



CHARLOTTE FRESENIUS  
PRIVATUNIVERSITÄT  
UNIVERSITY OF SUSTAINABILITY

# CURRICULUM

## Sustainability Marketing & Leadership (M.Sc.)

MASTER • PRÄSENZ • VOLLZEIT

CHARLOTTE FRESENIUS  
PRIVATUNIVERSITÄT

Stand: August 2023

## INHALTSVERZEICHNIS

§1 Allgemeines.....	3
§2 Gegenstand des Studiums und Qualifikationsprofil .....	4
§3 Aufbau und Gliederung des Studiums .....	5
§4 Typen von Lehrveranstaltungen .....	5
§5 Lehr- und Lernmethoden .....	6
§6 Studieninhalt und Studienverlauf .....	6
§7 Schwerpunkte .....	7
§ 8 Masterprüfung.....	7
§9 Praktika bzw. Praxis .....	8
§10 Auslandsstudien.....	9
§11 Zulassungsbedingungen zu Prüfungen .....	9
§12 Prüfungsordnung.....	10
§13 Anerkennung von Prüfungen.....	12
§14 Inkrafttreten.....	12

## §1 ALLGEMEINES

- (1) Der Gesamtumfang für das Masterstudium Sustainability Marketing & Leadership beträgt 120 ECTS-Anrechnungspunkte. Dies entspricht einer vorgesehenen Studiendauer von 4 Semestern.
- (2) Absolventinnen und Absolventen des Masterstudiums Sustainability Marketing & Leadership wird der akademische Grad „Master of Science“, abgekürzt (M.Sc.), verliehen.
- (3) Voraussetzung für die Zulassung zum Masterstudium Sustainability Marketing & Leadership ist die allgemeine Universitätsreife (vgl. § 63 (1) UG 2002). Darüber hinaus sind der Nachweis ausreichender englischer Sprachkenntnisse auf dem Niveau B2 gem. dem europäischen Referenzrahmen für Sprachen sowie ein erfolgreich abgeschlossenes grundständiges Studium mit mindestens 110 ECTS-Anrechnungspunkten wirtschaftswissenschaftlicher Lehrinhalte und mindestens 180 ECTS-Anrechnungspunkten oder ein vergleichbarer akademischer Abschluss, etwa ein Diplomabschluss, erforderlich.
- (4) Für StudienbewerberInnen, die ein grundständiges Studium mit weniger als 110 ECTS-Anrechnungspunkten wirtschaftswissenschaftlichem Anteil erfolgreich abgeschlossen haben, ist das Bestehen eines wirtschaftswissenschaftlichen Aufnahmetests notwendig. Das erfolgreiche Absolvieren des Aufnahmetests dient dem Nachweis, dass StudienbewerberInnen mit wirtschaftswissenschaftlichen Studienanteilen von weniger als 110 ECTS-Anrechnungspunkten, die für eine erfolgreiche Bewältigung des Masterstudium Sustainability Marketing & Leadership notwendigen einschlägigen wirtschaftswissenschaftlichen Kenntnisse haben. Alternativ zum Aufnahmetest können entsprechende Fachkompetenzen auch durch eine qualifizierte anerkannte kaufmännische Ausbildung oder durch eine mindestens 18-monatige, einschlägige betriebswirtschaftliche Berufstätigkeit nachgewiesen werden. Diese betriebswirtschaftliche Berufstätigkeit muss mindestens für die Dauer von 12 Monaten nach dem Zeitpunkt des Abschlusses des grundständigen Studiums absolviert worden sein. Eine Prüfung der entsprechenden Unterlagen und die Anerkennung der Ausbildung erfolgt durch das zuständige Zulassungsorgan.
- (5) Die Zulassung zum Studium an der Charlotte Fresenius Privatuniversität erfordert die Übermittlung der vollständigen Bewerbungsunterlagen, den Nachweis der erforderlichen Hochschulzugangsberechtigung in schriftlicher und amtlich beglaubigter Kopie, im Einzelfall den Nachweis hinreichender Kenntnisse der deutschen Sprache.
- (6) Die Bewerbungsunterlagen bestehen aus dem vollständig ausgefüllten und online versendeten Bewerbungsformular, der hochgeladenen, unterschriebenen „Verpflichtungserklärung“, einer Abschrift der Hochschulzugangsberechtigung, das Abschlusszeugnis des Erststudiums in amtlich beglaubigter Kopie, einen tabellarischen und unterzeichneten Lebenslauf, schriftliche Darlegung der Studienmotivation in einem Umfang von 1-2 DIN A4 Seiten, einem aktuellen Lichtbild und einer Versicherungsbescheinigung der gesetzlichen Krankenkasse oder einem Nachweis über die Befreiung von der gesetzlichen Versicherungspflicht (als Mitglied in privater Krankenversicherung).
- (7) Sollten mehr Bewerbungen einlangen, als Studienplätze vorhanden sind, werden die Bewerbungen, die die erforderlichen Zulassungsbedingungen erfüllen, in der Reihenfolge ihres Einlangens gereiht. Sollte diese chronologische Reihung zu einem groben Missverhältnis von männlichen und weiblichen Studierenden führen, oder zu einem Nicht Berücksichtigen von Menschen mit Beeinträchtigungen, kann über Vorreihungen ein ausgeglichenes Verhältnis von unterschiedlichen

Bewerbergruppen angestrebt werden. Solche Vorreihungen müssen wohlbegründet sein und sind prinzipiell dem Senat zur Bestätigung vorzulegen. Der Senat entscheidet auch über allfällige Beeinspruchungen von Vorreihungsentscheidungen.

- (8) Allen Leistungen, die von Studierenden zu erbringen sind, werden ECTS-Anrechnungspunkte zugeteilt. Ein ECTS-Anrechnungspunkt entspricht 25 Arbeitsstunden. Die Anzahl der ECTS beschreibt das durchschnittliche Arbeitspensum, das erforderlich ist, um die erwarteten Lernergebnisse zu erreichen. Das Arbeitspensum eines Studienjahrs entspricht 1500 Echtstunden und somit einer Zuteilung von 60 ECTS-Anrechnungspunkten.
- (9) Das Masterstudium Sustainability Marketing & Leadership setzt sich aus Modulen zusammen, die Pflichtveranstaltungen darstellen. Einzelne Module können aus mehreren Lehrveranstaltungen bestehen. Zudem ist eine Masterarbeit anzufertigen.
- (10) Studierende mit Behinderungen und/oder chronischer Erkrankung dürfen keinerlei Benachteiligung im Studium erfahren. Es gelten die Grundsätze der UN-Konvention für die Rechte von Menschen mit Behinderungen, das Bundes-Gleichbehandlungsgesetz sowie das Prinzip des Nachteilsausgleichs.

## **§2 GEGENSTAND DES STUDIUMS UND QUALIFIKATIONSPROFIL**

- (1) Gegenstand des Studiums

Absolventinnen und Absolventen des konsekutiven Masterstudiengangs Sustainability Marketing & Leadership haben neben einem umfangreichen betriebswirtschaftlichen Wissen vertiefte Kenntnisse der nachhaltigen Unternehmensführung. Mit Hilfe wissenschafts-methodischer Instrumente können die Absolventinnen und Absolventen unternehmerische Entscheidungen unter Beachtung der Ansätze und Konzepte nachhaltiger Entwicklung analysieren. Auf Basis ihrer gewonnenen Erkenntnisse und mit der Fähigkeit, Interdependenzen verschiedener Lebensbereiche darzustellen, sind sie in der Lage, unternehmerische Entscheidungen auch vor dem Hintergrund sozialer, ökologischer und ökonomischer Aspekte zu bewerten. Die Absolventinnen und Absolventen haben gelernt, gesellschaftliche Diskurse als Chance für die Entwicklung nachhaltiger Geschäftsmodelle zu verstehen sowie diese aktiv mitzugestalten. So sind sie befähigt, ganzheitliche Lösungsansätze für konkrete unternehmerische sowie gesellschaftliche Problemstellungen zu entwickeln. Die Fähigkeit, eigene und andere Positionen auch selbstkritisch zu hinterfragen und aktuelle Entwicklungen sowie Bedürfnisse unterschiedlicher Märkte zu erkennen, ermöglicht es ihnen, Konzepte für eine nachhaltige Unternehmenspolitik und -führung zu gestalten. Ferner haben die Absolventinnen und Absolventen gelernt, auf Grundlage ihrer Kenntnisse über Ansätze der Kreislaufwirtschaft sowie der Postwachstumsökonomie, gesamtwirtschaftliche Entwicklungen und ihre Auswirkungen auf unternehmerische Entscheidungen zu bewerten. Den Prozess der Digitalisierung von Gesellschaften können sie überdies auch aus Perspektive nachhaltiger Ansätze ganzheitlich analysieren. Die Absolventinnen und Absolventen sind damit vertraut, wissenschaftlich-empirische Ansätze nicht nur zu nutzen, um evidenzbasierte Entscheidungen zu treffen, sondern diese auch kritisch zu reflektieren. Im Verlauf des Masterstudiums konnten die Absolventinnen und Absolventen ihre Persönlichkeit weiterentwickeln, speziell in puncto selbstständige Wissensaneignung, weitgehend eigenständige Durchführung von Projekten, aber auch ihre Fähigkeit zur kritischen Selbstreflexion, zum kritischen Denken, in der Kommunikation

und Teamarbeit und nicht zuletzt, um diese einzusetzen zur Mitgestaltung gesellschaftlicher Prozesse im demokratischen Gemeinwohl. Mit der abschließenden Masterprüfung haben sie ihre Befähigung zum kritischen Diskurs auf wissenschaftlichem Niveau über ein eigenes studienfachbezogenes Forschungsvorhaben und zu dessen selbstständiger Bearbeitung nach wissenschaftlichen Methoden unter Beweis gestellt.

Qualifikationsprofil und Kompetenzen

Berufsfelder der Absolventen des Studiengangs **Sustainability Marketing & Leadership, M.Sc.** sind:

- Führungsfunktionen in Unternehmen jeder Größe und Branche,
- Tätigkeiten in Nachhaltigkeitsabteilungen von Unternehmen, sowie in Bereichen des nachhaltigen Innovations- und Changemanagements von Produkten und Prozessen
- Tätigkeiten als Assistent der Geschäftsführung oder von Abteilungsleitungen mit Fokus Nachhaltigkeit,
- Tätigkeiten in Unternehmensverbänden und anderen Interessenvertretungen und
- Unternehmensberatung und selbstständige Tätigkeit

Den Absolventen ist es darüber hinaus auch möglich, nach einem erfolgreichen Masterabschluss eine Promotion aufzunehmen.

(2) Bedarf und Relevanz des Studiums für Wissenschaft, Gesellschaft und Arbeitsmarkt

Der Arbeitsmarkt weist eine positive Entwicklung für AkademikerInnen aus. So ist die Nachfrage nach Absolventinnen und Absolventen einer akademischen Hochschulausbildung in den letzten Jahren stetig gestiegen, insbesondere auch im Bereich Management, Finanzwesen und Wirtschaftswissenschaften. Die an Bedeutung zunehmende Klima- und Umweltkrise wird den Bedarf an Führungskräften, Experten und Expertinnen, die das ökonomische und ökologische Denken in erfolgreiches unternehmerisches Handeln umsetzen, enorm erhöhen. Unternehmen werden zunehmend nachweisen müssen, dass sie es verstanden haben, unternehmerische Gewinne mit und durch den Erhalt von Klima- und Umweltschutzmaßnahmen zu erreichen.

### **§3 AUFBAU UND GLIEDERUNG DES STUDIUMS**

- (1) Das Masterstudium Sustainability Marketing & Leadership ist modularisiert.
- (2) Das Studium sowie das Prüfungsverfahren sind so zu gestalten, dass das Studium einschließlich sämtlicher Prüfungsleistungen mit Ablauf des vierten Semesters abgeschlossen werden kann.

### **§4 TYPEN VON LEHRVERANSTALTUNGEN**

Im Masterstudium Sustainability Marketing & Leadership sind folgende Lehrveranstaltungen vorgesehen:

- (3) Vorlesung (VO): Gibt einen Überblick über ein Fach oder eines seiner Teilgebiete sowie dessen theoretische Ansätze und präsentiert unterschiedliche Lehrmeinungen und Methoden. Die Inhalte werden überwiegend im Vortragsstil vermittelt.
- (4) Vorlesung mit Übung (VU): Verbindet die theoretische Einführung in ein Teilgebiet mit der Vermittlung praktischer Fähigkeiten.
- (5) Übung (UE): Dient dem Erwerb, der Erprobung und Perfektionierung von praktischen Fähigkeiten und Kenntnissen des Studienfaches oder eines seiner Teilbereiche.
- (6) Seminar (S): Ist eine wissenschaftlich weiterführende Lehrveranstaltung. Sie dient dem Erwerb von vertiefendem Fachwissen sowie der Diskussion und Reflexion wissenschaftlicher Themen anhand aktiver Mitarbeit seitens der Studierenden.
- (7) Lehrveranstaltungen werden in der Regel in deutscher Sprache durchgeführt; Ausnahmen regeln die Modulbeschreibungen des Modulhandbuchs.

## **§5 LEHR- UND LERNMETHODEN**

- (1) Die ausgewiesenen Module unterscheiden sich weniger durch unterschiedliche Lehrveranstaltungstypen, sondern vielmehr durch eine unterschiedliche Verteilung von Lehr-/Lernmethoden. In den allermeisten Modulen findet sich der Lehrveranstaltungstyp Vorlesung, die durch Übungen, Planspiele, Fallbeispiele oder Gruppenarbeiten ergänzt werden und somit einen seminaristischen Charakter erhalten.
- (2) Darüber hinaus werden die Kompetenzen und Inhalte auch im Rahmen des angeleiteten Selbststudiums über didaktisierte Materialien vermittelt, die den Studierenden online über eine Lernplattform zur Verfügung gestellt werden. Dazu zählen unter anderem onlinebasierte Selbstlerntest, angeleitete Literaturrecherche oder auch die angeleitete Vor- und Nachbereitung der Präsenzveranstaltungen.
- (3) Welchen zeitlichen Umfang die verschiedenen Lehr-/Lernmethoden innerhalb eines Moduls einnehmen, ist der Verteilung des Workloads auf die verschiedenen Kategorien synchrone Kontaktzeit Präsenz, synchrone Kontaktzeit online, angeleitetes Selbststudium und Selbststudium zu entnehmen.

## **§6 STUDIENINHALT UND STUDIENVERLAUF**

Folgenden sind die Pflichtmodule und Lehrveranstaltungen des Masterstudiums Sustainability Marketing & Leadership aufgelistet.

Modul Nr.	Modul	ECTS-Punkte				SWS				Pflicht (P) Wahlpflicht (WP)
		1.	2.	3.	4.	1.	2.	3.	4.	
<b>Prinzipien Sustainability Marketing &amp; Leadership</b>										
M-SyML-1	Berufsfeld, Forschungsperspektiven und Grundlagen Sustainable Markets & Strategy	5				4				P
M-SyML-2	Positive Leadership & nachhaltige Unternehmenskultur	5				3				P
M-SyML-3	Globale Märkte, Wettbewerb und Geschäftsmodell	5				3				P
M-MaSa-1	Konsumentenverhalten	5				2				P
M-SyML-4	Ressourcenmanagement, Klima- und Postwachstumsökonomie		5				2			P
M-SyML-5	Angewandtes Innovationsmanagement, Business Development Change Management		5				4			P
M-SyML-6	Nachhaltige Marketing- und Markenstrategien		5				3			P
M-VB-1	Führung und Management		5				2			P
<b>Corporate Social Responsibility and Sustainability</b>										
M-SyML-7	Stakeholdermanagement	5				2				P
M-SyML-8	Integrales Nachhaltigkeitsmanagement und Nachhaltigkeitskommunikation		5				3			P
M-VB-2	Corporate Governance & Compliance			5				2		P
M-SyML-9	Verbraucherschutz und Recht			5				3		P
<b>Nachhaltigkeitsaspekte in der Digitalen Transformation</b>										
M-SyML-10	Digitales Nachhaltigkeitsmanagement			5				3		P
M-VB-3	Digital Applications & Data Management			5				2		P
<b>Forschungsmethoden</b>										
M-VB-4	Empirische Methoden in der angewandten Forschung	5								
M-VB-4.1	Quantitative Methoden					2				P
M-VB-4.2	Qualitative Methoden					2				
M-VB-5	Forschungsseminar: Nachhaltiges Wirtschaften		5				2			P
M-SyML-11	Analytische und explorative Forschung im Feld Sustainable Markets & Strategy			10				2		P
<b>Wahlpflichtbereich</b>										
M-SyML-WPM-1	Wahlpflichtmodul I <sup>1)</sup>				5				2	WP
M-SyML-WPM-2	Wahlpflichtmodul II <sup>1)</sup>				5				2	WP
<b>Masterprüfung</b>										
M-SyML-MK	Masterkolloquium				2				1	P
M-SyML-MA	Masterarbeit				18				0	P
<b>Summe</b>		<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>18</b>	<b>16</b>	<b>12</b>	<b>5</b>	
<b>Wahlpflichtmodul I (studiengangspezifisch und virtuell standortübergreifend, wähle 1 aus 3)</b>										
M-SyML-WPM-1	Neuromarketing und Nudging <sup>1)</sup>				5				2	WP
M-SyML-WPM-2	Corporate Social Responsibility <sup>1)</sup>				5				2	WP
M-CFC-WPM-1	Behavioural Decision Making <sup>1)</sup>				5				2	WP
<b>Wahlpflichtmodul II (studiengangübergreifend und virtuell standortübergreifend, wähle 1 aus 3)</b>										
M-VB-WPM-1	Konfliktmanagement und Mediation <sup>1)</sup>				5				2	WP
M-VB-WPM-2	Ehrenamtliches Engagement <sup>1)</sup>				5				2	WP
M-VB-WPM-3	Europäische Integration <sup>1)</sup>				5				2	WP

<sup>1)</sup> Dieses Modul wird als reines Online-Modul angeboten.

## §7 SCHWERPUNKTE

Studierende des Masterstudium Sustainability Marketing & Leadership ist die Wahl eines Schwerpunktes nicht vorgesehen.

## § 8 MASTERPRÜFUNG

- (1) Die Masterprüfung setzt sich aus den Modulen Masterarbeit und Forschungskolloquium zusammen.
- (2) Masterarbeit und Forschungskolloquium können in Absprache mit dem\*der Prüfer\*in auch in englischer Sprache angefertigt bzw. durchgeführt werden.
- (3) Im Modul Masterarbeit fertigen die Studierenden eine schriftliche Abschlussarbeit an. Der\*die Studierende soll mit dieser Abschlussarbeit zeigen, dass er\*sie in der Lage ist, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein Problem aus dem Bereich der Wirtschaftswissenschaften nach wissenschaftlichen Methoden und auf Basis der allgemeinen betriebswirtschaftlichen und / oder volkswirtschaftlichen und / oder quantitativen und / oder qualitativen Kenntnisse selbstständig zu bearbeiten und die Ergebnisse sachgerecht darzustellen.

- (4) Für die erfolgreich bestandene und benotete Masterarbeit werden 18 ECTS-Anrechnungspunkte vergeben.
- (5) Mit der Bearbeitung der Masterarbeit kann frühestens zu Beginn des vierten Semesters begonnen werden.
- (6) Die Bearbeitungszeit (Zeitraum von der Ausgabe des Themas bis zur Abgabe der Masterarbeit) beträgt in der Regel 19 Wochen. Das Thema und die Aufgabenstellung müssen so beschaffen sein, dass die Masterarbeit innerhalb der vorgesehenen Zeit abgeschlossen werden kann.
- (7) Die Masterarbeit ist fristgemäß und zweifach in gebundener Form beim Prüfungsamt einzureichen. Zusätzlich zur gebundenen Form ist die Masterarbeit dreifach auf einem elektronisch lesbaren Datenträger im Format eines allgemein gängigen Textverarbeitungsprogramms einzureichen. Auf dem elektronisch lesbaren Datenträger sind zudem sämtliche zitierten nicht allgemein zugänglichen und nicht dauerhaft abrufbaren Quellen zu dokumentieren.
- (8) Bestimmungen zum Ablauf und zur Organisation der Masterarbeit regelt der Leitfaden zur Anfertigung von Masterarbeit im Studiengang *Sustainability Marketing & Leadership*.
- (9) Die Masterarbeit enthält ein Verzeichnis der benutzten Hilfsmittel sowie eine Versicherung der Studierenden an Eides Statt, dass er\*Sie die Masterarbeit selbstständig und ohne unzulässige fremde Hilfe und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt und alle Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus veröffentlichten oder unveröffentlichten Schriften entnommen sind, als solche kenntlich gemacht hat. Sie hat zudem eine Erklärung der Studierenden darüber zu enthalten, dass sie in gleicher oder ähnlicher Form oder auszugsweise im Rahmen einer anderen Prüfung noch nicht vorgelegt worden ist.
- (10) Das Forschungskolloquium dient der Begleitung des Moduls Masterarbeit. Im Rahmen des Forschungskolloquiums soll der\*die Studierende zeigen, dass er\*sie in der Lage ist, insbesondere sein\*ihr Forschungsvorhaben auf klare und eindeutige Art und Weise zu präsentieren und auf wissenschaftlichem Niveau zu diskutieren.
- (11) Das Forschungskolloquium wird in Form eines Seminars durchgeführt. Dies findet zu Beginn des vierten Semesters statt.
- (12) Für das erfolgreich bestandene und benotete Forschungskolloquium werden 2 ECTS-Anrechnungspunkte vergeben.
- (13) Masterarbeit und Forschungskolloquium können, wenn sie einzeln mit „nicht ausreichend (5,0)“ bewertet wurden oder als mit „nicht bestanden (n.b.)“ bewertet gelten, einmal wiederholt werden; eine zweite Wiederholung ist ausgeschlossen.
- (14) Das Bewertungsverfahren für die Abschlussarbeit soll sechs Wochen nicht überschreiten.

## **§9 PRAKTIKA BZW. PRAXIS**

Pflichtpraktika sind im Masterstudium Sustainability Marketing & Leadership nicht vorgesehen. Es steht den Studierenden jedoch frei, freiwillige Praktika in der vorlesungsfreien Zeit zu absolvieren. Die CFPU wird dazu eine Reihe von möglichen Praktika Stellen im Netzwerk der CFPU ermöglichen, die sich auf Fragen der Nachhaltigkeit fokussieren.



## **§10 AUSLANDSSTUDIEN**

- (1) Studierenden des Masterstudium Sustainability Marketing & Leadership wird empfohlen, ein Auslandssemester zu absolvieren. Die Anerkennung von im Auslandsstudium absolvierten Lehrveranstaltungen erfolgt durch das zuständige studienrechtliche Organ. Die für die Beurteilung notwendigen Unterlagen sind von der/dem AntragstellerIn vorzulegen.
- (2) Für Auslandsstudien kann die Charlotte Fresenius Privatuniversität auf das vorhandene Netzwerk zurückgreifen.
- (3) Es wird sichergestellt, dass Auslandssemester ohne Verzögerungen im Studienfortschritt möglich sind, wenn folgende Bedingungen erfüllt werden:
  - Pro Auslandssemester werden Lehrveranstaltungen im Ausmaß von zumindest 30 ECTS-Anrechnungspunkten abgeschlossen.
  - Die im Rahmen des Auslandssemester absolvierten Lehrveranstaltungen stimmen inhaltlich nicht mit bereits an der Charlotte Fresenius Privatuniversität absolvierten Lehrveranstaltungen überein.
  - Vor Antritt des Auslandssemester wurde bescheidmäßig festgestellt, welche der geplanten Prüfungen den im Curriculum vorgeschriebenen Prüfungen gleichwertig sind.
- (4) Neben den fachwissenschaftlichen Kompetenzen können durch einen Studienaufenthalt im Ausland u.a. folgende Qualifikationen erworben werden:
  - Erwerb und Vertiefung von fachspezifischen Fremdsprachenkenntnissen
  - Erwerb und Vertiefung von allgemeinen Fremdsprachenkenntnissen (Sprachverständnis, Konversation, ...)
  - Erwerb und Vertiefung von organisatorischer Kompetenz durch eigenständige Planung des Studienalltag in internationalen Verwaltungs- und Hochschulstrukturen
  - Kennenlernen und studieren in internationalen Studiensystemen sowie Erweiterung der eigenen Fachperspektive
  - Erwerb und Vertiefung von interkulturellen Kompetenzen.
- (5) Studierende mit Behinderung und/oder chronischer Erkrankung werden bei der Suche nach einem Platz für ein Auslandssemester sowie dessen Planung seitens der Universität unterstützt.

## **§11 ZULASSUNGSBEDINGUNGEN ZU PRÜFUNGEN**

- (1) Der Prüfling hat sich innerhalb der durch das Prüfungsamt vorgegebenen Frist zu den Prüfungen anzumelden. Ohne Anmeldung besteht kein Anspruch auf Teilnahme bzw. Bewertung der Prüfung. Von der Anmeldung zu einer Prüfung kann innerhalb der Abmeldefrist zurückgetreten werden. Die für die Anmeldung zu Prüfungen und den Rücktritt von Prüfungen maßgebenden Termine und Ausschlussfristen werden durch das Prüfungsamt bekannt gegeben. Mit seiner\*ihrer Teilnahme an einer Prüfung erklärt der\*die Studierende, dass er\*sie sich zuvor angemeldet hat und die Anmeldevoraussetzungen vorlagen.
- (2) Der Antrag auf Zulassung zur Abschlussarbeit ist an das Prüfungsamt zu stellen. Das Prüfungsamt gibt die Melde- und Abgabefristen für die Abschlussarbeit bekannt. Die Zulassung kann nur erfolgen, wenn der\*die Antragsteller\*in für das laufende Semester immatrikuliert ist, die

Zulassungsvoraussetzungen aus § 12 Abs. 3 erfüllt hat und sich nicht in einem entsprechenden oder vergleichbaren Prüfungsverfahren befindet und eine entsprechende oder vergleichbare Prüfung nicht endgültig bestanden hat.

- (3) Voraussetzung für die Zulassung zur Masterarbeit ist, dass die Antragstellerin oder der Antragsteller zum Zeitpunkt der Zulassung mindestens 80 ECTS-Anrechnungspunkte im bisherigen Studienverlauf erzielt hat.

## **§12 PRÜFUNGSORDNUNG**

- (1) Die in § 5 und § 6 angeführten Module werden in Form von Modulprüfungen beurteilt.
- (2) Prüfungen werden studienbegleitend abgelegt. Sie werden in der Regel in demselben Semester angeboten, in dem das Modul abgeschlossen wird. Prüfungen können eine Prüfungsleistung oder mehrere Prüfungsleistungen umfassen. Die Modulbeschreibungen regeln die Prüfungsform, die Dauer respektive den Umfang der Prüfungen sowie den auf jede Lehrveranstaltung entfallenden Anteil, die Gewichtungsfaktoren sowie die Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkte. Themeneingrenzungen durch den\*die Lehrveranstaltungsleiter\*in oder Prüfer\*in sind nicht bindend.
- (3) Wenn eine Prüfung aus mehreren Prüfungsleistungen besteht, ist die Prüfung erst abgelegt, wenn alle Prüfungsleistungen mit einer Note bewertet wurden. Die Nichterbringung einer Prüfungsleistung führt zum Nichtbestehen der Prüfung. Die Fortschreibung erbrachter Prüfungsleistungen im Rahmen nicht vollständig abgelegter Prüfungen ist in der Regel nicht möglich.
- (4) Für Hausarbeiten, Projektarbeiten, Fallstudien und akademische Arbeitspapiere gilt Folgendes: Im Fall einer nicht dauerhaften Erkrankung kann die Bearbeitungszeit um die Dauer der Krankheit, maximal bis um die Hälfte der regulären Bearbeitungsdauer und maximal um vier Wochen verlängert werden, sofern eine Bearbeitung auf Grund der Krankheit ausgeschlossen ist. In diesem Fall ist ein ärztliches Attest vorzulegen. Während der Erkrankung dürfen keine Leistungen auf die o.g. Arbeiten erbracht werden. Weitere oder nochmalige Verlängerungen sind ausgeschlossen. Anstelle der Verlängerung und in allen anderen Fällen besteht die Möglichkeit des Prüfungsrücktritts nach den allgemeinen Regeln.
- (5) Das Prüfungsamt bedient sich zur Feststellung einer möglichen Täuschung des Einsatzes einer Software zur Plagiatsprüfung oder sonstiger elektronischer Hilfsmittel.
- (6) Folgende Modulprüfungen sind vorgesehen:  
Klausur: Dient dem Nachweis, dass der Prüfling in der Lage ist, in begrenzter Zeit, ohne oder mit festgelegten Hilfsmitteln und unter Aufsicht mit den geläufigen Methoden des Themengebiets eine Fragestellung zu bearbeiten und seine analytischen und methodischen Kompetenzen zur Problemlösung unter Beweis zu stellen. Die Bearbeitungsdauer ist in der Modulbeschreibung definiert. Klausuren werden am Ende des Semesters geschrieben.

Fallstudie: Eine Fallstudie („Case Study“) ist eine induktive qualitative Forschungsarbeit, die aus der qualifizierten Beobachtung eines definierten Kontextes in einer Unternehmung, einer anderen Organisation oder einer bestimmten Akteurskonstellation entsteht. Durch das erfolgreiche Erarbeiten einer Fallstudie weisen die Studierende nach, dass sie in der Lage sind, entsprechend

den Qualifikationszielen des jeweiligen Moduls auf publikationsfähigem Niveau eine unternehmerische Gestaltungsaufgabe oder eine bestimmte Akteurskonstellation zu erarbeiten und einen daraus resultierenden Forschungsbedarf zu ermitteln. Im Rahmen eines Vortrages und anschließender Diskussion stellen die Studierenden unter Beweis, dass sie Stand der Forschung, Vorgehensweise, Erkenntnisse und Ergebnisse darzulegen in der Lage sind.

Poster-Präsentation: Eine Poster-Präsentation ist eine von den Studierenden diskursiv geführte systematische Darbietung mittels visueller Unterstützung durch ein akademisches Poster (in der Regel DIN A0) von vorgegebener Dauer. Vorgehensweise, Ergebnisse und Quelle einer eigenständigen Forschungsarbeit sind in diesem Rahmen zu veranschaulichen, zusammenzufassen und zu strukturieren.

Akademisches Arbeitspapier: Ein akademisches Arbeitspapier mit Referat und Diskussion („Working Paper“) ist eine qualitative oder quantitative Forschungsarbeit zur Veröffentlichung, die gegebenenfalls zu einem akademischen Artikel oder Buchkapitel führen soll. Durch das erfolgreiche Erarbeiten des Arbeitspapiers weisen die Studierenden nach, dass sie in der Lage sind, entsprechend den Qualifikationszielen des jeweiligen Moduls eine eigenständige Forschungsarbeit innerhalb eines vorgegebenen Umfangs zu verfassen und diese im Kreise ihrer Mitstudierenden in einer von den Studierenden geleiteten Diskussion, die über mehrere Sitzungen verteilt erfolgen kann, zu verteidigen. Im Rahmen eines Referats und anschließender Diskussion stellen die Studierenden unter Beweis, dass sie Stand der Forschung, Vorgehensweise, Erkenntnisse und Ergebnisse darzulegen in der Lage sind.

Referat: Sind eigenständige Bearbeitungen vorgegebener Themen, Problemstellungen oder Übungsaufgaben. Hierzu zählen insbesondere die Informationsrecherche, die Strukturierung der Inhalte und ein Kurzvortrag zum Thema. Bei Referaten soll ein Handout erstellt werden, das die wesentlichen Thesen des Kurzvortrags und die zugrundeliegende Literatur darstellt. Den Umfang des Referats und des Handouts legt der\*die Prüfer\*in fest; in der Regel sollte die Vortragsdauer des Referats mindestens zehn Minuten; maximal 45 Minuten betragen. Referate werden semesterbegleitend abgehalten.

Projektarbeit: In Projektarbeiten erarbeiten die Studierenden (in Gruppenarbeit) Lösungen für konkrete wissenschaftliche und praktische Problemstellungen. Dazu werden ein Projektbericht in Gruppenarbeit angefertigt sowie Gruppenpräsentationen durchgeführt. Der Projektbericht muss nach Ende der Hauptprüfungsphase abgegeben werden. Die Präsentation erfolgt semesterbegleitend.

- (7) Prüfungsleistungen sind in dem Semester abzulegen, in welchem die Lehrveranstaltungen gemäß Studienverlaufsplan zu belegen ist. Die Wiederholung einer Prüfungsleistung muss innerhalb eines Jahres nach erfolgreich erklärtem Rücktritt oder im Falle des Nichtbestehens innerhalb eines Jahres nach Notenbekanntgabe durchgeführt werden. Wird diese Frist überschritten, kann das Prüfungsamt eine Anmeldung von Amts wegen durchführen. Die Zwangsanmeldung soll auf formlosen Antrag hinausgesetzt werden, wenn aufgrund mangelnden Lehrangebots im betroffenen

Modul oder Überschneidung mit curricular vorgesehenen Fächern eine Wiederholung unsachgemäß ist.

- (8) Das Prüfungsverfahren berücksichtigt die gesetzlichen Mutterschutzfristen und die Fristen der Elternzeit.
- (9) ECTS-Anrechnungspunkte werden vergeben, wenn alle im Rahmen des Moduls geforderten Prüfungsleistungen erbracht wurden und das Modul mit einer Modulnote von mindestens 4,0 bestanden wurde. Gleiches gilt für die Masterarbeit.
- (10) Mit der positiven Beurteilung aller Modulprüfungen und der positiven Beurteilung der Masterarbeit (§ 8) wird das Masterstudium *Sustainability Marketing & Leadership* abgeschlossen.
- (11) Anspruch auf Wiederholung einer Modulprüfung entsteht erst dann, wenn das Modul mit einer Modulnote von insgesamt „nicht ausreichend (5,0)“ bewertet wurde.
- (12) Prüfungsleistungen werden in der Regel in deutscher Sprache abgenommen; Ausnahmen regeln die Modulbeschreibungen des Modulhandbuchs.

### **§13 ANERKENNUNG VON PRÜFUNGEN**

- (1) Die Charlotte Fresenius Privatuniversität prüft auf Antrag anhand der von dem\*der Studienbewerber\*in vorgelegten Unterlagen zu seiner\*ihrer Qualifikation, inwieweit außerhochschulisch erworbene Kompetenzen auf erforderliche Modulleistungen des Studiengangs angerechnet werden können. Hierbei wird verglichen, ob und in welchem Umfang die Qualifikationen teilen des Studiums nach Inhalt und Niveau gleichwertig sind. Der Gesamtumfang der hierbei anrechenbaren ECTS-Anrechnungspunkte darf die Hälfte, der insgesamt zu erwerbenden ECTS-Anrechnungspunkte des Studiengangs nicht überschreiten.
- (2) Die Charlotte Fresenius Privatuniversität prüft auf Antrag anhand der von dem\*von der Studienbewerber\*in vorgelegten Unterlagen zu seiner\*ihrer Qualifikation, inwieweit Kompetenzen in Form von Prüfungsleistungen, die an einer anderen inländischen oder ausländischen Hochschule erworben wurden, auf erforderliche Modulleistungen des Studiengangs anzuerkennen sind. Eine Anerkennung ist im Zweifel auszusprechen, wenn durch die Hochschule keine wesentlichen Unterschiede nachgewiesen (festgestellt und begründet) werden können.
- (3) Leistungen, die vor Aufnahme des Studiums an der Charlotte Fresenius Privatuniversität an einer anderen hochschulischen oder außerhochschulischen Einrichtung erbracht wurden, sollen innerhalb der ersten Hochschulsesemester an der Charlotte Fresenius Privatuniversität mittels entsprechenden Antrags zu Anerkennung gebracht werden.
- (4) Eine Anerkennung einer nicht an der Charlotte Fresenius Privatuniversität erworbenen Leistung ist für eine bereits an der Charlotte Fresenius Privatuniversität bestandene oder in mindestens einem Prüfungsversuch nicht bestandene Prüfungsleistung nicht zulässig.
- (5) Eine anerkannte Prüfungsleistung gilt als bestanden und kann nicht wiederholt werden.

### **§14 INKRAFTTRETEN**

Das Curriculum tritt mit Genehmigung der AQ Austria in Kraft.