtes Projektteam zusammenstellen, die Aufgaben systematisch verteilen und ein Informations- und Berichtswesen im Projekt und in das Projektumfeld einrichten und managen. Sie sind in der Lage, Team- und Aufgabenkonflikte rechtzeitig zu erkennen und geeignete Maßnahmen zur Konfliktlösung zu ergreifen. Verkaufsgespräche können sie strategisch planen, ergebnisorientiert realisieren und im Hinblick auf Absatzerfolg und Kundenbindungswirkungen auswerten. Im Vordergrund steht nicht die Aneignung von Theorie, sondern die exemplarische Anwendung von verkaufpsychologischen, -strategischen und rhetorischen Techniken und Instrumenten.</p>
Notwendige Voraussetzungen	keine

M6	Industrielle Beschaffungsprozesse
Leistungspunkte	5
Lerngebiet	BWL
Niveaustufe	2a
Lernergebnis/ Kompetenzen	Die Studierenden erlangen vertiefte Kenntnisse aus dem Bereich des industriellen Beschaffungsmanagements und der diesbezüglichen Kommunikationsarbeit. Sie verstehen, wie die theoretischen Modelle des Beschaffungsverhaltens auf nationale und internationale Anwendungsbeispiele aus der Praxis angewandt werden können. Die Teilnehmer werden weiterhin befähigt, eine entscheidungsprozessbezogene Auswahl von zielführenden kommunikationspolitischen Instrumenten in Richtung Buying-Center zu treffen und diese dann in einem integrierten, extern orientierten Kommunikationskonzept zur Anwendung zu bringen. In Gruppenarbeit werden Fallstudien aus der Praxis bearbeitet und die Ergebnisse präsentiert und verteidigt. Die analytische Kompetenz, Teamfähig- und Kommunikationsfähigkeit werden ausgebildet.
Notwendige Voraussetzungen	keine

M7	Produktentwicklung und Innovation
Leistungspunkte	6
Lerngebiet	BWL
Niveaustufe	2a
Lernergebnis/ Kompetenzen	<p>Der/die Studierende hat sich die multi-funktionale Perspektive des Innovations- und Technologiemanagements mit dem Schwerpunkt der Erfindung und Entwicklung neuer Systeme (Produkte, Prozesse oder Dienstleistungen) erarbeitet. Innovation, Technologie sowie die Entwicklung neuer, innovativer Systeme versteht der/die Studierende als Managementaufgabe. Er/sie ist in der Lage, aus der Prozesssicht heraus zu handeln und/oder andere zum Handeln anzuleiten.</p> <p>Um die Schnittstelle zwischen eher betriebswirtschaftlichen und rein technischen Aspekten des Investitionsgütergeschäfts zu bedienen, beherrschen die Studierenden am Ende dieses Moduls Methoden, die sie unabhängig von der Branche und/oder Unternehmensspezifik immer dann anwenden können, wenn es um die Neuentwicklung von Produkten und/oder Prozessen geht. Im Vordergrund stehen die innovative Problemlösung und deren Realisierung. Die Studierenden sind in der Lage, „on demand“ systematisch innovative Problemlösungen zu generieren. Sie verstehen es, zu prüfen, ob dabei technische Problemstellungen auch mit wirtschaftswissenschaftlichen Ansätzen zu lösen sind (und umgekehrt). Diese Interdisziplinarität ist insbesondere im hochkomplexen B2B-, Anlagen- und Systemgeschäft erforderlich, wo sich Alleinstellungsmerkmale nur dann erschließen lassen, wenn gänzlich neue Lösungen entworfen und entwickelt und diese auch mit den Kunden gemeinsam umgesetzt werden.</p> <p>Nach Abschluss dieses Moduls verfügen die Studierenden über fundierte Kenntnisse in der Entwicklung innovativer Systeme. Ausgehend von den besonderen Herausforderungen der Problem- und Ideenformulierung werden</p>

	<p>die Studierenden bis hin zur Umsetzung eines realen Systems alle wesentlichen Schritte des Innovationsprozesses kennen gelernt haben. Sie sind in der Lage, sich zielgerichtet in das Front End des Innovationsprozesses einzubringen und mit technischen Fachkollegen kompetent entwicklungsspezifische Fragestellungen zu diskutieren. In den praktischen Übungen haben die Studierenden umfassende Kommunikationsanstrengungen mit ihren Kommilitonen über fachliche Disziplinen hinweg unternommen, so dass sie für die sich im realen Berufsleben stellenden Herausforderungen im Anlagengeschäft gut vorbereitet sind.</p>
Notwendige Voraussetzungen	Keine

M8	Technik, Anlagen, Systeme: Systemanalyse und Prozesse
Leistungspunkte	5
Lerngebiet	BWL
Niveaustufe	2a
Lernergebnis/ Kompetenzen	Die Studenten werden in die Lage versetzt, Anlagen und Systeme zu analysieren und Anforderungen an komplexe Systeme in Form von Lasten- und Pflichtenheften zu formulieren. Sie sind kompetent, Lasten- und Pflichtenhefte zu strukturieren und beherrschen die gängigen Analyse- und Darstellungsmethoden zur Erstellung entsprechender technischer Dokumente. Dazu beherrschen die Studierenden das notwendige Zusammenspiel der einzelnen technischen Komponenten, Organisationseinheiten oder Projektteams und können die kritischen Erfolgsfaktoren bei der Systemspezifikation identifizieren. Die Studierenden erarbeiten sich dabei die relevanten Formen des Qualitätsmanagements, und können somit eine Spezifikation mit möglichst geringer Fehlerrate sicherstellen.
Notwendige Voraussetzungen	Keine

M9	Vertriebsplanung, -organisation, -controlling
Leistungspunkte	5
Lerngebiet	BWL
Niveaustufe	2a
Lernergebnis/ Kompetenzen	Die Studierenden erlangen zunächst ein tiefgehendes Verständnis für die Herausforderungen, die beim Aufbau und der praktischen Arbeit einer Vertriebsorganisation auftreten. Dafür werden vertiefte Kenntnisse der Methoden zur Planung, Organisation und Kontrolle des Vertriebs und des Verkaufs im B2B-Geschäft und der relevanten diesbezüglichen Instrumente vermittelt. Dadurch sind die Studierenden befähigt, in einer künftigen Tätigkeit im B2B-Vertrieb erfolgreich zu reüssieren. Sie werden in der Lage sein, die Werkzeuge, Methoden und Systeme des Vertriebs zielgerichtet und selektiv anzuwenden. Umsetzungsrelevante Problemlösungen werden in Gruppen erarbeitet. Durch den Einsatz praxisbezogener vertriebspolitischer Fallstudien bauen die Studierenden ihre Analysefähigkeit und die Fähigkeit zur Problemlösung im Team aus.
Notwendige Voraussetzungen	Keine

M10	Vertrags- und Wettbewerbsrecht
Leistungspunkte	5
Lerngebiet	Recht
Niveaustufe	2a
Lernergebnis/ Kompetenzen	Die Studierenden haben Theorie und Praxis der Vertragsgestaltung im grenzüberschreitenden B2B-Geschäft aus rechtlicher Sicht kennen gelernt. Sie sind mit ihren Rechten und Pflichten als Anbieter von Investitionsgütern, als Teilnehmer an Vergabeverfahren, als Vertragspartner von Absatzmittlern und als Kooperationspartner in Arbeitsgemeinschaften, Gemeinschaftsunternehmen und anderen Joint Ventures vertraut. Sie kennen die wichtigsten Vertragstypen, ihre Regelungsprobleme und die Möglichkeiten gerichtlicher und außergerichtlicher Streitbeilegung. Sie haben auch einen Überblick über die Wege zum Schutz des geistigen Eigentums im Ausland gewonnen. Sie verfügen – soweit erforderlich - über Grundkenntnisse im Transport- und Versicherungsrecht, im Arbeitsrecht hinsichtlich der Entsendung von Arbeitnehmern, im Außenwirtschafts- (Exportkontrolle) und Investitionsschutzrecht sowie im Internationalen Privatrecht, Europa- und Völkerrecht.
Notwendige Voraussetzungen	Keine

M11	E-Business und Customer Relationship Management
Leistungspunkte	5
Lerngebiet	Wirtschaftswissenschaften
Niveaustufe	2a
Lernergebnis/ Kompetenzen	Dieses Modul vermittelt Fähigkeiten/Fertigkeiten zum Umgang mit Informationstechnologien an der Schnittstelle Unternehmen – Kunde. Zunächst entwickeln die Studierenden Verständnis für die Relevanz von Informationstechnologien in den Bereichen Marketing und Vertrieb. Hier wird insbesondere auf die strategische Relevanz des E-Business, sowie auf die operativen Umsetzungsmöglichkeiten im Kontext unternehmerischen Handelns verwiesen. Die Studierenden erlangen Kenntnisse von Umfang und Lösungsansätzen des Customer Relationship Management. Sie erwerben Fähigkeiten/Fertigkeiten im Umgang mit Applikationen zur Marketing- und Vertriebsunterstützung. Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, mit betrieblicher CRM-Standardsoftware (z.B. SAP IDES) umzugehen.
Notwendige Voraussetzung	keine

M14	Praktische Anwendungen der Vertriebsarbeit
Leistungspunkte	4
Lerngebiet	Wirtschaftswissenschaften
Niveaustufe	2b
Lernergebnis/ Kompetenzen	Die Studierenden lernen Probleme und praktische Aspekte der Vertriebsarbeit kennen. Sie sind in der Lage, die aktuellen operativen und strategischen Herausforderungen im Business to Business Vertrieb zu identifizieren und Ansätze zu deren Lösung selbstständig zu entwickeln. Im Vordergrund dieses Moduls steht weniger die Aneignung von theoretischem Wissen, sondern vielmehr die praktische Sammlung und Auswertung von Erfahrungen aus Unternehmen rund um das Thema Vertrieb. Die Problemfelder werden in Gruppen bearbeitet und die Ergebnisse präsentiert und verteidigt. Analytische Kompetenz, Teamfähig- und Kommunikationsfähigkeit werden so weiter geschult.
Notwendige Voraussetzungen	keine
Empfohlene Voraussetzung	M1, M2, M3, M4, M5, M6

M15	Masterarbeit
Leistungspunkte	21
Lerngebiet	Wirtschaftswissenschaften
Niveaustufe	2b
Lernergebnis/ Kompetenzen	Die Studierenden sind in der Lage, ein selbst gewähltes oder vorgeschlagenes Thema unter Beachtung wissenschaftlicher Grundsätze zu durchdringen und in einer schriftlichen Ausarbeitung angemessen darzustellen.
Notwendige Voraussetzungen	gemäß § 5 der Prüfungsordnung

M16	Master Seminar und Kolloquium
Leistungspunkte	5
Lerngebiet	Betriebswirtschaftslehre/Wirtschaftswissenschaften
Niveaustufe	2b
Lernergebnis/ Kompetenzen	Die Studierenden sind in der Lage, einen Sachverhalt unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden und Erkenntnisse aus kaufmännischer Sicht zu analysieren und Lösungsvorschläge zu erarbeiten. Sie kennen die wissenschaftlichen Arbeitsmethoden und sind mit den Anforderungen, die an eine wissenschaftliche Arbeit gestellt werden, vertraut. Sie beherrschen die für das Erstellen einer wissenschaftlichen Arbeit erforderlichen Vorarbeiten wie Quellensuche und Recherche auch in elektronischen Medien und sind in der Lage, sich innerhalb eines vorgegebenen Zeitraums auch in unbekannte Probleme einzuarbeiten und unter Berücksichtigung der vorhandenen Literatur Handlungsalternativen zu entwickeln und Probleme zu diskutieren. Die Modulprüfung zum Masterseminar bezieht sich auf den Gegenstand

	der Masterarbeit und ordnet diesen in den Kontext des Studiengangs ein. Im Rahmen des Kolloquiums haben die Studierenden gelernt, die in der Masterarbeit erarbeiteten Ergebnisse in einer mündlichen Präsentation vorzustellen und im wissenschaftlichen Diskurs zu verteidigen.
Notwendige Voraussetzungen	gemäß § 6 der Prüfungsordnung

Modulbeschreibungen der Wahlpflichtmodule AWE und Fremdsprachen:

Variante 1:

M12	Advanced English Englisch O1/O2
Leistungspunkte	2
Lerngebiet	Sprachen
Niveaustufe	2a
Lernergebnis und Kompetenzen	Oberstufe 1 oder 2 (GER C1) Das Modul ist aus dem Modulangebot der ZE Fremdsprachen frei wählbar und dient unter Berücksichtigung aller Sprachfertigkeiten (Hören, Sprechen, Lesen, Schreiben) der Vervollkommnung bereits erworbener allgemein- und fachsprachlicher Kenntnisse mit folgender Zielsetzung: <ul style="list-style-type: none"> - Verständnis verschiedenartiger umfangreicher Texte und Identifikation impliziter Bedeutung - flüssige und spontane Ausdrucksweise ohne größeres Suchen nach adäquaten Wendungen - flexibler und effektiver Sprachgebrauch im sozialen, akademischen und beruflichen Kontext - klare, gut strukturierte und detaillierte Textproduktion zu anspruchsvollen Themen unter Verwendung usueller Informationsstrukturen
Empfohlene Voraussetzungen	Erfolgreicher Abschluss der Mittelstufe 3
Notwendige Voraussetzungen	Keine

M13	AWE Modul - Verkaufsgesprächsführung/Rhetorik
Leistungspunkte	2
Lerngebiet	Wirtschaftswissenschaften
Niveaustufe	2a
Lernergebnis/ Kompetenzen	Das zentrale Anliegen der Projektarbeit sind praxisrelevante Problemlösungen durch Einsatz geeigneter Methoden und Instrumente im Team. Die Studierenden kennen die wichtigsten Methoden und Instrumente des Projektmanagements, der Teamführung sowie der strategischen Verkaufsgesprächsführung unter Berücksichtigung rhetorischer Hilfsmittel und können sie praktisch anwenden. Sie erwerben Kompetenzen zur Planung und Leitung eines Projektes. Die Studierenden können ein problemgerechtes Projektteam zusammenstellen, die Aufgaben systematisch verteilen und ein Informations- und Berichtswesen im Projekt und in das Projektumfeld

	<p>einrichten und managen. Sie sind in der Lage, Team- und Aufgabenkonflikte rechtzeitig zu erkennen und geeignete Maßnahmen zur Konfliktlösung zu ergreifen. Verkaufsgespräche können sie strategisch planen, ergebnisorientiert realisieren und im Hinblick auf Absatzerfolg und Kundenbindungswirkungen auswerten. Im Vordergrund steht nicht die Aneignung von Theorie, sondern die exemplarische Anwendung von verkaufpsychologischen, -strategischen und rhetorischen Techniken und Instrumenten.</p>
Notwendige Voraussetzungen	keine

Variante 2:

M12 + M13	Advanced English Englisch O1/O2
Leistungspunkte	2 + 2 oder 4
Lerngebiet	Sprachen
Niveaustufe	2a
Lernergebnis und Kompetenzen	<p>Oberstufe 1 oder 2 (GER C1)</p> <p>Die Module/Das Modul sind/ist aus dem Modulangebot der ZE Fremdsprachen frei wählbar und dienen/dient unter Berücksichtigung aller Sprachfertigkeiten (Hören, Sprechen, Lesen, Schreiben) der Vervollkommnung bereits erworbener allgemein- und fachsprachlicher Kenntnisse mit folgender Zielsetzung:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Verständnis verschiedenartiger umfangreicher Texte und Identifikation impliziter Bedeutung - flüssige und spontane Ausdrucksweise ohne größeres Suchen nach adäquaten Wendungen - flexibler und effektiver Sprachgebrauch im sozialen, akademischen und beruflichen Kontext - klare, gut strukturierte und detaillierte Textproduktion zu anspruchsvollen Themen unter Verwendung usueller Informationsstrukturen
Empfohlene Voraussetzungen	Erfolgreicher Abschluss der Mittelstufe 3
Notwendige Vorauss.	Keine

Variante 3:

M12	Allgemeinwissenschaftliches Ergänzungsmodul (AWE) für Masterstudiengänge
Leistungspunkte	2
Niveaustufe	2a
Lernergebnis und Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - erwerben überfachliche bzw. fachübergreifende, insbesondere soziale und kommunikative Kompetenzen („soft skills“) und/oder - gewinnen vertieften Einblick in geistes-, kommunikations-, gesellschafts- und kulturwissenschaftliche Denk- und Herangehensweisen und/oder - sind nach Abschluss der Lehrveranstaltung in der Lage, andere Kulturen besser zu verstehen und in anderen kulturellen Kontexten zu agieren und/oder - gewinnen vertiefte Einblicke in die Potentiale und Probleme interdisziplinärer wissenschaftlicher Kooperation. <p>Die AWE müssen aus dem Master-AWE-Modulangebot gewählt werden.</p>
Notwendige Voraussetz.	Keine

M13	Allgemeinwissenschaftliches Ergänzungsfach (AWE) für Masterstudiengänge
Leistungspunkte	2
Niveaustufe	2a
Lernergebnis und Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - erwerben überfachliche bzw. fachübergreifende, insbesondere soziale und kommunikative Kompetenzen („soft skills“) und/oder - gewinnen vertieften Einblick in geistes-, kommunikations-,

	<p>gesellschafts- und kulturwissenschaftliche Denk- und Herangehensweisen und/oder</p> <ul style="list-style-type: none">- sind nach Abschluss der Lehrveranstaltung in der Lage, andere Kulturen besser zu verstehen und in anderen kulturellen Kontexten zu agieren und/oder- gewinnen vertiefte Einblicke in die Potentiale und Probleme interdisziplinärer wissenschaftlicher Kooperation. <p>Die AWE müssen aus dem Master-AWE-Modulangebot gewählt werden.</p>
Notwendige Vorausss.	Keine

**Anlage 1a zur Studienordnung für den Masterstudiengang
Industrial Sales and Innovation Management**

Niveaueinstufung der Module

Folgende **Module** werden **der Niveaustufe 2b** mit verbindlicher Vorleistung zugeordnet:

Modul	Voraussetzungen /Vorleistung
M15 Masterarbeit	gemäß § 5 der Prüfungsordnung
M16 Masterseminar/Kolloquium	gemäß § 6 der Prüfungsordnung

 Anlage 1b zur Studienordnung für den Masterstudiengang
 Industrial Sales and Innovation Management

Wahlpflichtmodule: AWE-Module/FremdsprachenVariante 1 (§ 8 Abs. 1 Studienordnung):

Mod.-Nr.	Titel des AWE/Fremdsprachen-Moduls	Leistungspunkte
M12	Advanced English	2
M13	Allgemeinwissenschaftliches Ergänzungsmodul	2

Variante 2 (§ 8 Abs. 2 Studienordnung):

Mod.-Nr.	Titel des AWE/Fremdsprachen-Moduls	Leistungspunkte
M12 + M13	Advanced English (2 + 2 oder 4 Leistungspunkte)	2 + 2

Variante 3 (§ 8 Abs. 3 Studienordnung):

Mod.-Nr.	Titel des AWE/Fremdsprachen-Moduls	Leistungspunkte
M12	Allgemeinwissenschaftliches Ergänzungsmodul	2
M13	Allgemeinwissenschaftliches Ergänzungsmodul	2

Die AWE-Module müssen aus dem Master-AWE-Modulangebot der HTW gewählt werden.

Der Studiengang empfiehlt folgendes AWE-Modul:

Nr.	Titel des Moduls	Leistungspunkte
M13	Verkaufsgesprächsführung/Rhetorik	2

 Anlage 2a zur Studienordnung für den Masterstudiengang
 Industrial Sales and Innovation Management

1. Studienplanübersicht für die Immatrikulation im Sommersemester

Module		1. Semester Sommersemester				2. Semester Wintersemester			3. Semester Sommersemester		
		Art	Form	SWS	LP	Form	SWS	LP	Form	SWS	LP
M1	Angebotsmanagement	P			5						
M1.1	Angebotserstellung und -kalkulation		SU	2							
M1.2	Financial Engineering		SU	2							
M2	Industrielles Service- und Logistikmanagement	P	SU	4	5						
M3	Technik, Anlagen, Systeme: Fertigungstechnik und Industrie	P	SU	4	5						
M4	Markt- und Wettbewerbsforschung/SPSS	P	S	4	6						
M5	Projekt- und Teammanagement	P	SU	2	4						
M6	Industrielle Beschaffungsprozesse	P			5						
M6.1	Organisationales Beschaffungsverhalten		SU	2							
M6.2	Kommunikationspolitik		SU	2							
M7	Produktentwicklung und Innovation	P				SU	4	6			
M8	Technik, Anlagen, Systeme: Systemanalyse und Prozesse	P				SU	2	5			
M9	Vertriebsplanung, -organisation, -controlling	P				SU	2	5			
M10	Vertrags- & Wettbewerbsrecht	P				SU	4	5			
M11	E-Business und Customer Relationship Management	P				SU/Ü	1/1	5			
M12	Advanced English oder AWE-Modul	WP				SU	2	2			
M13	Advanced English oder AWE-Modul	WP				SU	2	2			
M14	Praktische Anwendungen der Vertriebsarbeit *	P							Ü	2	4
M15	Masterarbeit	P									21
M16	Masterseminar und Kolloquium	P							S	2	5
Summe je Semester				18/4	30		17/1	30		0/4	30
Summe Masterstudium										44	90

* entweder als Exkursion oder Projekt oder Planspiel (Block)

Erläuterungen:

Form der Lehrveranstaltung:

SU: Seminaristischer Unterricht

Ü: Übung

S: Seminar

Art des Moduls:

P: Pflichtfach

WP: Wahlpflichtfach

SWS: Semesterwochenstunde

LP: Leistungspunkte (ECTS)

Anmerkung:

Ein Leistungspunkt steht für eine studentische Lernzeit (Workload) von 30 Stunden zu jeweils 60 Minuten. Die Anfertigung der Masterarbeit umfasst eine studentische Workload von 630 Stunden. Deren Bearbeitungszeit entspricht 15 Wochen.

 Anlage 2b zur Studienordnung für den Masterstudiengang
 Industrial Sales and Innovation Management

2. Studienplanübersicht für die Immatrikulation im Wintersemester

Module		1. Semester				2. Semester			3. Semester		
		Art	Form	SWS	LP	Form	SWS	LP	Form	SWS	LP
M7	Produktentwicklung und Innovation	P	SU	4	6						
M8	Technik, Anlagen, Systeme: Systemanalyse und Prozesse	P	SU	2	5						
M9	Vertriebsplanung, -organisation, -controlling	P	SU	2	5						
M10	Vertrags- und Wettbewerbsrecht	P	SU	4	5						
M11	E-Business und Customer Relationship Management	P	SU/Ü	1/1	5						
M12	Advanced English oder AWE-Modul	WP	SU	2	2						
M13	Advanced English oder AWE-Modul	WP	SU	2	2						
M1	Angebotsmanagement	P						5			
M1.1	Angebotserstellung & -kalkulation					SU	2				
M1.2	Financial Engineering					SU	2				
M2	Industrielles Service- und Logistikmanagement	P				SU	4	5			
M3	Technik, Anlagen, Systeme: Fertigungstechnik und Industrie	P				SU	4	5			
M4	Markt- und Wettbewerbsforschung/SPSS	P				S	4	6			
M5	Projekt- und Teammanagement	P				SU	2	4			
M6	Industrielle Beschaffungsprozesse	P						5			
M6.1	Organisationales Beschaffungsverhalten					SU	2				
M6.2	Kommunikationspolitik					SU	2				
M14	Praktische Anwendungen der Vertriebsarbeit*	P							Ü	2	4
M15	Masterarbeit	P									21
M16	Masterseminar & Kolloquium	P							S	2	5
	Summe je Semester			17/1	30		18/4	30		0/4	30
	Summe Masterstudium									44	90

* entweder als Exkursion oder Projekt oder Planspiel (Block)

Erläuterungen:Form der Lehrveranstaltung:

SU: Seminaristischer Unterricht
Ü: Übung
S: Seminar

Art des Moduls:

P: Pflichtfach
WP: Wahlpflichtfach

SWS: Semesterwochenstunde

LP: Leistungspunkte (ECTS)

Anmerkung:

Ein Leistungspunkt steht für eine studentische Lernzeit (Workload) von 30 Stunden zu jeweils 60 Minuten. Die Anfertigung der Masterarbeit umfasst eine studentische Workload von 630 Stunden. Deren Bearbeitungszeit entspricht 15 Wochen.

HOCHSCHULE FÜR TECHNIK UND WIRTSCHAFT BERLIN

Prüfungsordnung

für den konsekutiven Masterstudiengang

Industrial Sales and Innovation Management

im Fachbereich Wirtschaftswissenschaften I vom 02. Dezember 2009

Aufgrund von § 17 Absatz 1 Satz 1 Nr. 1 der Neufassung der Satzung der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin zu Abweichungen von Bestimmungen des Berliner Hochschulgesetzes vom 10. August 2009 (AMBI. HTW Berlin Nr. 29/09) in Verbindung mit § 31 Abs. 4 des Gesetzes über die Hochschulen im Land Berlin (Berliner Hochschulgesetz - BerIHG) in der Fassung vom 13. Februar 2003 (GVBl. S. 82), zuletzt geändert durch Gesetz vom 19. März 2009 (GVBl. S. 70), hat der Fachbereichsrat des Fachbereiches Wirtschaftswissenschaften I der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin (HTW Berlin) am 02. Dezember 2009 die folgende Prüfungsordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Industrial Sales and Innovation Management beschlossen*:

Gliederung der Ordnung

- § 1 Geltungsbereich
- § 2 Geltung von Rahmenprüfungsordnung
- § 3 Form und Modalitäten von Leistungsnachweisen
- § 4 Modulprüfungen
- § 5 Masterarbeit
- § 6 Masterseminar/Kolloquium
- § 7 Modulnoten auf dem Masterzeugnis
- § 8 Berechnung des Gesamtprädikates
- § 9 In-Kraft-Treten/Veröffentlichung

Anlagen der Ordnung

- | | |
|------------------|---|
| Anlage 1 | Muster des Masterzeugnisses in deutscher Sprache |
| Anlage 2 | Muster des Masterzeugnisses in englischer Sprache |
| Anlage 3a und 3b | Muster der Masterurkunde in deutscher Sprache |
| Anlage 4a und 4b | Muster der Masterurkunde in englischer Sprache |
| Anlage 5 | Muster des Diploma Supplements in deutscher Sprache |

* Durch die Senatsverwaltung für Bildung, Wissenschaft und Forschung bestätigt am 25.03.2010

§ 1 Geltungsbereich

(1) Diese Prüfungsordnung gilt für alle Studierenden des konsekutiven Masterstudiengangs Industrial Sales and Innovation Management, die ab dem 01. April 2010 an der HTW Berlin immatrikuliert werden.

(2) Die Prüfungsordnung wird ergänzt durch die Studienordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Industrial Sales and Innovation Management in der jeweils gültigen Fassung und die Zugangs- und Zulassungsordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Industrial Sales and Innovation Management in der jeweils gültigen Fassung.

§ 2 Geltung der Rahmenprüfungsordnung

Die Grundsätze für Prüfungsordnungen der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin (Rahmenprüfungsordnung - RPO) in ihrer jeweils gültigen Fassung ist Bestandteil dieser Ordnung.

§ 3 Form und Modalitäten von Leistungsnachweisen

(1) Leistungsnachweise können schriftlich und/oder mündlich erbracht werden. Die jeweils erforderliche Form der Leistungsnachweise ist in dem Dokument „Modulbeschreibung für den Masterstudiengang Industrial Sales and Innovation Management“ festgelegt.

(2) Leistungsnachweise sind in der Unterrichtssprache zu erbringen. Das Ablegen von Leistungsnachweisen in einer anderen als der Unterrichtssprache bedarf des Einverständnisses zwischen dem oder der Studierenden und dem oder der Prüfenden. Das Einverständnis ist zu Beginn des Semesters jeweils schriftlich herzustellen.

§ 4 Modulprüfungen

(1) Alle Module schließen mit einer differenzierten Leistungsbeurteilung ab.

(2) Für Module, in denen der zu erbringende Leistungsnachweis aus einer modulbegleitend geprüften Studienleistung besteht, wird für diese modulbegleitende Studienleistung lediglich eine Prüfungsmöglichkeit im Semester angeboten:

- M4 Markt- und Wettbewerbsforschung/SPSS
- M5 Projekt- und Teammanagement
- M14 Praktische Anwendungen der Vertriebsarbeit

(3) Besteht eine Modulprüfung aus mehreren Leistungsnachweisen bzw. ein Modul aus verschiedenen Lehrveranstaltungsarten (SU und Ü) und die Modulprüfung entsprechend aus mehreren möglichen Leistungsnachweisen so wird die Modulnote aus den Noten der einzelnen Leistungsnachweise gemittelt, wobei eine Gewichtung der einzelnen Noten vorgenommen werden kann. Der Prüfer oder die Prüferin macht zu Beginn eines Semesters in geeigneter schriftlicher Form bekannt, welche einzelnen Leistungsnachweise zu erbringen sind und welche Gewichtung diese einzelnen Leistungsnachweise für die Modulnote haben.

(4) Module, die aus mehreren Units bestehen, bilden eine didaktische Einheit und führen zu einer Modulnote.

(5) Die Anzahl der mit den einzelnen Modulen jeweils zu erwerbenden Leistungspunkte sind in Anlage 2 der Studienordnung aufgeführt

(6) Wurde die Prüfung in einem Wahlpflichtmodul bestanden, kann dieses nicht mehr durch ein anderes Wahlpflichtmodul ersetzt werden.

(7) Die Zulassung zu einer Prüfung oder zur Erbringung einer modulbegleitend geprüften Studienleistung setzt die Belegung des entsprechenden Moduls oder Units gemäß § 20 Hochschulordnung (HO) voraus.

§ 5 Masterarbeit

(1) Der Prüfungsausschuss bestätigt durch Unterschrift des/der Vorsitzenden das von dem Kandidaten oder der Kandidatin gewählte Thema, sofern es geeignet ist, und legt den Bearbeitungsbeginn und die Bearbeitungsfrist gemäß Abs. 3 sowie die betreuenden Prüfer oder Prüferinnen fest.

(2) Zur Masterarbeit wird zugelassen, wer alle Module der ersten beiden Studienplansemester im Umfang von 60 Leistungspunkten erfolgreich abgeschlossen und sich bis spätestens zum Ende der Vorlesungszeit des 2. Studienplansemesters in der Prüfungsverwaltung angemeldet hat. Ein Kandidat oder eine Kandidatin kann auch zugelassen werden, wenn

- er oder sie Module im Gesamtumfang von grundsätzlich bis zu fünf Leistungspunkten aus dem ersten oder zweiten Semester noch nicht erfolgreich abgeschlossen hat und
- der erfolgreiche Abschluss sämtlicher Module im Semester, in dem die Masterarbeit geschrieben wird, möglich und zu erwarten ist und
- Art und Umfang der noch fehlenden Leistungsnachweise die Anfertigung der Masterarbeit fachlich und zeitlich nicht wesentlich beeinträchtigen.

(3) Die Masterarbeit wird zu Beginn des 3. Studienplansemesters in einer Bearbeitungszeit von 15 Wochen in der Regel ab der 4. Woche der Vorlesungszeit angefertigt. Der zeitliche Bearbeitungsaufwand die Masterarbeit entspricht 21 Leistungspunkten.

(4) Die Masterarbeit befasst sich mit einem frei gewählten Thema und kann als Gruppenarbeit mit maximal drei Studierenden durchgeführt werden. Ob das Thema geeignet ist nach Abs. (1) entscheidet der betreuenden Prüfer durch Unterschrift. Die Beiträge der einzelnen Prüflinge müssen abgrenzbar und individuell beurteilbar sein.

§ 6 Masterseminar/Kolloquium

(1) Zur Prüfung im Masterseminar, dem Kolloquium wird zugelassen, wer die Masterarbeit erfolgreich erstellt und 85 Leistungspunkte im Masterstudiengang Industrial Sales and Innovation Management nachweisen kann. Studierende, die bei der Zulassung zum Masterstudium keine 210 Leistungspunkte nachweisen konnten, können zur Prüfung im Masterseminar nur zugelassen werden, wenn sie aus dem Erststudium und dem Masterstudium zusammen 295 Leistungspunkte nachweisen. Der zeitliche Bearbeitungsaufwand für das Masterseminar mit Kolloquium entspricht 5 Leistungspunkten.

(2) Die Modulprüfung zum Masterseminar bezieht sich auf den Gegenstand der Masterarbeit und ordnet diesen in den Kontext des Masterstudiengangs Industrial Sales and Innovation Management ein. In dieser Prüfung soll der/die Kandidat/in zeigen, dass er/sie in der Lage ist, einen komplexen Sachverhalt in kurzer Zeit darzustellen und seine/ihre Argumentation gegen Kritik zu verteidigen.

§ 7 Modulnoten auf dem Masterzeugnis

Folgende Modulnoten werden im Masterzeugnis zu einer fachspezifischen Modulgruppe mit eigenem Namen zusammengefasst. Die Note dieser Modulgruppe wird durch die Bildung des gewogenen Mittels aufgrund der Leistungspunkte der einzelnen Modulnoten ermittelt.

- **M3** Technik, Anlagen, Systeme: Fertigungstechnik und Industrie und **M8** Technik, Anlagen, Systeme: Systemanalyse und Prozesse zu **Technik, Anlagen und Systeme**

§ 8 Berechnung des Gesamtprädikates

(1) Die Bestimmung des Gesamtprädikates ergibt sich gemäß RPO aus der Gesamtnote (X), die wiederum als gewichtetes Mittel der Teilnoten (X_1 , X_2 , X_3) nach der Formel:

$$X = 0,70X_1 + 0,25X_2 + 0,05X_3$$

auf die zweite Stelle hinter dem Komma berechnet und auf eine Stelle nach dem Komma gerundet wird.

Die Teilnoten sind:

- der gewichtete Mittelwert der Module (M1 bis M14) gemäß Abs. 2 (X_1); dabei werden die ersten beiden Stellen nach dem Komma berechnet,
- die Note der Masterarbeit (Größe X_2),
- die Note des Masterseminars (Größe X_3).

(2) Die Berechnung der Größe X_1 für das Gesamtprädikat erfolgt durch die Bildung eines gewogenen Mittels aller Module aufgrund der Anzahl der jeweiligen Leistungspunkte.

$$X_1 = \frac{\sum (F_i \cdot a_i)}{\sum a_i} .$$

- Darin bedeuten:
- F_i : Die Fachnoten der einzelnen Module,
 - a_i : Die Wichtungsfaktoren (Leistungspunkte) der einzelnen Module.

Die Wichtungsfaktoren der einzelnen Module sind in der folgenden Tabelle aufgeführt:

Titel der Module	Wichtungsfaktor a_i
Angebotsmanagement	5
Industrielles Service- und Logistikmanagement	5
Technik, Anlagen, Systeme: Fertigungstechnik und Industrie	5
Markt- und Wettbewerbsforschung/SPSS	6
Projekt- und Teammanagement	4
Industrielle Beschaffungsprozesse	5
Produktentwicklung und Innovation	6
Technik, Anlagen, Systeme: Systemanalyse und Prozesse	5
Vertriebsplanung, -organisation, -controlling	5
Vertrags- und Wettbewerbsrecht	5
E-Business und Customer Relationship Management	5
Advanced English oder AWE-Modul	2
Advanced English oder AWE-Modul	2
Praktische Anwendungen der Vertriebsarbeit	4
Summe Leistungspunkte	64

(3) Muster des Masterzeugnisses sind als Anlagen 1 und 2 Bestandteil dieser Ordnung. Die Absolventen erhalten sowohl ein Zeugnis in deutscher als auch in englischer Sprache.

(4) Gleichzeitig wird mit dem Masterzeugnis eine Urkunde ausgehändigt, mit der die Verleihung des

akademischen Grades Master of Arts bescheinigt wird. Je ein Muster der Masterurkunde in deutscher und englischer Sprache sind als Anlagen 3a und 3b sowie 4a und 4b Bestandteile dieser Ordnung.

(5) Gleichzeitig wird mit dem Masterzeugnis ein Diploma Supplement deutscher und englischer Sprache ausgehändigt. Ein Muster des Diploma Supplements in deutscher Sprache ist als Anlage 5 Bestandteil dieser Ordnung.

§ 9 In-Kraft-Treten/Veröffentlichung

Diese Ordnung tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung im Amtlichen Mitteilungsblatt der HTW Berlin mit Wirkung zum 01. April 2010 in Kraft.

Anlage 1 zur Prüfungsordnung des Masterstudienganges Industrial Sales and Innovation Management

HTW

Hochschule
für Technik und Wirtschaft
Berlin

University of Applied
Sciences

Masterzeugnis

Frau/Herr _____

geboren am _____ in _____

hat ihr/sein Studium

im Masterstudiengang

Industrial Sales and Innovation Management

an der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin

erfolgreich absolviert.

Gesamtprädikat des Masterstudiums:

_____ (X,X)

Berlin, den _____ > Siegel <

Der/Die Vorsitzende
des Prüfungsausschusses

Der Dekan/Die Dekanin

Dieses Zeugnis wurde auch in englischer Sprache ausgefertigt.



Hochschule
für Technik und Wirtschaft
Berlin
University of Applied
Sciences

Masterzeugnis
für Frau / Herrn

Die Leistungen der einzelnen Module/Modulgruppe werden wie folgt beurteilt:

Table with 2 columns: Module names (Angebotsmanagement, Industrielles Service- und Logistikmanagement, etc.) and empty lines for grading.

Allgemeinwissenschaftliche/s Ergänzungsmodul/e:
Vertiefung Englisch (C1) und/oder
AWE-Modul/e

*) Anerkannte Leistung

Mögliche Leistungs-
beurteilungen
(Modulnoten):
sehr gut, gut,
befriedigend,
ausreichend.

Thema der Masterarbeit:

Mögliches
Gesamtpredikat:
„mit Auszeichnung“,
„sehr gut“, „gut“,
„befriedigend“,
„ausreichend“.

Beurteilung der Masterarbeit:

Das Masterstudium
wurde nach der
Prüfungsordnung vom
02.12.2009
veröffentlicht im
Amtlichen
Mitteilungsblatt Nr.
XX/10 der HTW Berlin
vom _____,
absolviert.

Beurteilung des Masterseminars/Kolloquiums:

Anlage 2 zur Prüfungsordnung des Masterstudienganges Industrial Sales and Innovation Management

HTW

Hochschule
für Technik und Wirtschaft
Berlin
University of Applied
Sciences

Master's Degree

Grade Transcript

This is to certify that

Ms/Mr _____

born on _____ in _____

has passed the Master's degree in

Industrial Sales and Innovation Management

at the Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin.

Overall grade achieved in the Master's degree:

_____ (X,X)

Berlin, _____

>Seal<

Head of Examination Board

Dean

_____ This certificate has also been issued in the German language



Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin University of Applied Sciences

Grade Transcript for Ms / Mr

Grades achieved in degree modules/module group:

Table with 2 columns: Module Name and Grade Line. Modules include Tender Management, Industrial Service and Logistics Management, Market Research and Competition Analysis/SPSS, Project and Team Management, Industrial Procurement Processes, Product Development and Innovation, Technology, Plants and Systems, Distribution Planning, Organisation & Controlling, Contract and Competition Law, E-Business und Customer Relationship Management, Practical Applications of Sales Management.

Supplementary Modules:

Table with 2 columns: Module Name and Grade Line. Modules include Advanced English (C1) and/or, AWE-Module.

*) Grade recognised Possible grades in degree modules: very good (A), good (B), satisfactory (C), sufficient (D).

Topic of thesis:

Possible overall grades: "excellent", very good, good, satisfactory, sufficient.

Assessment of thesis: _____

The Master's degree course has been completed in accordance with the Examination Standards in effect on 02.12.2009, published in Amtliches Mitteilungsblatt der HTW Berlin (Official Information Bulletin), No. xx/10 on _____

Assessment of oral degree examination: _____

HTW

Hochschule
für Technik und Wirtschaft
Berlin
University of Applied
Sciences

Masterurkunde

Frau _____

geboren am _____ in _____

hat ihr Studium
im Masterstudiengang

Industrial Sales and Innovation Management

erfolgreich absolviert.

Ihr wird der akademische Grad

Master of Arts (M.A.)

verliehen.

Berlin, den _____

Der Präsident/Die Präsidentin

(Präsesiegel)

Diese Urkunde wurde auch in englischer Sprache ausgefertigt.

Anlage 3b zur Prüfungsordnung des Masterstudienganges Industrial Sales and Innovation Management

HTW

Hochschule
für Technik und Wirtschaft
Berlin
University of Applied
Sciences

Masterurkunde

Herr _____
geboren am _____ in _____
hat sein Studium
im Masterstudiengang

Industrial Sales and Innovation Management

erfolgreich absolviert.

Ihm wird der akademische Grad

Master of Arts (M.A.)

verliehen.

Berlin, den _____

Der Präsident / Die Präsidentin

(Präsesiegel)

Diese Urkunde wurde auch in englischer Sprache ausgefertigt.



Hochschule
für Technik und Wirtschaft
Berlin
University of Applied
Sciences

Master's Degree Certificate

This is to certify that

Ms _____
born on _____ in _____

has completed the Master's degree course in

Industrial Sales and Innovation Management

She has been awarded the academic degree

Master of Arts (M.A.)

Berlin, _____

President

(Seal)

This certificate has also been issued in the German language

HTW

Hochschule
für Technik und Wirtschaft
Berlin

University of Applied
Sciences

Master's Degree Certificate

This is to certify that

Mr _____

born on _____

in _____

has completed the Master's degree course in

Industrial Sales and Innovation Management

He has been awarded the academic degree

Master of Arts (M.A.)

Berlin, _____

President

(Seal)

This certificate has also been issued in the German language

HTW Berlin

Diploma Supplement

Master Industrial Sales and Innovation Management

1 Inhaber/ InhaberIn der Qualifikation

1.1 Familienname

1.2 Vorname

1.3 Geburtsdatum

Geburtsort

Geburtsland

1.4 Matrikelnummer

2 Qualifikation

2.1 Bezeichnung der Qualifikation ausgeschrieben

Master of Arts

Qualifikation abgekürzt

M.A.

Bezeichnung des Titels (ausgeschrieben und abgekürzt)

n.a.

2.2 Hauptstudienfach oder -fächer für die Qualifikation

Wirtschaftswissenschaften

2.3 Name der Einrichtung, die die Qualifikation verliehen hat

Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin

Fachbereich

Fachbereich 3, Wirtschaftswissenschaften I

Status Typ/Trägerschaft)

Hochschule (FH)

University of Applied Sciences (s. Abschnitt 8)

Status Trägerschaft

staatlich

2.4 Name der Einrichtung, die den Studiengang durchgeführt hat
siehe 2.3

2.5 Im Unterricht / in der Prüfung verwendete Sprache(n)
Deutsch

3 Ebene der Qualifikation

3.1 Ebene der Qualifikation
Postgradualer berufsqualifizierender Hochschulabschluss nach einem abgeschlossenen Bachelor- oder Diplomstudiengang (siehe Abschnitte 8.1 und 8.4.2) inklusive einer Masterarbeit

3.2 Dauer des Studiums (Regelstudienzeit)
Regelstudienzeit: 3 Semester (1,5 Jahre)
Workload: 2700 Stunden
Leistungspunkte (credit points) nach ECTS: 90
davon Masterarbeit 21 cp

3.3 Zugangsvoraussetzung(en)
- Bachelor of Arts im Studiengang Betriebswirtschaftslehre oder Wirtschaftsinformatik oder –ingenieurwesen oder –kommunikation oder –mathematik oder –recht oder mindestens Bachelor of Arts oder Bachelor of Science oder Bachelor of Laws oder Bachelor of Engineering in ähnlichen Studiengängen oder ausländisches Äquivalent und
- spezielle Auswahlkriterien

4 Studieninhalte und Ausbildungsziele

4.1 Studienform
Vollzeitstudium, Präsenzstudium

4.2 Anforderungen des Studienganges/Qualifikationsprofil des Absolventen/der Absolventin
Studierende des Master of Industrial Sales and Innovation Management sind befähigt, auf Grundlage wissenschaftlicher Erkenntnisse wirtschaftliche Fragestellungen in der Unternehmenspraxis eigenständig zu bearbeiten und praxisorientiert zu lösen.

Der Master of Industrial Sales and Innovation Management bildet Studierende für den weltweiten Vertrieb im Business to Business Geschäft aus. Er zielt damit auf folgende Geschäftsarten ab: Anlagengeschäft, Systemgeschäft, Produkt- sowie Zuliefergeschäft. Eine wesentliche Besonderheit ist die integrierte Vermittlung von Kompetenzen aus den Bereichen industrieller Vertrieb, Innovationsmanagement und Technik.

Durch die Stärkung wissenschaftlicher Arbeitsweisen, die Hervorhebung der problemlösungsbezogenen Arbeit und die Betonung internationaler Bezüge vermittelt das Studium die maßgeblichen Qualifikationen, um in der Praxis eigenverantwortlich und teamorientiert in leitenden Funktionen tätig werden zu können, dies schließt wirtschaftliche und technische Fähigkeiten/Kompetenzen sowie ökologische, soziale, rechtspolitische und interkulturelle Aspekte mit ein. Der Masterstudiengang Industrial Sales and Innovation Management vertieft und erweitert die im Bachelorstudium erworbenen Kenntnisse und fördert durch die Vermittlung von Schlüsselqualifikationen die Fähigkeit zu selbständigem Arbeiten und unterstützt die Entwicklung der eigenständigen Persönlichkeit.

Mit dem erfolgreichen Abschluss des Studiums im Masterstudiengang Industrial Sales and Innovation Management sind die Absolventen und Absolventinnen in der Lage, komplexe Probleme des industriellen Vertriebs zu erfassen, im unternehmerischen Kontext zu analysieren und unter

Verwendung wissenschaftlicher Methoden zu lösen. Durch die erworbenen Kenntnisse sind die Absolventen und Absolventinnen befähigt, relevante Problemfelder bereits im Voraus zu erkennen und möglichen Konflikten entgegenzuwirken.

Studienszusammensetzung:

- obligatorisches Kernstudium: 60 cp
- optionale Wahl- und Vertiefungsmodule: 4 cp
- Masterarbeit incl. Seminar und Kolloquium 26 cp

4.3 Einzelheiten zum Studiengang

Siehe „Masterzeugnis“ für weitere Details zu den absolvierten Schwerpunktfächern und dem Thema der Masterarbeit inklusive ihrer Benotungen.

4.4 Notensystem und Hinweise zur Vergabe von Noten

Note (i.v.H. *)	Bewertung		HTW grading scheme	
1,0 (≥ 90%)	Sehr gut	eine hervorragende Leistung	A	very good
2,0 (≥ 75%)	Gut	eine Leistung, die erheblich über den durchschnittlichen Anforderungen liegt	B	good
3,0 (≥ 60%)	befriedigend	eine Leistung, die durchschnittlichen Anforderungen entspricht	C	satisfactory
4,0 (≥ 50%)	ausreichend	eine Leistung, die trotz ihrer Mängel noch den Anforderungen genügt	D	sufficient
5,0 (< 50%)	nicht ausreichend	eine Leistung, die wegen erheblicher Mängel den Anforderungen nicht mehr genügt	F	fail

*) der erreichbaren Punktzahl

Zusammensetzung des Gesamtprädikates:

- 70 % Modulnoten
- 25 % Masterarbeit
- 5 % mündliche Abschlussprüfung

4.5 Gesamtnote

– Abschlussprädikat (ungerundete Abschlussnote) –

5 Funktion der Qualifikation

5.1 Zugang zu weiterführenden Studien

Der Abschluss berechtigt zur Aufnahme eines Promotionsstudiums; die jeweilige Zulassungsordnung kann zusätzliche Voraussetzungen festlegen. (s. Abschnitt 8)

5.2 Beruflicher Status

Der Masterabschluss eröffnet den Zugang für den höheren öffentlichen Dienst in Deutschland.

6 zusätzliche Informationen

6.1 Weitere Angaben

Akkreditiert durch ACQUIN, Akkreditierungs-, Zertifizierungs- und Qualitätssicherungsinstitut e.V.

6.2 Informationsquellen für ergänzende Angaben

HTW Berlin: <http://www.HTW-berlin.de>

Fachbereich: <http://www.f3.HTW-berlin.de/studium/studium.html>

7 Verifizierung des Diploma Supplement

Ort/Datum der Ausstellung

Berlin,

Dieses Diploma Supplement bezieht sich auf:

Master-Urkunde

Master-Zeugnis

Stempel/Unterschrift

Prof. Dr. Vorname Nachname

Prüfungsausschussvorsitzender