

**Prüfungsordnung des Fachbereichs 07 Wirtschaft (W) der Technischen Hochschule Mittelhessen (THM) für den Masterstudiengang Digital and International Marketing vom 13. Juli 2022 - Version 1**

**Genehmigung:**

Nach § 43 Abs. 5 Hessisches Hochschulgesetz (HHG) in der Fassung vom 14. Dezember 2021 (GVBl. 2021, 931) genehmige ich hiermit die nachstehende Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Digital and International Marketing.

Für das Präsidium:

Gießen, den 21. September 2022

Prof. Dr. Matthias Willems,  
 Präsident der Technischen Hochschule Mittelhessen

**Vorbemerkung:**

Nach § 50 Abs. 1 Nr. 1 des HHG in der Fassung vom 14. Dezember 2021 (GVBl. 2021, 931) hat der Fachbereichsrat des Fachbereichs W der THM am 13. Juli 2022 die Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Digital and International Marketing beschlossen. Sie enthält in Teil I die Allgemeinen Bestimmungen für Masterprüfungsordnungen der THM vom 14. Januar 2015 (AMB 01/2015), zuletzt geändert am 13. Juli 2022 (AMB 40/2022) und wird ergänzt durch die Fachspezifischen Bestimmungen in Teil II.

<b>Beschluss FBR</b>	<b>Beschluss Senat</b>	<b>Genehmigung Präsident</b>	<b>Inkrafttreten/Veröffentlichung</b>
<b>13.07.2022</b>	<b>14.09.2022</b>	<b>21.09.2022</b>	<b>01.06.2023 / AMB 81/2022</b>

**Teil I**

**Allgemeine Bestimmungen**

Es gelten die im Amtlichen Mitteilungsblatt der THM veröffentlichten Allgemeinen Bestimmungen für Masterprüfungsordnungen der THM vom 14. Januar 2015 (AMB 01/2015), zuletzt geändert am 13. Juli 2022 (AMB 40/2022).

## **Teil II** **Fachspezifische Bestimmungen**

### **Inhalt:**

- § 1 Geltungsbereich, Studienziele
- § 2 Zugangsvoraussetzungen
- § 3 Zulassungsvoraussetzungen
- § 4 Zulassungsentscheidung
- § 5 Immatrikulation
- § 6 Studienschwerpunkte
- § 7 Mastergrad und -urkunde
- § 8 Regelstudienzeit
- § 9 Module, Sprache, Masterarbeit, Kolloquium
- § 10 Praxissemester, Kompensationsmodul, Zusatzmodul
- § 11 Auslandssemester an einer Hochschule, Kompensationsmodul, Zusatzmodul, Anrechnung
- § 12 Kostenpflicht
- § 13 Inkrafttreten, Übergangsregelung

- Anlage 1      Modulübersicht
- Anlage 2      Modulhandbuch (Das Modulhandbuch wurde in einer gesonderten Datei im Ordner  
Modulhandbücher veröffentlicht)
- Anlage 3      Kompensationsmodule
- Anlage 4a     Masterzeugnis, deutsch
- Anlage 4b     Masterzeugnis, englisch
- Anlage 5a     Masterurkunde, deutsch
- Anlage 5b     Masterurkunde, englisch
- Anlage 6      Ordnung zur Praxisphase
- Anlage 7      Diploma Supplement

## **§ 1 Geltungsbereich, Studienziele**

- (1) Die Fachspezifischen Bestimmungen regeln die Inhalte und Anforderungen des Masterstudiengangs Digital and International Marketing des Fachbereichs Wirtschaft (07).
- (2) Die Studierenden sollen in besonderer Weise befähigt werden, in einem internationalen und zunehmend von Digitalisierung geprägten Umfeld Führungsaufgaben und besonders qualifizierte Stabsfunktionen im Bereich Marketing zu übernehmen. Studienziel ist es, den Studierenden anwendungsorientiert Fach-, Methoden-, Sozial- und Selbstkompetenzen zu vermitteln, die auf der Basis aktueller wissenschaftlicher Erkenntnisse und Führungserfahrungen für eine marktorientierte Führung von Unternehmungen und anderen Organisationen vor dem Hintergrund der Digitalisierung und Internationalisierung notwendig sind.

## **§ 2 Zugangsvoraussetzungen**

- (1) Das Studium im Masterstudiengang Digital and International Marketing baut konsekutiv auf einem ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschluss mit einer Regelstudienzeit von 7 Semestern (210 CrP) an einer Hochschule in der Fachrichtung Betriebswirtschaft auf. Das Studium kann auch auf einen ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschluss mit einer Regelstudienzeit von 7 Semestern (210 CrP) in einem verwandten Studiengang aufbauen. In diesem Fall muss der erste berufsqualifizierende Hochschulabschluss einen Fächeranteil von mindestens 50 % Betriebswirtschaftslehre, sowie Methodenkompetenz in Form von mindestens 8 CrP aus dem Bereich Mathematik oder Statistik aufweisen. Über das Vorliegen dieser Voraussetzungen entscheidet die Zulassungskommission.
- (2) Der Zugang zum Masterstudiengang Digital and International Marketing ist nur möglich, wenn ein erster berufsqualifizierender Hochschulabschluss nach Abs. 1 nachgewiesen werden kann und die Gesamtnote dieses ersten berufsqualifizierenden Abschlusses mindestens „gut“ (mindestens 75,5 Prozentpunkte nach § 9 Abs. 2 des Teils I der Prüfungsordnung; 2,3) ist.
- (3) Beträgt die Regelstudienzeit des ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschluss weniger als 7 Semester, ist zusätzlich § 4 Abs. 4 zu beachten.
- (4) Ausländische Bewerberinnen oder Bewerber für den Masterstudiengang Digital and International Marketing, die den ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschluss in einem nicht-deutschsprachigen Studiengang erworben haben, müssen spätestens bis zum Ende der von der THM festgelegten Immatrikulationsfrist für den Masterstudiengang Digital and International Marketing ausreichende Deutschkenntnisse nachweisen, in der Regel durch den Nachweis von 350 Kursstunden Deutsch.

## **§ 3 Zulassungsvoraussetzungen**

- (1) Die Zulassung zum Masterstudiengang Digital and International Marketing setzt den vollständig ausgefüllten „Antrag auf Zulassung für den Masterstudiengang Digital and International Marketing“ über das von der THM bestimmte Portal innerhalb der von der THM festgelegten Bewerbungsfrist inklusive folgender Unterlagen voraus:
  1. Nachweis des ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschlusses nach § 2 Abs. 1 bis 3 durch
    - a) Abschlusszeugnis,
    - b) Diploma Supplement und
    - c) Transcript of Records oder einen vergleichbaren Nachweis.

Können diese Abschlussdokumente des ersten berufsqualifizierenden Hochschulstudiums bis zum Ende der Bewerbungsfrist nicht vorgelegt werden, gilt § 4 Abs. 6.

2. Darstellung des persönlichen und beruflichen Werdeganges
  3. Nachweis ausreichender englischer Sprachkenntnisse auf dem Niveau B2 des Europäischen Referenzrahmens für Sprachen, nachgewiesen in der Regel durch das Cambridge First Certificate, den TOEFL-Test, TOEIC-Test oder IELTS-Test. Über die Anerkennung des Nachweises über ausreichende Sprachkenntnisse entscheidet die Zulassungskommission.
  4. Bei ausländischen Bewerberinnen und Bewerbern die den ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschluss in einem nicht-deutschsprachigen Studiengang erworben haben, der Nachweis von Deutschkenntnissen gemäß § 2 Abs. 4. Kann der Sprachnachweis bis zum Ende der Bewerbungsfrist nicht vorgelegt werden, gilt § 4 Abs. 5.
- (2) Alle nach Abs. 1 einzureichenden Unterlagen müssen in deutscher oder englischer Sprache ausgestellt sein. Falls Dokumente in einer anderen Sprache als deutsch oder englisch ausgestellt wurden, muss eine amtlich beglaubigte Übersetzung der Dokumente ins Deutsche oder Englische eingeholt und mit dem Originaldokument eingereicht werden. Falls Unterlagen in englischer Sprache ausgestellt sind, erfolgt die fachliche Prüfung durch die Zulassungskommission.

#### **§ 4 Zulassungsentscheidung**

- (1) Die Hochschule entscheidet nach Maßgabe der gesetzlichen Bestimmungen und der Vorgaben der Hochschulrektoren- und Kultusministerkonferenz über die Anerkennung ausländischer oder gleichwertiger Abschlüsse und Hochschulzugangsberechtigungen.
- (2) Zum Studium im Masterstudiengang Digital and International Marketing wird zugelassen, wer die Zugangsvoraussetzungen nach § 2 und die Zulassungsvoraussetzungen nach § 3 erfüllt. Über die Erfüllung aller fachlichen Voraussetzungen der Bewerberinnen und Bewerber entscheidet die Zulassungskommission, der zwei Professorinnen oder Professoren und eine wissenschaftliche Mitarbeiterin oder ein wissenschaftlicher Mitarbeiter angehören. Die Mitglieder der Zulassungskommission werden durch den Prüfungsausschuss bestimmt. Zur Unterstützung der Zulassungskommission können weitere Professorinnen und Professoren zur Vorprüfung der Bewerbungsunterlagen nach den genannten Kriterien hinzugezogen werden. In Zweifelsfällen kann sie für die Entscheidung weitere Unterlagen von der Bewerberin oder dem Bewerber anfordern, z. B. Zeugnisse über bisherige einschlägige Berufstätigkeiten sowie Fort- und Weiterbildungen.
- (3) Die Zulassung erfolgt durch die Präsidentin oder den Präsidenten (Studiensekretariat) der Technischen Hochschule Mittelhessen. Ablehnende Entscheidungen sind der Bewerberin oder dem Bewerber schriftlich mitzuteilen. Der Bescheid ist mit einer Rechtsbehelfsbelehrung zu versehen.
- (4) Bachelorabsolventinnen und -absolventen aus Studiengängen mit einer Regelstudienzeit von weniger als 7 Semester (210 Creditpoints) können mit Auflagen zum Masterstudiengang Digital and International Marketing zugelassen werden. Sie müssen während des Masterstudiums zusätzliche Kenntnisse im Umfang von bis zu 30 Creditpoints erbringen und in der Regel bis zur Zulassung zur Masterarbeit nachweisen, so dass nach Abschluss des Masterstudiengangs Digital and International Marketing ein Gesamtstudienvolumen von 300 Creditpoints nachgewiesen werden kann. Die zusätzlichen Kenntnisse können erbracht werden durch das

erfolgreiche Absolvieren von Zusatzmodulen:

1. einer Praxisphase (vgl. § 10),
2. eines Auslandssemesters (vgl. § 11)
3. oder von Wahlpflichtmodulen des Modulangebots der Technischen Hochschule Mittelhessen, sofern diese Module einen inhaltlichen Bezug zur Betriebswirtschaftslehre aufweisen.

Art und Umfang der noch zu erbringenden Leistungen werden von der Zulassungskommission individuell mit der Zulassung auf Basis der im Rahmen des vorausgegangenen Studienabschlusses absolvierten Studieninhalte festgelegt.

Die zusätzlich erbrachten Leistungen werden im Transcript of Records bescheinigt. Sie sind jedoch nicht Bestandteil des Masterstudiums. Erworbene CrP werden im Masterstudium nicht angerechnet, erzielte Noten nicht bei der Berechnung der Abschlussnote berücksichtigt.

- (5) Bewerberinnen und Bewerber, die bis zum Ende der jeweiligen Bewerbungsfrist nicht alle in § 3 festgelegten Zulassungsvoraussetzungen erfüllen, können unter dem Vorbehalt zum Masterstudiengang zugelassen werden, dass die fehlenden Voraussetzungen spätestens bis zum Ende der von der THM festgelegten Immatrikulationsfrist für den Masterstudiengang Digital and International Marketing nachgewiesen werden. Bei Nichterfüllung erlischt die vorbehaltliche Zulassung.
- (6) Bewerberinnen und Bewerber, die bis zum Ende der Bewerbungsfrist ihr erstes berufsqualifizierendes Hochschulstudium noch nicht abgeschlossen haben, müssen statt der in § 3 Abs. 1 Nr. 1 geforderten Abschlussunterlagen eine detaillierte Bescheinigung über den Stand dieses Studiums vorlegen, um eine vorbehaltliche Zulassung zum Masterstudium erhalten zu können.

Diese Bescheinigung muss folgendes ausweisen:

- alle bisher im ersten berufsqualifizierenden Studium erbrachten Leistungen,
- die aktuell erreichte sowie die insgesamt zu erreichende Creditpointzahl; von den insgesamt zu erreichenden CrP müssen dabei mindestens 70 % bereits erworben worden sein,
- die aktuelle Durchschnittsnote.

Bis zum Ende der von der THM festgelegten Immatrikulationsfrist für den Masterstudiengang Digital and International Marketing muss der Abschluss des ersten berufsqualifizierenden Hochschulstudiums mit der Gesamtnote von mindestens „gut“ (mindestens 75,5 Prozentpunkte nach § 9 Abs. 2 des Teils I der Prüfungsordnung 2,3) nachgewiesen werden. Bei Nichterfüllung erlischt die vorbehaltliche Zulassung.

## **§ 5 Immatrikulation**

Zugelassene Bewerberinnen und Bewerber müssen sich innerhalb der von der THM festgelegten Frist immatrikulieren. Ihre Immatrikulation kann nur erfolgen, wenn alle Immatrikulationsvoraussetzungen gemäß § 3 der Hessischen Immatrikulationsverordnung in der jeweils gültigen Fassung erfüllt werden.

## **§ 6 Studienschwerpunkte**

- (1) Die Studierenden haben die Möglichkeit im Masterstudiengang Digital and International Marketing einen der nachfolgend aufgeführten Schwerpunkte zu wählen: Digital Marketing oder alternativ International Marketing.
- (2) Die Studierenden entscheiden sich zum zweiten Semester, welchen Schwerpunkt sie wählen

möchten. Spätester Zeitpunkt für die Entscheidung ist der 31. Januar jeden Jahres. Der Wechsel des gewählten Schwerpunktes ist einmalig möglich.

- (3) Bei ausländischen Studierenden, die den ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschluss in einem nicht-deutschsprachigen Studiengang erworben haben und sich für den Studienschwerpunkt Digital Marketing entscheiden, müssen mit der Anmeldung zum Schwerpunkt zusätzliche Deutschkenntnisse entsprechend der „Rahmenordnung über Deutsche Sprachprüfungen für das Studium an deutschen Hochschulen“ in der jeweils gültigen Fassung nachweisen. Entsprechende Nachweise sind zum Beispiel die Deutsche Sprachprüfung für den Hochschulzugang (DSH-2) oder der Test Deutsch als Fremdsprache (TestDaF mit mindestens 4 Punkten in jedem Bereich). Die Prüfung des Sprachnachweises erfolgt durch den Fachbereich.

### **§ 7 Mastergrad und -urkunde**

Bei erfolgreichem Abschluss des Studiums im Masterstudiengang Digital and International Marketing wird der Mastergrad „Master of Science“, Kurzform „M. Sc.“, mit Urkunde nach Anlage 5 verliehen.

### **§ 8 Regelstudienzeit**

Die Regelstudienzeit im Masterstudiengang Digital and International Marketing beträgt drei Semester; das entspricht 1,5 Studienjahren. Für den erfolgreichen Abschluss der Masterprüfung sind die in der Modulübersicht in Anlage 1 aufgeführten Module erfolgreich abzuschließen.

### **§ 9 Module, Sprache, Masterarbeit, Kolloquium**

- (1) In einem „beschleunigten Verfahren“ können bisher noch nicht angebotene Wahlpflichtmodule, die aktuelle Themen aufgreifen und für die Studierenden von Interesse sind, vom Fachbereich, ohne dass hierzu vorab eine Prüfungsordnungsänderung erfolgt, angeboten werden. Die Verfahrensvoraussetzungen hierzu sind in Anlage 2 geregelt.
- (2) Lehr- und Prüfungssprache sind für den Schwerpunkt Internationales Marketing in der Regel Englisch, für den Schwerpunkt Digitales Marketing überwiegend Deutsch. Andere Sprachen und die Art der Prüfungen sind im Modulhandbuch (Anlage 2) festgelegt und werden zu Vorlesungsbeginn rechtzeitig und in geeigneter Art und Weise bekannt gegeben.
- (3) Die Zulassung zur Masterarbeit kann erst erfolgen, wenn von dem aus dem im Curriculum (Anlage 1) bis einschließlich des 2. Semesters geforderten Modulen von dem Studierenden Module im Umfang von mindestens 48 Creditpoints erbracht wurden.
- (4) Die Bearbeitungszeit für die Masterarbeit beträgt 16 Wochen, hat einen Umfang von 30 Creditpoints und beinhaltet das Thesis-Seminar (vgl. Anlage 2, Modulhandbuch).
- (5) Kann ein Studierender oder eine Studierende aus einem von ihr bzw. ihm nicht zu vertretenden Grund an einer Veranstaltung oder Prüfungsleistung nicht teilnehmen und diese im Rahmen der Regelstudienzeit auch nicht nachholen, so kann sie bzw. er die entsprechenden Creditpoints durch eine von der oder dem Modulverantwortlichen zu bestimmenden Ersatzleistung erwerben, wenn dadurch eine Verlängerung des Studiums über die Regelstudienzeit hinaus vermieden werden kann.

### **§ 10 Praxissemester, Kompensationsmodul, Zusatzmodul**

- (1) Die Studierenden des Masterstudiengangs Digital and International Marketing der Technischen Hochschule Mittelhessen haben die Möglichkeit, ein Praxissemester als Zusatzmodul gem. § 19 der Allgemeinen Bestimmungen im Umfang von 30 Creditpoints zu erbringen. Näheres hierzu regelt die Ordnung zur Praxisphase (Anlage 6).
- (2) Wurde das Praxissemester bereits als Kompensationsmodul nach Anlage 3 (vgl. § 4 Abs. 4 Nr. 1) erbracht, ist eine Erbringung als Zusatzmodul nach Abs. 1 nicht mehr möglich.

### **§ 11 Auslandssemester an einer Hochschule, Kompensationsmodul, Zusatzmodul, Anrechnung**

- (1) Die Studierenden des Masterstudiengangs Digital and International Marketing der Technischen Hochschule Mittelhessen können an einer ausländischen Hochschule ein Semester als Zusatzmodul gem. § 19 der Allgemeinen Bestimmungen (Teil I der Prüfungsordnung) verbringen.
- (2) Wurde der Auslandsaufenthalt bereits als Kompensationsmodul nach Anlage 3 (vgl. § 4 Abs. 4 Nr. 2) erbracht, ist eine Erbringung als Zusatzmodul nach Abs. 1 nicht mehr möglich.
- (3) Die oder der Studierende kann beim Prüfungsausschuss des Masterstudiengangs Digital and International Marketing (vgl. § 14 Abs. 6 der Allgemeinen Bestimmungen / Teil I der Prüfungsordnung) im Benehmen mit der oder dem Auslandsbeauftragten des Studiengangs die komplette Anerkennung der an der ausländischen Hochschule erbrachten und bestandenen Module gemäß § 14 Abs. 1 und 2 der Allgemeinen Bestimmungen (Teil I der Prüfungsordnung) beantragen.
- (4) Vor Antritt des Auslandsaufenthalts ist seitens der oder des Studierenden mit dem Prüfungsausschuss des Fachbereichs zu klären, ob die jeweiligen Module bzw. Leistungen anererkennungsfähig sind.
- (5) Im Falle des Nichtbestehens der an der ausländischen Hochschule erbrachten Leistung bzw. des Moduls gelten dann für die oder den Studierenden die Wiederholungsregelungen der Allgemeinen Bestimmungen für Masterprüfungsordnungen der Technischen Hochschule Mittelhessen hinsichtlich der curricular geltenden Leistung bzw. des Moduls an der Technischen Hochschule Mittelhessen entsprechend (vgl. § 13 Abs. 1 der Allgemeinen Bestimmungen / Teil I der Prüfungsordnung).

### **§ 12 Kostenpflicht**

Für das Masterstudium werden keine Entgelte nach § 20 Abs. 5 HHG erhoben. Die Verpflichtung zur Zahlung des Semesterbeitrags nach § 83 Abs. 3 HHG, des Verwaltungskostenbeitrags nach § 62 HHG sowie von Gebühren und Beiträgen nach sonstigen gesetzlichen Vorschriften bleibt unberührt.

### **§ 13 Inkrafttreten, Übergangsregelung**

- (1) Diese Prüfungsordnung tritt mit Wirkung vom 01. Juni 2023 in Kraft. Sie gilt für alle Studierenden, die ihr Studium im Masterstudiengang Digital and International Marketing ab dem Wintersemester 2023/2024 aufnehmen.

- (2) Für Studierende, die ihr Studium vor Inkrafttreten dieser Prüfungsordnung im Masterstudiengang International Marketing aufgenommen haben, gilt die Prüfungsordnung für den Masterstudiengang International Marketing des Fachbereichs 07 Wirtschaft vom 08. Juli 2015 (AMB 50/2015), zuletzt geändert am 07. April 2021 (AMB 30/2021) längstens bis einschließlich Sommersemester 2025.
- (3) Studierende nach Abs. 2 können jederzeit unwiderruflich erklären, dass die Bedingungen der ab dem 01. Juni 2023 geltenden Prüfungsordnung für sie gelten sollen. Ab dem Wintersemester 2025/2026 hat diese Prüfungsordnung verbindliche Gültigkeit für alle Studierenden.
- (4) Die Prüfungsordnung des Fachbereichs Wirtschaft (W) für den Masterstudiengang International Marketing vom 08. Juli 2015 (AMB 50/2015), zuletzt geändert am 07. April 2021 (AMB 30/2021), wird mit Wirkung vom 01. Oktober 2025 aufgehoben.

Gießen, den 21. September 2022

Prof. Dr. Gerrit Sames  
Dekan des Fachbereichs 07 Wirtschaft



## Anlage 1

### Modulübersicht für den Masterstudiengang Digital and International Marketing

Nr.	Sem.	Modulbezeichnung	SWS	CrP
<b>1. Semester: Identisch für beide Schwerpunkte</b>				
	1	Digitales Marketing (Digital Marketing)	4	6
1102	1	International Marketing (International Marketing)	4	6
	1	Statistische Analyse von Konsumenten- und Nutzerdaten (Statistics for Consumer and User Research)	4	6
1104	1	Internationale Marketingforschung (International Marketing Research)	4	6
2101	1	Strategisches Management (Strategic Management)	4	6
<b>2. Semester: SP International Marketing</b>				
	2	Social Media /Digital Marketing Projekt (Social Media /Digital Marketing Project)	4	6
1106	2	Interkulturelles Konsumentenverhalten (Cross Cultural Consumer Behavior)	4	6
	2	Ausgewählte internationale Marketing- und Management- Themen (Selected Topics in International Marketing and Management)	2	3
1105	2	Führungskompetenz und interkulturelle Kommunikation (Leadership and Intercultural Communication)	2	3
2105	2	Internationales Vertriebsmanagement (International Sales Management)	4	6
2109	2	Innovations- und Change Management (Innovation and Change Management)	4	6
<b>2. Semester: SP Digital Marketing</b>				
	2	Social Media /Digital Marketing Projekt (Social Media /Digital Marketing Project)	4	6
	2	E-Commerce und Data-Driven Marketing (E-Commerce and Data-Driven Marketing)	4	6
	2	Digitale Kampagnenplanung und -steuerung (Digital Campaign Planning and Monitoring)	4	6
	2	Digitale Markenführung und Kommunikation (Digital Brand Management & Communication)	4	6
	2	Digitale Geschäftsmodelle (Digital Business Models)	4	6
<b>3. Semester: Identisch für beide Schwerpunkte</b>				
4101	3	Masterarbeit (Master Thesis)	27	
4102	3	Thesis-Seminar (Thesis Seminar)	3	
		SUMME Credit Points		90

Legende:

CrP = Creditpoints, Punkte nach dem European Credit Transfer System (ECTS)

SWS = Semesterwochenstunden

<b>Vollzeitstudium zum M.Sc. für BA-Absolventinnen und -Absolventen und vergleichbare wirtschaftswissenschaftliche Hochschulabschlüsse: Master Digital and International Marketing mit Schwerpunkt Digital Marketing</b>											
1. Sem	CrP	SWS	2. Sem.	CrP	SWS	3. Sem.	CrP	SWS	3./4. Sem.	CrP	SWS
Digitales Marketing	6	4	Social Media /Digitales Marketing Projekt	6	4	Auslandssemester*	(30)		Thesis - Seminar	3	2
International Marketing	6	4	E-Commerce und Data Driven Marketing	6	4						
Internationale Marketingforschung	6	4	Digitale Kampagnenplanung und -steuerung	6	4	Wahlfächer*	(30)				
Statistische Analyse von Konsumenten- und Nutzerdaten	6	4	Digitale Markenführung und Kommunikation	6	4				M.Sc.-Thesis	27	
Strategisches Management	6	4	Digitale Geschäftsmodelle	6	4	Praktikum*	(30)				
Summe	30		Summe	30		Summe	(30)		Summe	30	

<b>Vollzeitstudium zum M.Sc. für BA-Absolventinnen und -Absolventen und vergleichbare wirtschaftswissenschaftliche Hochschulabschlüsse: Master Digital and International Marketing mit Schwerpunkt International Marketing</b>											
1. Sem	CrP	SWS	2. Sem.	CrP	SWS	3. Sem.	CrP	SWS	3./4. Sem.	CrP	SWS
Digitales Marketing	6	4	Social Media /Digitales Marketing Projekt	6	4	Auslandssemester*	(30)		Thesis - Seminar	3	2
International Marketing	6	4	Interkulturelles Konsumentenverhalten	6	4						
Internationale Marketingforschung	6	4	Ausgewählte internationale Marketing- und Management-Themen	2	3	Wahlfächer*	(30)				
Statistische Analyse von Konsumenten- und Nutzerdaten	6	4	Führungskompetenz und interkulturelle Kommunikation	2	3				M.Sc.-Thesis	27	
Strategisches Management	6	4	Internationales Vertriebsmanagement	6	4	Praktikum*	(30)				
			Innovations- und Change-Management	6	4						
Summe	30		Summe	30		Summe	(30)		Summe	30	

**\* (Optionales) Zusatzmodul. Näheres regeln die §§ 4 Abs. 4, 6, 10, 11 der Prüfungsordnung bzw. Anlage 6.**

## **Anlage 2 Modulhandbuch**

Das Modulhandbuch wurde in einer gesonderten Datei im Ordner Modulhandbücher veröffentlicht.

### Anlage 3 Kompensationsmodule

	<b>Praxissemester / Internship</b>		
<b>Modulverantwortliche</b>	Prof. Dr. Stefanie Wannow		
<b>Lehrende</b>			
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	<b>Notwendige Voraussetzungen zur Teilnahme am Modul</b> <b>Empfohlene Voraussetzungen zur Teilnahme am Modul</b> Modules from first two semesters.		
<b>Bonuspunkte</b>	<input type="checkbox"/> Ja <input checked="" type="checkbox"/> Nein		
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten (CrP)</b>	<b>Prüfungsvorleistungen</b> 4 month of internship <b>Prüfungsleistungen</b> Internship report		
<b>ECTS-Leistungspunkte (CrP)</b>	<b>Arbeitsaufwand</b> 30 CrP	<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
<b>Lehr- und Lernformen</b>			
<b>Kurzbeschreibung (deutsch und englisch):</b> <p>Praktikum zur Anwendung und Erweiterung der erworbenen Marketing- und Managementkenntnisse in der Unternehmenspraxis.</p> <p>Internship to apply and extend the theoretical Marketing and Management knowledge in a company context.</p>			
<b>Inhalte und Qualifikationsziele des Moduls</b> <b>Inhalte</b> <p>Depending on the specific internship; the academic supervisor will make sure that the tasks comply with the academic requirements of the master program.</p> <b>Qualifikationsziele und angestrebte Lernergebnisse</b> <p>The students shall learn to apply their skills accumulated in their studies to concrete projects. They shall train their capability to develop marketing concepts and apply them in a “real world” situation as well as improve their teamwork skills.</p>			

<p><b>Fachkompetenzen</b></p> <p>Partly depending on specific internship; in-depth knowledge in and applied skills for a specific Marketing/Management context.</p> <p><b>Methodenkompetenzen (fachlich &amp; überfachlich)</b></p> <p>Depending on specific internship.</p> <p><b>Sozialkompetenzen</b></p> <p>Partly depending on specific internship; team work and dealing with people-oriented challenges in a competitive environment.</p> <p><b>Selbstkompetenzen</b></p> <p>Partly depending on specific internship; dealing with task-oriented challenges and self-management in a competitive environment.</p>						
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	As ‚Zusatzmodul‘or ‚Kompensationsmodul‘in accordance with §2 (4) and §8 of the MA IM study regulations.					
<b>Studiensemester</b>	3					
<b>Dauer des Moduls</b> <input checked="" type="checkbox"/> 1 Semester <input type="checkbox"/> 2 Semester	<b>Häufigkeit des Angebots des Moduls</b> <input checked="" type="checkbox"/> semesterweise <input type="checkbox"/> jährlich <input type="checkbox"/> bei Bedarf			<b>Sprache</b> <input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input checked="" type="checkbox"/> Englisch <input checked="" type="checkbox"/> Andere: Depending on location and company language.		
<b>ECTS-Leistungspunkte (CrP) und Benotung</b>	Assessment in accordance with § 9 of the General Provisions (Part 1 of the Examination Regulations).					
<b>Art der Lehrveranstaltung nach KapVO (SWS)</b>	<input type="checkbox"/> Vorlesung  0 SWS	<input type="checkbox"/> Seminar  0 SWS	<input type="checkbox"/> Übung  0 SWS	<input checked="" type="checkbox"/> Praktikum  0 SWS	<input type="checkbox"/> Thesis  0 SWS	<input type="checkbox"/> BPP  0 SWS
<b>Literatur, Medien:</b> None						

**Anlage 4a Masterzeugnis – Inhalt des Zeugnisses (M. Sc.) - Deutsch**

**Logo der Technischen Hochschule Mittelhessen / University of Applied Sciences**

**Zeugnis  
 Master of Science (M. Sc.)**

Name  
 geboren am  
 geboren in  
 Matrikel-Nr.

hat am  
 die Masterprüfung  
 im Masterstudiengang Digital and International Marketing  
 mit dem Schwerpunkt \_\_\_\_\_ Marketing  
 des Fachbereichs Wirtschaft  
 erfolgreich bestanden

und dabei folgende Bewertungen erhalten:

Master-Thesis mit Thesis-Seminar

Thema:

Note:	Prozentpunkte:	Creditpoints
-------	----------------	--------------

Name

Prüfungsmodule:	Noten	Prozentpunkte	Creditpoints
-----------------	-------	---------------	--------------

Gesamtnote

Gießen, den

Die Dekanin / Der Dekan

Siegel

Die / Der Vorsitzende  
des Prüfungsausschusses

**Anlage 4b Masterzeugnis – Inhalt des Zeugnisses (M. Sc.) - Englisch**

**Logo der Technischen Hochschule Mittelhessen / University of Applied Sciences**

**DEGREE CERTIFICATE  
Master of Science (M. Sc.)**

Name

born on

in

Reg.No.

has on  
successfully completed all examinations of the post-graduate  
**Master Program**  
in  
**Digital and International Marketing**  
with major field of study ---

Name received the following grades:

Master-Thesis and Thesis Seminar (30 CrP)

Topic:

Grade:

Percentage Points:

Creditpoints:

Name

Exam Modules

Topic

Grades

Percentage Points

Credit Points

Grade Point Average

Gießen,

Dean

Seal

Head of the Examination Board



**Anlage 5a Masterurkunde – Inhalt der Urkunde „Master of Science“ (M. Sc.) - Deutsch**

**Logo der Technischen Hochschule Mittelhessen / University of Applied Sciences**

**Masterurkunde**

Name

geboren am

geboren in

hat am

im Masterstudiengang „Digital and International Marketing“ des Fachbereichs Wirtschaft die  
Masterprüfung bestanden. Schwerpunkt: Digital Marketing / International Marketing

Aufgrund dieser Prüfung verleiht die Technische Hochschule Mittelhessen / University of Applied  
Sciences den akademischen Grad Master of Science (M. Sc.)

Gießen, den

Präsidentin / Präsident

(Siegel)

Dekanin / Dekan

**Anlage 5b Masterurkunde – Inhalt der Urkunde „Master of Science“ (M. Sc.) - Englisch**

Logo der Technischen Hochschule Mittelhessen / University of Applied Sciences

**Degree Certificate**

Name

born on

in

has successfully completed on

all examinations of our graduate Master's programme in Digital and International Marketing

Major field of study: Digital / International Marketing

The Technische Hochschule Mittelhessen / University of Applied Sciences therefore awards to her / him the academic degree of

Master of Science (M. Sc.)

Gießen,

President

(Seal)

Head of Department

## **Anlage 6: Ordnung zur Praxisphase im Masterstudiengang Digital and International Marketing des Fachbereichs Wirtschaft der Technischen Hochschule Mittelhessen**

### **§ 1 Allgemeines**

- (1) Der Masterstudiengang Digital and International Marketing des Fachbereichs Wirtschaft der Technischen Hochschule Mittelhessen bietet seinen Studierenden unter bestimmten Bedingungen (vgl. § 4 Abs. 4 sowie § 10) die Möglichkeit, optional ein berufspraktisches Semester (Praxisphase) zu absolvieren. Dieses wird von der Hochschule vorbereitet, begleitet und betreut.
- (2) Die Praxisphase wird auf der Grundlage einer „Vereinbarung zur Praxisphase zwischen Studierenden und Unternehmen“ (Praxisvertrag) zwischen Studentin oder Student und Praxisstelle geregelt.

### **§ 2 Zulassung zum berufspraktischen Semester**

- (1) Das berufspraktische Semester kann alternativ zum Auslandssemester oder zu einem zusätzlichen Studiensemester von denjenigen Studierenden gewählt werden, die einen Bachelorstudiengang mit weniger als 7 Semestern abgeschlossen haben. Für diese Studenten ist eine der genannten Optionen verpflichtend (vgl. § 4 Abs. 4).
- (2) Die Entscheidung über die Zulassung zum berufspraktischen Semester anstelle von Auslandssemester oder zusätzlichem Studiensemester trifft die MAIM-Koordinierungsstelle nach Beantragung durch die Studierende oder den Studierenden.
- (3) Das berufspraktische Semester kann auch als freiwilliges Zusatzmodul gemäß § 10 Abs. 1 erbracht werden.

### **§ 3 Ziele und Aufgaben der Praxisphase**

- (1) Während der Praxisphase soll die oder der Studierende in einem Unternehmen oder einer öffentlichen Institution ihrer oder seiner Wahl anspruchsvolle Aufgaben, Projekte und Fragestellungen aus dem Bereich Marketing bearbeiten und so ihre oder seine Fähigkeit zur Entwicklung und Umsetzung von Marketing-/Vertriebskonzepten stärken.
- (2) Die thematischen Inhalte der Praxisphase richten sich nach den jeweiligen Bedürfnissen der gewählten Unternehmen bzw. öffentlichen Institutionen. Die Studierenden erweitern und vertiefen ihre Kenntnisse über und die Anwendung von Methoden aus verschiedenen Teilgebieten der Marktforschung, des Marketings und Vertriebs und wenden sie zur Lösung konkreter betrieblicher Probleme an. Dadurch werden auch überfachliche Kompetenzen, insbesondere Selbst- und Sozialkompetenz, trainiert.

### **§ 4 Organisation**

- (1) Der Prüfungsausschuss für den Masterstudiengang Digital and International Marketing des Fachbereichs Wirtschaft überträgt alle die Praxisphase betreffenden Aufgaben und Entscheidungen auf die im Fachbereich eingerichtete Koordinationsstelle für den Masterstudiengang Digital and International Marketing (MAIM-Koordinationsstelle).
- (2) Die Aufgaben der MAIM-Koordinationsstelle umfassen insbesondere:
  - die Beratung der Studierenden und der Praxisstellen,

- die Überprüfung der Praxisverträge und der Organisation der Abläufe der Praxisphase,
- die Zulassung zur Praxisphase.

### **§ 5 Zeitliche Einordnung und Anrechnung von Praxiszeiten**

Zur Praxisphase kann zugelassen werden, wer Module im Umfang von mindestens 80% der ECTS-Regelleistung aus den ersten beiden Semestern, also 48 CrP, erbracht hat.

### **§ 6 Praxisstelle und Betreuung**

- (1) Die Praxisstelle wird von der oder dem Studierenden vorgeschlagen und bedarf vor Beginn der Praxisphase der Genehmigung durch die MAIM-Koordinierungsstelle.
- (2) Die Praxisstelle benennt eine Betreuerin oder einen Betreuer, die oder der hauptberuflich in der Praxisstelle tätig ist. Die Betreuerin oder der Betreuer überträgt die von der oder dem Studierenden zu erfüllenden Aufgaben und achtet darauf, dass sie den Vorgaben des § 3 Abs. 2 entsprechend bearbeitet werden. Sie oder er steht als Kontaktperson für Beratung zur Verfügung und unterstützt durch regelmäßige Anleitungsgespräche den Lernprozess.

### **§ 7 Praxisvertrag**

- (1) Vor Beginn der Praxisphase schließt die oder der Studierende mit der Praxisstelle einen Praxisvertrag ab. Vor Abschluss des Vertrages ist die Zustimmung der MAIM-Koordinationsstelle einzuholen.
- (2) Der Vertrag muss mindestens beinhalten: Name und Anschrift des Praxisunternehmens und der oder des Studierenden, Dauer der Praxisphase, Name und Position der verantwortlichen Betreuerin oder des verantwortlichen Betreuers, Aufgabenbeschreibung der oder des Studierenden.

### **§ 8 Dauer, zu erbringende Leistung und zeitlicher Ablauf**

- (1) Die Praxisphase hat eine Dauer von mindestens 16 Wochen und ist i. d. R. im dritten Semester zu absolvieren. Im Rahmen des berufspraktischen Semesters ist eine Hausarbeit (Bericht über die Praxisphase) zu erstellen.
- (2) Fehlzeiten (Urlaub, Krankheit) während der Praxisphase werden nicht angerechnet und sind nachzuholen; die tägliche Arbeitszeit entspricht der üblichen Arbeitszeit der Praxisstelle.

### **§ 9 Betreuung der Studierenden durch den Fachbereich**

- (1) Die MAIM-Koordinationsstelle bestimmt nach Absprache mit der oder dem Studierenden eine Hochschulbetreuerin oder einen Hochschulbetreuer für die Praxisphase aus dem Kreis der Lehrenden des Fachbereichs. Die Hochschulbetreuerin oder der Hochschulbetreuer muss prüfungsberechtigt nach § 16 der Allgemeinen Bestimmungen (Teil I der Prüfungsordnung) sein.
- (2) Die MAIM-Koordinationsstelle und das Unternehmen legen gemeinsam die Aufgabenstellung bzw. die Zielsetzung der Praxisphase fest.
- (3) Die Aufgaben der Hochschulbetreuerin oder des Hochschulbetreuers sind:
  - Regelmäßige Kontaktpflege und Informationsaustausch mit der oder dem Studierenden (tel., per e-mail, persönlich)

- Unterstützung der oder des Studierenden in allen fachlichen Fragen
- Hilfestellung und Vermittlung bei Problemen mit der Praxisstelle
- Unterstützung der MAIM-Koordinationsstelle in fachlicher Hinsicht, vor allem bezüglich der Eignung und Beratung der Praxisstelle
- Herstellung und Pflege von Kontakten zu den Praxisstellen
- Abnahme des Berichts über die Praxisphase

### **§ 10 Abschluss der Praxisphase**

- die Vorlage einer detaillierten Bescheinigung der Praxisstelle (Zeugnis),
- die Vorlage des Berichts über die Praxisphase

Die Bewertung der Praxisphase erfolgt durch die Hochschulbetreuerin oder den Hochschulbetreuer auf der Grundlage des Praxisberichts. Die Praxisphase ist erfolgreich abgeschlossen, wenn die Bewertung „bestanden“ lautet. Wird die Praxisphase mit „nicht bestanden“ bewertet, ist sie zu wiederholen.

### **§ 11 Status der Studierenden**

- (1) Während der Praxisphase bleibt die oder der Studierende Mitglied der Hochschule mit allen Rechten und Pflichten. Sie oder er ist verpflichtet, den zur Erreichung des Ziels der Praxisphase erforderlichen Anordnungen der Praxisstelle und der von ihr beauftragten Personen nachzukommen und die für die Praxisstelle geltenden Ordnungen, insbesondere Arbeitsordnungen und Unfallverhütungsvorschriften sowie Vorschriften über die Schweigepflicht zu beachten.
- (2) Die oder der Studierende ist keine Praktikantin oder kein Praktikant im Sinne des Berufsbildungsgesetzes und unterliegt während der Praxisphase weder dem Betriebsverfassungsgesetz noch dem Personalvertretungsgesetz.

### **§ 12 Versicherungsschutz**

- (1) Die oder der Studierende ist während der Praxisphase kraft Gesetzes gegen Unfall versichert. Im Versicherungsfalle übermittelt die Praxisstelle auch der Fachhochschule eine Kopie der Unfallanzeige.
- (2) Die oder der Studierende ist während der Praxisphase nach den Bestimmungen der studentischen Krankenversicherung pflichtversichert.

### **§ 13 Inkrafttreten**

Diese Ordnung tritt mit Wirkung vom 1. September 2010 in Kraft.

## Anlage 7 Diploma Supplement

# Technische Hochschule Mittelhessen / University of Applied Sciences Campus Gießen

---

## Diploma Supplement

Diese Diploma Supplement-Vorlage wurde von der Europäischen Kommission, dem Europarat und UNESCO/CEPES entwickelt. Das Diploma Supplement soll hinreichende Daten zur Verfügung stellen, die die internationale Transparenz und angemessene akademische und berufliche Anerkennung von Qualifikationen (Urkunden, Zeugnisse, Abschlüsse, Zertifikate, etc.) verbessern. Das Diploma Supplement beschreibt Eigenschaften, Stufe, Zusammenhang, Inhalte sowie Art des Abschlusses des Studiums, das von der in der Originalurkunde bezeichneten Person erfolgreich abgeschlossen wurde. Die Originalurkunde muss diesem Diploma Supplement beigefügt werden. Das Diploma Supplement sollte frei sein von jeglichen Werturteilen, Äquivalenzaussagen oder Empfehlungen zur Anerkennung. Es sollte Angaben in allen acht Abschnitten enthalten. Wenn keine Angaben gemacht werden, sollte dies durch eine Begründung erläutert werden.

---

### 1. ANGABEN ZUM INHABER/ZUR INHABERIN DER QUALIFIKATION

#### 1.1 Familienname(n), 1.2 Vorname(n)

Zzzzz, Zzzzz

#### 1.3 Geburtsdatum (TT.MM.JJJJ)

#### 1.4 Matrikelnummer

### 2. ANGABEN ZUR QUALIFIKATION

#### 2.1 Bezeichnung der Qualifikation und verliehener Grad

Master of Science

#### 2.2 Hauptstudienfach oder -fächer für die Qualifikation

Digital and International Marketing

#### 2.3 Name und Status (Typ/Trägerschaft) der Einrichtung, die die Qualifikation verliehen hat

Technische Hochschule  
Mittelhessen  
Wiesenstr. 14

D - 35390 Gießen

Hochschule für angewandte Wissenschaften  
(Fachhochschule) Staatliche Einrichtung

#### 2.4 Name und Status (Typ/Trägerschaft) der Einrichtung

siehe Abschnitt 2.3

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

Englisch

### 3. ANGABEN ZU EBENE UND ZEITDAUER DER QUALIFIKATION

### 3.1 Ebene der Qualifikation

Hochschulabschluss  
(Fachhochschule; FH)  
Einzelheiten siehe Abschnitt  
8.4.2

### 3.2 Offizielle Dauer des Studiums (Regelstudienzeit) in Leistungspunkten und/oder Jahren

1,5 Jahre (3 Semester) / 90 CrP nach ECTS

### 3.3 Zugangsvoraussetzung(en)

- Hochschulzugangsberechtigung nach § 54 HHG
- Erster akademischer Abschluss  
(Bachelor, Diplom) Einzelheiten siehe  
Abschnitt 8.7

## 4. ANGABEN ZUM INHALT DES STUDIUMS UND ZU DEN ERZIELTEN ERGEBNISSEN

### 4.1 Studienform

Vollzeitstudium

### 4.2 Lernergebnisse des Studiengangs

Das Studium vermittelt wissenschaftliche Managementkenntnisse und Fähigkeiten im Bereich Betriebswirtschaftslehre mit einem Fokus auf „Digital and International Marketing“. Hierzu gehören auch überfachliche Qualifikationen (Handlungs- und Führungskompetenzen). Besonders Rechnung getragen wird der Anwendung der erlernten theoretischen Konzepte und Forschungsmethoden auf konkrete Projekte und Fallstudien. Die Absolventinnen und Absolventen sollen in der Lage sein, Führungsaufgaben im Marketing vor dem Hintergrund der Digitalisierung in international operierenden Unternehmen und Verwaltungen wahrzunehmen. Das Masterprogramm umfasst insgesamt drei bis vier Semester (12 Programm-Module sowie ein optionales Auslandssemester, ggf. ersetzbar durch ein Wahlfachsemester oder ein Praxissemester, und eine Master-Thesis mit begleitendem Theseseminar). Bewerberinnen oder Bewerber mit einem deutschen Hochschuldiplom (Regelstudienzeit vier Jahre) können sich erfolgreich absolvierte Studienleistungen im Umfang von bis zu zwei Semestern anerkennen lassen. Die Anerkennung erfolgt nach Einzelfallprüfung durch den Fachbereich. Der Studiengang ist „stärker anwendungsorientiert“ ausgelegt. Das Programm hat erfolgreich das im Jahr 2000 neu in Deutschland etablierte offizielle Akkreditierungsprozedere durchlaufen.

### 4.3 Einzelheiten zum Studiengang, individuell erworbene Leistungspunkte und erzielte Noten

Siehe separates Dokument "Transcript of Records"

### 4.4 Notensystem und Notenspiegel

sehr gut	1,0 - 1,5 (100 % - 88 %)
gut	1,6 - 2,5 ( 87 % - 73 %)
befriedigend	2,6 - 3,5 ( 72 % - 58 %)
ausreichend	3,6 - 4,0 ( 57 % - 50 %)
mangelhaft	5,0 (unter 50 %)

Weitere Informationen siehe Abschnitt 8.6

#### ECTS-Grades

A (10 %)	100	-	93,0
B (25 %)	92,9	-	90,0
C (30 %)	89,9	-	86,0
D (25 %)	85,9	-	79,0
E (10 %)	78,9	-	50

### 4.5 Gesamtnote

gut (2,0) 88,2 % Credit Points: 180,0

## 5. ANGABEN ZUR BERECHTIGUNG DER QUALIFIKATION

### 5.1 Zugang zu weiterführenden Studien

Promotion, siehe Abschnitt 8.5.

## 5.2 Zugang zu reglementierten Berufen (sofern zutreffend)

Der Masterabschluss berechtigt die Absolventin oder den Absolventen, den Titel "Master of Science (M.Sc.)" zu tragen und entsprechende berufliche Tätigkeiten im Bereich betriebswirtschaftlicher Aufgabenstellungen auszuüben.

## 6. WEITERE ANGABEN

### 6.1 Weitere Angaben

Zusätzliche Informationen zum individuellen Verlauf des Studiums oder besondere Aktivitäten der Absolventin/des Absolventen werden auf Wunsch gesondert bescheinigt.

### 6.2 Weitere Informationsquellen

Allgemeine Informationen: siehe Abschnitt 8.8

Detaillierte Informationen zum Studienprogramm können angefordert werden bei: Technische Hochschule Mittelhessen

University of Applied Sciences  
Wiesenstraße 14

D - 35390 Gießen / HessenGermany  
<http://www.thm.de>

## 7. ZERTIFIZIERUNG DES DIPLOMA SUPPLEMENTS

Dieses Diploma Supplement nimmt Bezug auf folgende Original-Dokumente: Urkunde über die Verleihung des Grades vom 29.03.2021

Prüfungszeugnis vom 29.03.2021

Transcript of Records vom 29.03.2021

Datum der Zertifizierung: 29.03.2021

---

Siegel

Die Dekanin / Der Dekan  
Prüfungsausschusses

Vorsitzende / Vorsitzender des

## 8. ANGABEN ZUM NATIONALEN HOCHSCHULSYSTEM

Die Informationen über das nationale Hochschulsystem auf den folgenden Seiten geben Auskunft über die Qualifikation und den Status der Institution, die sie vergeben hat.



**8. INFORMATIONEN ZUM HOCHSCHULSYSTEM IN DEUTSCHLAND<sup>1</sup>**

**8.1 Die unterschiedlichen Hochschulen und ihr institutioneller Status**

Die Hochschulausbildung wird in Deutschland von drei Arten von Hochschulenangeboten.<sup>2</sup>

- Universitäten, einschließlich verschiedener spezialisierter Institutionen, bieten das gesamte Spektrum akademischer Disziplinen an. Traditionell liegt der Schwerpunkt an deutschen Universitäten besonders auf der Grundlagenforschung, so dass das fortgeschrittene Studium vor allem theoretisch ausgerichtet und forschungsorientiert ist.

- Fachhochschulen (FH)/Hochschulen für Angewandte Wissenschaften (HAW) konzentrieren ihre Studienangebote auf ingenieurwissenschaftliche technische Fächer und wirtschaftswissenschaftliche Fächer, Sozialarbeit und Design. Der Auftrag von angewandter Forschung und Entwicklung impliziert einen praxisorientierten Ansatz und eine ebensolche Ausrichtung des Studiums, was häufig integrierte und begleitete Praktika in Industrie, Unternehmen oder anderen einschlägigen Einrichtungen einschließt.

- Kunst- und Musikhochschulen bieten Studiengänge für künstlerische Tätigkeiten an, in Bildender Kunst, Schauspiel und Musik, in den Bereichen Regie, Produktion und Drehbuch für Theater, Film und andere Medien sowie in den Bereichen Design, Architektur, Medien und Kommunikation.

Hochschulen sind entweder staatliche oder staatlich anerkannte Institutionen. Sowohl in ihrem Handeln einschließlich der Planung von Studiengängen als auch in der Festsetzung und Zuerkennung von Studienabschlüssen unterliegen sie der Hochschulgesetzgebung.

**8.2 Studiengänge und -abschlüsse**

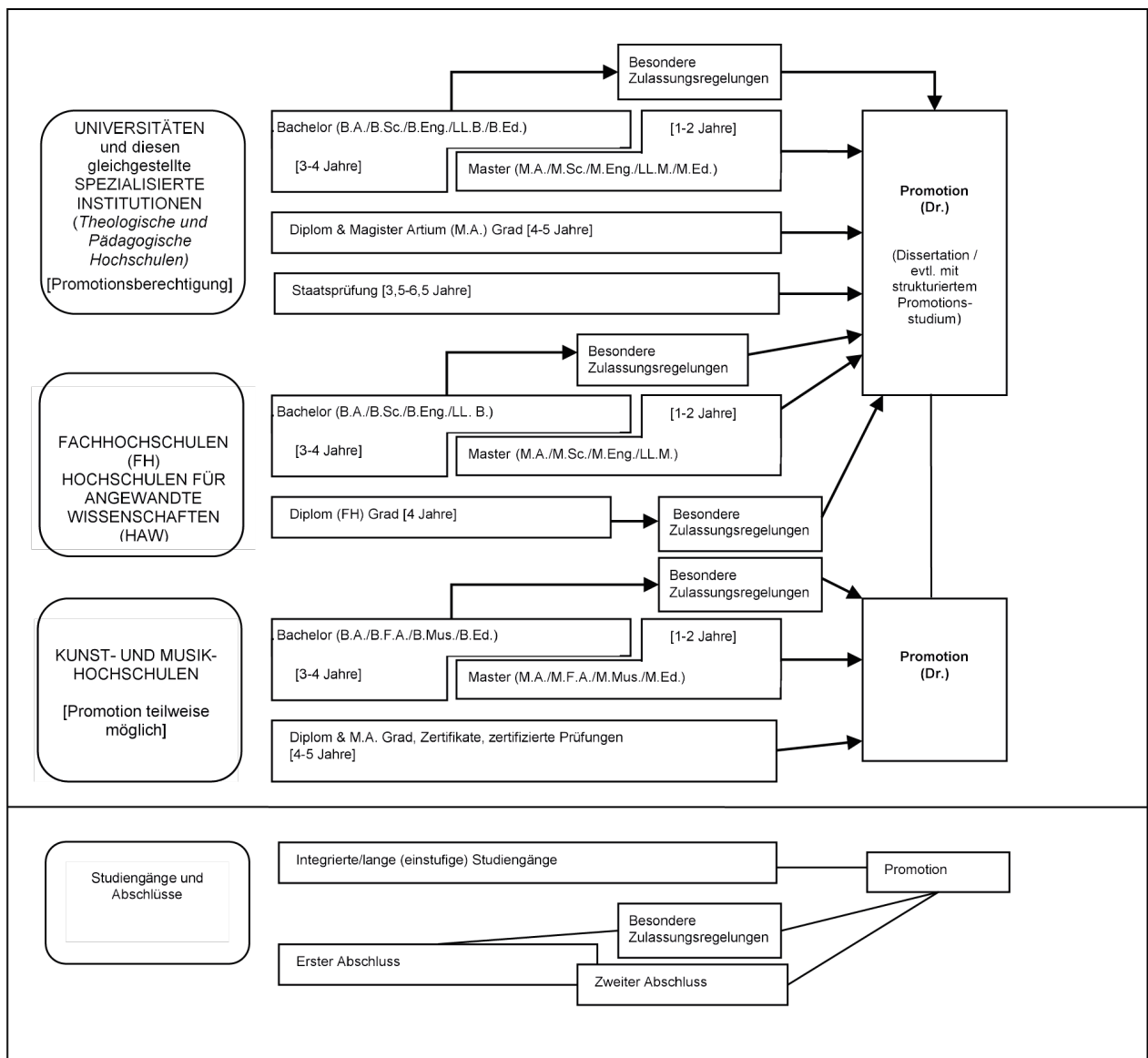
In allen Hochschularten wurden die Studiengänge traditionell als integrierte „lange“ (einstufige) Studiengänge angeboten, die entweder zum Diplom oder zum Magister Artium führten oder mit einer Staatsprüfung abgeschlossen.

Im Rahmen des Bologna-Prozesses wird das einstufige Studiensystem sukzessive durch ein zweistufiges ersetzt. Seit 1998 wurden in fast allen Studiengängen gestufte Abschlüsse (Bachelor und Master) eingeführt. Dies soll den Studierenden mehr Wahlmöglichkeiten und Flexibilität beim Planen und Verfolgen ihrer Lernziele bieten sowie Studiengänge international kompatibler machen.

Die Abschlüsse des deutschen Hochschulsystems einschließlich ihrer Zuordnung zu den Qualifikationsstufen sowie die damit einhergehenden Qualifikationsziele und Kompetenzen der Absolventinnen und Absolventen sind im Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR)<sup>3</sup> beschrieben. Die drei Stufen des HQR sind den Stufen 6, 7 und 8 des Deutschen Qualifikationsrahmens für lebenslanges Lernen (DQR)<sup>4</sup> und des Europäischen Qualifikationsrahmens für lebenslanges Lernen (EQR)<sup>5</sup> zugeordnet.

Einzelheiten s. Abschnitte 8.4.1, 8.4.2 bzw. 8.4.3. Tab. 1 gibt eine zusammenfassende Übersicht.

**Tab. 1: Institutionen, Studiengänge und Abschlüsse im Deutschen Hochschulsystem**



### 8.3 Anerkennung/Akkreditierung von Studiengängen und Abschlüssen

Um die Qualität und die Vergleichbarkeit von Qualifikationen sicherzustellen, müssen sich sowohl die Organisation und Struktur von Studiengängen als auch die grundsätzlichen Anforderungen an Studienabschlüsse an den Prinzipien und Regelungen der Ständigen Konferenz der Kultusminister der Länder

(KMK) orientieren.<sup>6</sup> Seit 1999 existiert ein bundesweites Akkreditierungssystem für Bachelor- und Masterstudiengänge, nach dem alle neu eingeführten Studiengänge akkreditiert werden. Akkreditierte Studiengänge sind berechtigt,

das Qualitätssiegel des Akkreditierungsrates zu führen.<sup>7</sup>

### 8.4 Organisation und Struktur der Studiengänge

Die folgenden Studiengänge können von allen drei Hochschularten angeboten werden. Bachelor- und Masterstudiengänge können nacheinander, an unterschiedlichen Hochschulen, an unterschiedlichen Hochschularten und mit Phasen der Erwerbstätigkeit zwischen der ersten und der zweiten Qualifikationsstufe studiert werden. Bei der Planung werden Module und das Europäische System zur Übertragung und Akkumulierung von Studienleistungen (ECTS) verwendet, wobei einem Semester 30 Kreditpunkte entsprechen.

#### 8.4.1 Bachelor

In Bachelorstudiengängen werden wissenschaftliche Grundlagen, Methodenkompetenz und berufsfeldbezogene Qualifikationen vermittelt. Der Bachelorabschluss wird nach 3 bis 4 Jahren vergeben.

Zum Bachelorstudiengang gehört eine schriftliche Abschlussarbeit. Studiengänge, die mit dem Bachelor abgeschlossen werden, müssen gemäß

dem Studienakkreditierungsstaatsvertrag akkreditiert werden.<sup>8</sup>

Studiengänge der ersten Qualifikationsstufe (Bachelor) schließen mit den Graden Bachelor of Arts (B.A.), Bachelor of Science (B.Sc.), Bachelor of Engineering (B.Eng.), Bachelor of Laws (LL.B.), Bachelor of Fine Arts (B.F.A.), Bachelor of Music (B.Mus.) oder Bachelor of Education (B.Ed.) ab. Der Bachelorgrad entspricht der Qualifikationsstufe 6 des DQR/EQR.

#### 8.4.2 Master

Der Master ist der zweite Studienabschluss nach weiteren 1 bis 2 Jahren. Masterstudiengänge können nach den Profiltypen „anwendungsorientiert“ und

„forschungsorientiert“ differenziert werden. Die Hochschulen legen das Profil fest.

Zum Masterstudiengang gehört eine schriftliche Abschlussarbeit.

Studiengänge, die mit dem Master abgeschlossen werden, müssen gemäß dem

Studienakkreditierungsstaatsvertrag akkreditiert werden.<sup>9</sup>

Studiengänge der zweiten Qualifikationsstufe (Master) schließen mit den Graden Master of Arts (M.A.), Master of Science (M.Sc.), Master of Engineering (M.Eng.), Master of Laws (LL.M.), Master of Fine Arts (M.F.A.), Master of Music (M.Mus.) oder Master of Education (M.Ed.) ab. Weiterbildende Masterstudiengänge können andere Bezeichnungen erhalten (z.B. MBA).

Der Mastergrad entspricht der Qualifikationsstufe 7 des DQR/EQR.

#### 8.4.3 Integrierte „lange“ einstufige Studiengänge: Diplom, Magister Artium, Staatsprüfung

Ein integrierter Studiengang ist entweder mono-disziplinär (Diplomabschlüsse und die meisten Staatsprüfungen) oder besteht aus einer Kombination von entweder zwei Hauptfächern oder einem Haupt- und zwei Nebenfächern (Magister Artium). Das Vorstudium (1,5 bis 2 Jahre) dient der breiten Orientierung und dem Grundlagenerwerb im jeweiligen Fach. Eine Zwischenprüfung (bzw. Vordiplom) ist Voraussetzung für die Zulassung zum Hauptstudium, d.h. zum fortgeschrittenen Studium und der Spezialisierung. Voraussetzung für den Abschluss sind die Vorlage einer schriftlichen Abschlussarbeit (Dauer bis zu 6 Monaten) und umfangreiche schriftliche und mündliche Abschlussprüfungen. Ähnliche Regelungen gelten für die Staatsprüfung. Die erworbene Qualifikation entspricht dem Master.

- Die Regelstudienzeit an Universitäten beträgt bei integrierten Studiengängen 4 bis 5 Jahre (Diplom, Magister Artium) oder 3,5 bis 6,5 Jahre (Staatsprüfung). Mit dem Diplom werden ingenieur-, natur- und wirtschaftswissenschaftliche Studiengänge abgeschlossen. In den Geisteswissenschaften ist der entsprechende Abschluss in der Regel der Magister Artium (M.A.). In den Sozialwissenschaften variiert die Praxis je nach Tradition der jeweiligen Hochschule. Juristische, medizinische und pharmazeutische Studiengänge schließen mit der Staatsprüfung ab. Dies gilt in einigen Ländern auch für Lehramtsstudiengänge.

Die drei Qualifikationen (Diplom, Magister Artium und Staatsprüfung) sind akademisch gleichwertig und auf der Qualifikationsstufe 7 des DQR/EQR angesiedelt. Sie bilden die formale Voraussetzung zur Promotion. Weitere Zulassungsvoraussetzungen können von der Hochschule festgelegt werden, s. Abschnitt 8.5.

- Die Regelstudienzeit an Fachhochschulen (FH)/Hochschulen für Angewandte Wissenschaften (HAW) beträgt bei integrierten Studiengängen 4 Jahre und schließt mit dem Diplom (FH) ab. Dieses ist auf der Qualifikationsstufe 6 des DQR/EQR angesiedelt. Qualifizierte Absolventinnen und Absolventen von Fachhochschulen/Hochschulen für Angewandte Wissenschaften können sich für die Zulassung zur

Promotion an promotionsberechtigten Hochschulen bewerben, s. Abschnitt 8.5.

- Das Studium an Kunst- und Musikhochschulen ist in seiner Organisation und Struktur abhängig vom jeweiligen Fachgebiet und der individuellen Zielsetzung. Neben dem Diplom- bzw. Magisterabschluss gibt es bei integrierten Studiengängen Zertifikate und zertifizierte Abschlussprüfungen für spezielle Bereiche und berufliche Zwecke.

### 8.5 Promotion

Universitäten, gleichgestellte Hochschulen sowie einige Fachhochschulen (FH)/Hochschulen für Angewandte Wissenschaften (HAW) und einige Kunst- und Musikhochschulen sind promotionsberechtigt. Formale Voraussetzung für die Zulassung zur Promotion ist ein qualifizierter Masterabschluss (Fachhochschulen und Universitäten), ein Magisterabschluss, ein Diplom, eine Staatsprüfung oder ein äquivalenter ausländischer Abschluss. Entsprechende Abschlüsse von Kunst- und Musikhochschulen können in Ausnahmefällen (wissenschaftliche Studiengänge, z.B. Musiktheorie, Musikwissenschaften, Kunst- und Musikpädagogik, Medienwissenschaften) formal den Zugang zur Promotion eröffnen. Besonders qualifizierte Inhaber eines Bachelorgrades oder eines Diploms (FH) können ohne einen weiteren Studienabschluss im Wege eines Eignungsfeststellungsverfahrens zur Promotion zugelassen werden. Die Universitäten bzw. promotionsberechtigten Hochschulen regeln sowohl die Zulassung zur Promotion als auch die Art der Eignungsprüfung. Voraussetzung für die Zulassung ist außerdem, dass das Promotionsprojekt von einem Hochschullehrer als Betreuer angenommen wird.

Die Promotion entspricht der Qualifikationsstufe 8 des DQR/EQR.

### 8.6 Benotungsskala

Die deutsche Benotungsskala umfasst üblicherweise 5 Grade (mit zahlenmäßigen Entsprechungen; es können auch Zwischennoten vergeben werden): „Sehr gut“ (1), „Gut“ (2), „Befriedigend“ (3), „Ausreichend“ (4), „Nicht ausreichend“ (5). Zum Bestehen ist mindestens die Note „Ausreichend“ (4) notwendig. Die Bezeichnung für die Noten kann in Einzelfällen und für die Promotion abweichen.

Außerdem findet eine Einstufungstabelle nach dem Modell des ECTS-Leitfadens Verwendung, aus der die relative Verteilung der Noten in Bezug auf eine Referenzgruppe hervorgeht.

### 8.7 Hochschulzugang

Die Allgemeine Hochschulreife (Abitur) nach 12 bis 13 Schuljahren ermöglicht den Zugang zu allen Studiengängen. Die Fachgebundene Hochschulreife ermöglicht den Zugang zu allen Studiengängen an Fachhochschulen, an Universitäten und gleichgestellten Hochschulen, aber nur zu bestimmten Fächern. Das Studium an Fachhochschulen ist auch mit der Fachhochschulreife möglich, die in der Regel nach 12 Schuljahren erworben wird. Der Zugang zu Studiengängen an Kunst- und Musikhochschulen und entsprechenden Studiengängen an anderen Hochschulen sowie der Zugang zu einem Sportstudiengang kann auf der Grundlage von anderen bzw. zusätzlichen Voraussetzungen zum Nachweis einer besonderen Eignung erfolgen.

Beruflich qualifizierte Bewerber und Bewerberinnen ohne schulische Hochschulzugangsberechtigung erhalten eine allgemeine Hochschulzugangsberechtigung und damit Zugang zu allen Studiengängen, wenn sie Inhaber von Abschlüssen bestimmter, staatlich geregelter beruflicher Aufstiegsfortbildungen sind (zum Beispiel Meister/in im Handwerk, Industriemeister/in, Fachwirt/in (IHK), Betriebswirt/in (IHK) und (HWK), staatlich geprüfte/r Techniker/in, staatlich geprüfte/r Betriebswirt/in, staatlich geprüfte/r Gestalter/in, staatlich geprüfte/r Erzieher/in. Eine fachgebundene Hochschulzugangsberechtigung erhalten beruflich qualifizierte Bewerber und Bewerberinnen mit einem Abschluss einer staatlich geregelten, mindestens zweijährigen Berufsausbildung und i.d.R. mindestens dreijähriger Berufspraxis, die ein Eignungsfeststellungsverfahren an einer Hochschule oder staatlichen Stelle erfolgreich durchlaufen haben; das Eignungsfeststellungsverfahren kann durch ein nachweislich erfolgreich absolviertes Probestudium von mindestens

einem Jahr ersetzt werden.<sup>10</sup>

Die Hochschulen können in bestimmten Fällen zusätzliche spezifische Zulassungsverfahren durchführen.

### 8.8 Informationsquellen in der Bundesrepublik

- Kultusministerkonferenz (KMK) (Ständige Konferenz der Kultusminister der Länder in der Bundesrepublik Deutschland); Graurheindorfer Str. 157, D-53117 Bonn; Tel.: +49(0)228/501-0; [www.kmk.org](http://www.kmk.org); E-Mail: [hochschulen@kmk.org](mailto:hochschulen@kmk.org)
- Zentralstelle für ausländisches Bildungswesen (ZAB) als deutsche NARIC; [www.kmk.org](http://www.kmk.org); E-Mail: [zab@kmk.org](mailto:zab@kmk.org)
- Deutsche Informationsstelle der Länder im EURYDICE-Netz, für Informationen zum Bildungswesen in Deutschland; [www.kmk.org](http://www.kmk.org); E-Mail:

[eurydice@kmk.org](mailto:eurydice@kmk.org)

- Hochschulrektorenkonferenz (HRK); Leipziger Platz 11, D-10117 Berlin, Tel.: +49 30 206292-11; [www.hrk.de](http://www.hrk.de); E-Mail: [post@hrk.de](mailto:post@hrk.de)

- „Hochschulkompass“ der Hochschulrektorenkonferenz, enthält umfassende Informationen zu Hochschulen, Studiengängen etc. ([www.hochschulkompass.de](http://www.hochschulkompass.de))

- 
- 1 Die Information berücksichtigt nur die Aspekte, die direkt das Diploma Supplement betreffen.
  - 2 Berufsakademien sind keine Hochschulen, es gibt sie nur in einigen Bundesländern. Sie bieten Studiengänge in enger Zusammenarbeit mit privaten Unternehmen an. Studierende erhalten einen offiziellen Abschluss und machen eine Ausbildung im Betrieb. Manche Berufsakademien bieten Bachelorstudiengänge an, deren Abschlüsse einem Bachelorgrad einer Hochschule gleichgestellt werden können, wenn sie vom Akkreditierungsratakkreditiert sind.
  - 3 Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 16.02.2017).
  - 4 Deutscher Qualifikationsrahmen für lebenslanges Lernen (DQR), Gemeinsamer Beschluss der Ständigen Konferenz der Kultusminister der Länder in der Bundesrepublik Deutschland, des Bundesministeriums für Bildung und Forschung, der Wirtschaftsministerkonferenz und des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 15.11.2012). Ausführliche Informationen unter [www.dqr.de](http://www.dqr.de).
  - 5 Empfehlung des Europäischen Parlaments und des Europäischen Rates zur Einrichtung des Europäischen Qualifikationsrahmens für lebenslanges Lernen vom 23.04.2008 (2008/C 111/01 – Europäischer Qualifikationsrahmen für lebenslanges Lernen – EQR).
  - 6 Musterrechtsverordnung gemäß Artikel 4 Absätze 1 – 4 Studienakkreditierungsstaatsvertrag (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 07.12.2017).
  - 7 Staatsvertrag über die Organisation eines gemeinsamen Akkreditierungssystems zur Qualitätssicherung in Studium und Lehre an deutschen Hochschulen (Studienakkreditierungsstaatsvertrag) (Beschluss der KMK vom 08.12.2016) In Kraft getreten am 01.01.2018.
  - 8 Siehe Fußnote Nr. 7.
  - 9 Siehe Fußnote Nr. 7.
  - 10 Hochschulzugang für beruflich qualifizierte Bewerber ohne schulische Hochschulzugangsberechtigung (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 06.03.2009).

**Technische Hochschule Mittelhessen  
/University of Applied Sciences  
Campus Gießen**

---

## **Diploma Supplement**

This Diploma Supplement model was developed by the European Commission, Council of Europe and UNESCO/CEPES. The purpose of the supplement is to provide sufficient independent data to improve the international 'transparency' and fair academic and professional recognition of qualifications (diplomas, degrees, certificates etc.). It is designed to provide a description of the nature, level, context, content and status of the studies that were pursued and successfully completed by the individual named on the original qualification to which this supplement is appended. It should be free from any value judgements, equivalence statements or suggestions about recognition. Information in all eight sections should be provided. Where information is not provided, an explanation should give the reason why.

---

### **1. INFORMATION IDENTIFYING THE HOLDER OF THE QUALIFICATION**

**1.1 Family name(s), 1.2 First name(s)**

**1.3 Date of birth (dd.mm.yyyy)**

**1.4 Student identification number**

### **2. INFORMATION IDENTIFYING THE QUALIFICATION**

**2.1 Name of qualification and title conferred**

Master of Science

**2.2 Main field(s) of study for the qualification**

Digital and International Marketing

**2.3 Name and status of awarding institution**

Technische Hochschule Mittelhessen

Wiesenstr.14

D - 35390 Gießen

University of

Applied Sciences

State Institution

**2.4 Name and status of institution**

see Sec. 2.3

**2.5 Language(s) of instruction/examination**

English

### **3. INFORMATION ON THE LEVEL AND DURATION OF THE QUALIFICATION**

**3.1 Level of the qualification**

Graduate second degree program with thesis University of Applied Sciences for details see Sec. 8.4.2

### 3.2 Official duration of programme in credits and/or years

1.5 years (3 semesters) / 90 ECTS credits

### 3.3 Access requirement(s)

- University entrance qualification according § 54 HHG
- Academic first-degree (Bachelor, German Diploma) For details see Sec. 8.7

## 4. INFORMATION ON THE PROGRAMME COMPLETED AND THE RESULTS OBTAINED

### 4.1 Mode of study

Full time

### 4.2 Programme learning outcomes

The program is designed to convey academic management skills in the field of business administration, with particular emphasis on Digital and International Marketing. The training of "Soft-skills" such as social and leadership competences form an important part of the program. Courses pay particular attention to the students' application of their acquired theoretical knowledge in research methods and business/marketing concepts on projects and case studies. The graduates will be enabled to hold key management positions in internationally operating companies or administrations. The degree course is scheduled to last 3 to 4 semesters (12 program modules plus one optional semester at a foreign partner university which may eventually be replaced by a selective semester or an internship, and a master thesis/thesis seminar). Applicants holding a German diploma (8 semester) or an equivalent Master degree may be credited up to 2 semesters for previously performed academic studies, the volume of credits transferred being subject to case to case examination. The program is "predominantly application focussed". The programme has successfully undergone the official German accreditation procedure established in 2000.

### 4.3 Programme details, individual credits gained and grades/marks obtained

see separate document "Transcript of Records"

### 4.4 Grading system and grade distribution table

excellent	1.0 - 1.5 (100 % - 88 %)
good	1.6 - 2.5 ( 87 % - 73 %)
satisfactory	2.6 - 3.5 ( 72 % - 58 %)
sufficient	3.6 - 4.0 ( 57 % - 50 %)
insufficient/fail	5.0 (less than 50 %)

for more detailed information see Sec. 8.6

#### ECTS grades

A (10 %)	100	-	93.0
B (25 %)	92.9	-	90.0
C (30 %)	89.9	-	86.0
D (25 %)	85.9	-	79.0
E (10 %)	78.9	-	50

### 4.5 Overall classification of the qualification (in original language)

good (2.0) 88.2 % Credit Points: 180.0

## 5. INFORMATION ON THE FUNCTION OF THE QUALIFICATION

### 5.1 Access to further study

Doctorate, see Sec. 8.5

### 5.2 Access to a regulated profession (if applicable)

The master degree entitles the graduate to carry the title "Master of Science (M.Sc.)" and to exercise corresponding professional management activities.

## 6. ADDITIONAL INFORMATION

### 6.1 Additional information

Additional information about the individual course of studies or special activities of the graduates can be separately certified, if needed.

### 6.2 Further information sources

General information: see Sec. 8.8

Detailed information on the degree programme can be obtained from:

Technische Hochschule Mittelhessen

University of Applied Sciences  
Wiesenstraße 14

D - 35390 Gießen / HessenGermany  
<http://www.thm.de>

## 7. CERTIFICATION

This Diploma Supplement refers to the following original documents:

Document on the award of the academic degree (Urkunde über die Verleihung des Akademischen Grades)

29.03.2021 Certificate (Zeugnis) 29.03.2021

Transcript of Records 29.03.2021

Certification Date: 29.03.2021

---

Seal

Dean

Chairman, Examination Board

## 8. NATIONAL HIGHER EDUCATION SYSTEM

The information on the national higher education system on the following pages provides a context for the qualification and the type of higher education institution that awarded it.

## 8. INFORMATION ON THE GERMAN HIGHER EDUCATION SYSTEM<sup>1</sup>

### 8.1 Types of Institutions and Institutional Status

Higher education (HE) studies in Germany are offered at three types of Higher Education Institutions (HEI).<sup>2</sup>

- Universitäten (Universities) including various specialised institutions, offer the whole range of academic disciplines. In the German tradition, universities focus in particular on basic research so that advanced stages of study have mainly theoretical orientation and research-oriented components.

- Fachhochschulen (FH)/Hochschulen für Angewandte Wissenschaften (HAW)(Universities of Applied Sciences, UAS) concentrate their study programmes in engineering and other technical disciplines, business-related studies, social work, and design areas. The common mission of applied research and development implies an application-oriented focus of studies, which includes integrated and supervised work assignments in industry, enterprises or other relevant institutions.

- Kunst- und Musikhochschulen (Universities of Art/Music) offer studies for artistic careers in fine arts, performing arts and music; in such fields as directing, production, writing in theatre, film, and other media; and in a variety of design areas, architecture, media and communication.

Higher Education Institutions are either state or state-recognised institutions. In their operations, including the organisation of studies and the designation and award of degrees, they are both subject to higher education legislation.

### 8.2 Types of Programmes and Degrees Awarded

Studies in all three types of institutions have traditionally been offered in integrated "long" (one-tier) programmes leading to Diplom - or Magister Artium degrees or completed by a Staatsprüfung (State Examination).

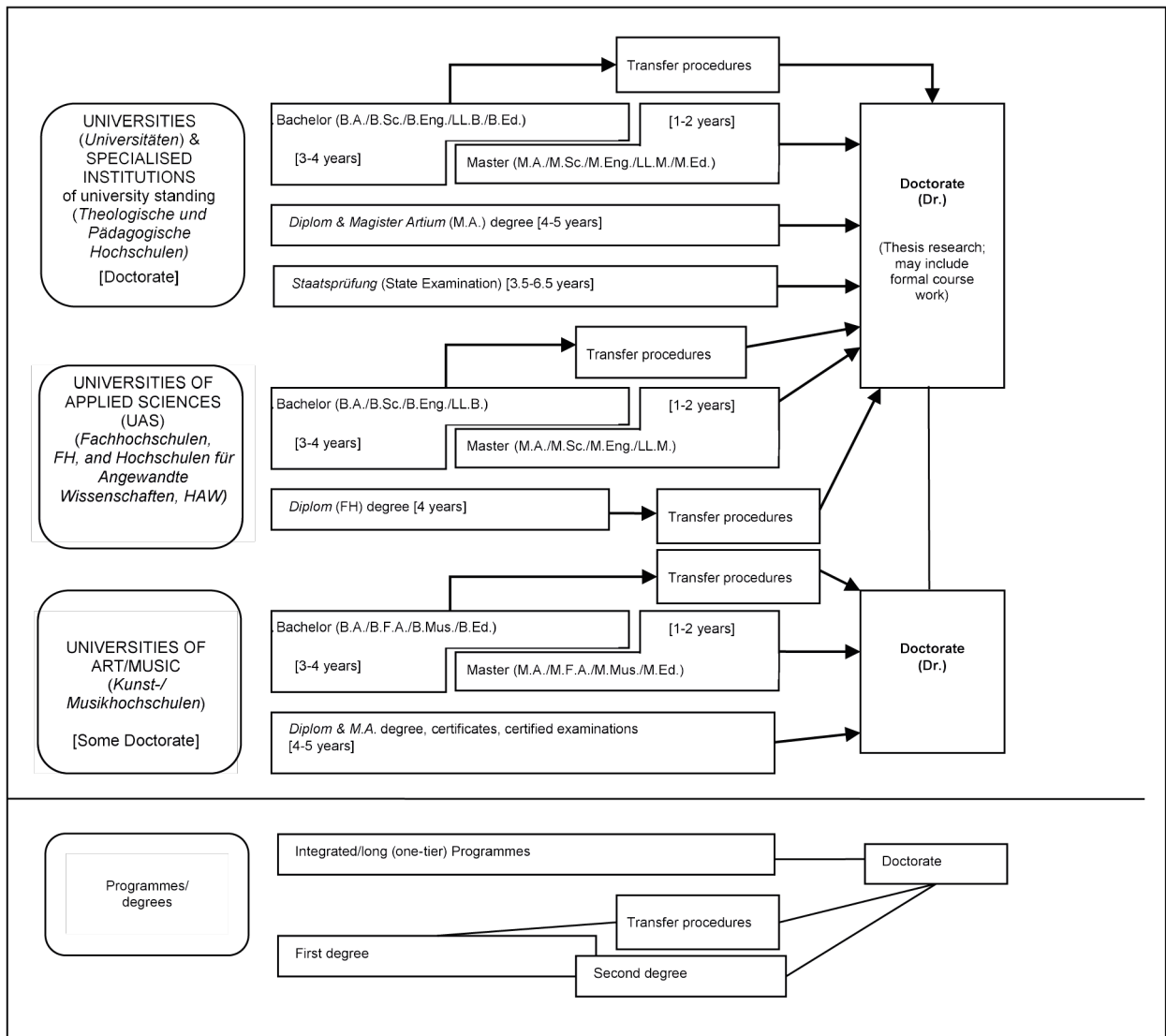
Within the framework of the Bologna-Process one-tier study programmes are successively being replaced by a two-tier study system. Since 1998, two-tier degrees (Bachelor's and Master's) have been introduced in almost all study programmes. This change is designed to enlarge variety and flexibility for students in planning and pursuing educational objectives; it also enhances international compatibility of studies.

The German Qualifications Framework for Higher Education Qualifications (HQR)<sup>3</sup> describes the qualification levels as well as the resulting qualifications and competences of the graduates. The three levels of the HQR correspond to the levels 6, 7 and 8 of the German Qualifications Framework for Lifelong Learning<sup>4</sup> and the European Qualifications Framework for Lifelong Learning<sup>5</sup>. For details cf. Sec. 8.4.1, 8.4.2, and 8.4.3 respectively. Table 1 provides a synoptic summary.

### 8.3 Approval/Accreditation of Programmes and Degrees

To ensure quality and comparability of qualifications, the organisation of studies and general degree requirements have to conform to principles and regulations established by the Standing Conference of the Ministers of Education and Cultural Affairs of the Länder in the Federal Republic of Germany (KMK).<sup>6</sup> In 1999, a system of accreditation for Bachelor's and Master's programmes has become operational. All new programmes have to be accredited under this scheme; after a successful accreditation they receive the seal of the Accreditation Council.<sup>7</sup>

**Table 1: Institutions, Programmes and Degrees in German Higher Education**



#### 8.4 Organisation and Structure of Studies

The following programmes apply to all three types of institutions. Bachelor's and Master's study programmes may be studied consecutively, at various higher education institutions, at different types of higher education institutions and with phases of professional work between the first and the second qualification. The organisation of the study programmes makes use of modular components and of the European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS) with 30 credits corresponding to one semester.

##### 8.4.1 Bachelor

Bachelor's degree programmes lay the academic foundations, provide methodological competences and include skills related to the professional field. The Bachelor's degree is awarded after 3 to 4 years.

The Bachelor's degree programme includes a thesis requirement. Study programmes leading to the Bachelor's degree must be accredited according to the Interstate study accreditation treaty.<sup>8</sup>

First degree programmes (Bachelor) lead to Bachelor of Arts (B.A.), Bachelor of Science (B.Sc.), Bachelor of Engineering (B.Eng.), Bachelor of Laws (LL.B.), Bachelor of Fine Arts (B.F.A.), Bachelor of Music (B.Mus.) or Bachelor of Education (B.Ed.).

The Bachelor's degree corresponds to level 6 of the German Qualifications Framework/ European Qualifications Framework.

##### 8.4.2 Master

Master is the second degree after another 1 to 2 years. Master's programmes may be differentiated by the profile types "practice-oriented" and "research-oriented". Higher Education Institutions define the profile.

The Master's degree programme includes a thesis requirement. Study programmes leading to the Master's degree must be accredited according to the Interstate study accreditation treaty.<sup>9</sup>

Second degree programmes (Master) lead to Master of Arts (M.A.), Master of Science (M.Sc.), Master of Engineering (M.Eng.), Master of Laws (L.L.M.), Master of Fine Arts (M.F.A.), Master of Music (M.Mus.) or Master of Education (M.Ed.). Master's programmes which are designed for continuing education may carry other designations (e.g. MBA).

The Master's degree corresponds to level 7 of the German Qualifications Framework/ European Qualifications Framework.

##### 8.4.3 Integrated "Long" Programmes (One-Tier): Diplom degrees, Magister Artium, Staatsprüfung

An integrated study programme is either mono-disciplinary (Diplom degrees, most programmes completed by a Staatsprüfung) or comprises a combination of either two major or one major and two minor fields (Magister Artium). The first stage (1.5 to 2 years) focuses on broad orientations and foundations of the field(s) of study. An Intermediate Examination (Diplom-Vorprüfung for Diplom degrees; Zwischenprüfung or credit requirements for the Magister Artium) is prerequisite to enter the second stage of advanced studies and specialisations. Degree requirements include submission of a thesis (up to 6 months duration) and comprehensive final written and oral examinations. Similar regulations apply to studies leading to a Staatsprüfung. The level of qualification is equivalent to the Master's level.

- Integrated studies at Universitäten (U) last 4 to 5 years (Diplom degree, Magister Artium) or 3,5 to 6,5 years (Staatsprüfung). The Diplom degree is awarded in engineering disciplines, the natural sciences as well as economics and business. In the humanities, the corresponding degree is usually the Magister Artium (M.A.). In the social sciences, the practice varies as a matter of institutional traditions. Studies preparing for the legal, medical and pharmaceutical professions are completed by a Staatsprüfung. This applies also to studies preparing for teaching professions of some Länder.

The three qualifications (Diplom, Magister Artium and Staatsprüfung) are academically equivalent and correspond to level 7 of the German Qualifications Framework/European Qualifications Framework.

They qualify to apply for admission to doctoral studies. Further prerequisites for admission may be defined by the Higher Education Institution, cf. Sec. 8.5.

- Integrated studies at Fachhochschulen (FH)/Hochschulen für Angewandte Wissenschaften (HAW) (Universities of Applied Sciences, UAS) last 4 years and lead to a Diplom (FH) degree which corresponds to level 6 of the German Qualifications Framework/European Qualifications Framework.

Qualified graduates of FH/HAW/UAS may apply for admission to doctoral studies at doctorate-granting institutions, cf. Sec. 8.5.

- Studies at Kunst- and Musikhochschulen (Universities of Art/Music etc.) are more diverse in their organisation, depending on the field and individual objectives. In addition to Diplom/Magister degrees, the integrated study programme awards include certificates and certified examinations for specialised areas and professional purposes.

##### 8.5. Doctorate

Universities as well as specialised institutions of university standing, some of the FH/HAW/UAS and some Universities of Art/Music are

doctorate-granting institutions. Formal prerequisite for admission to doctoral work is a qualified Master's degree (UAS and U), a Magister degree, a Diplom, a Staatsprüfung, or a foreign equivalent. Comparable degrees from universities of art and music can in exceptional cases (study programmes such as music theory, musicology, pedagogy of arts and music, media studies) also formally qualify for doctoral work. Particularly qualified holders of a Bachelor's degree or a Diplom (FH) degree may also be admitted to doctoral studies without acquisition of a further degree by means of a procedure to determine their aptitude. The universities respectively the doctorate-granting institutions regulate entry to a doctorate as well as the structure of the procedure to determine aptitude. Admission further requires the acceptance of the Dissertation research project by a professor as a supervisor.

The doctoral degree corresponds to level 8 of the German Qualifications Framework/ European Qualifications Framework.

##### 8.6 Grading Scheme

The grading scheme in Germany usually comprises five levels (with numerical equivalents; intermediate grades may be given): "Sehr Gut" (1) = Very Good; "Gut" (2) = Good; "Befriedigend" (3) = Satisfactory; "Ausreichend" (4) = Sufficient; "Nicht ausreichend" (5) = Non-Sufficient/Fail. The minimum passing grade is "Ausreichend" (4). Verbal designations of grades may vary in some cases and for doctoral degrees.

In addition, grade distribution tables as described in the ECTS Users' Guide are used to indicate the relative distribution of grades within a reference group.

##### 8.7 Access to Higher Education

The General Higher Education Entrance Qualification (Allgemeine Hochschulreife, Abitur) after 12 to 13 years of schooling allows for admission to all higher educational studies. Specialised variants (Fachgebundene Hochschulreife) allow for admission at Fachhochschulen (FH)/Hochschulen für Angewandte Wissenschaften (HAW) (UAS), universities and equivalent higher education institutions, but only in particular disciplines. Access to study programmes at Fachhochschulen (FH)/Hochschulen für Angewandte Wissenschaften (HAW) (UAS) is also possible with a Fachhochschulreife, which can usually be acquired after 12 years of schooling. Admission to study programmes at Universities of Art/Music and comparable study programmes at other higher education institutions as well as admission to a study programme in sports may be based on other or additional evidence demonstrating individual aptitude.

Applicants with a qualification in vocational education and training but without a school-based higher education entrance qualification are entitled to a general higher education entrance qualification and thus to access to all study programmes, provided they have obtained advanced further training certificates in particular state-regulated vocational fields (e.g. Meister/ Meisterin im Handwerk, Industriemeister/in, Fachwirt/in (IHK), Betriebswirt/ in (IHK) und (HWK), staatlich geprüfte/ Techniker/in, staatlich geprüfte/ Betriebswirt/in, staatlich geprüfte/ Gestalter/in, staatlich geprüfte/ Erzieher/in). Vocationally qualified applicants can obtain a Fachgebundene Hochschulreife after completing a state-regulated vocational education of at least two years' duration plus professional practice of normally at least three years' duration, after having successfully passed an aptitude test at a higher education institution or other state institution; the aptitude test may be replaced by successfully completed trial studies of at least one year's duration.<sup>10</sup> Higher Education Institutions may in certain cases apply additional admission procedures.

##### 8.8 National Sources of Information

- Kultusministerkonferenz (KMK) [Standing Conference of the Ministers of Education and Cultural Affairs of the Länder in the Federal Republic of Germany]; Graurheindorfer Str. 157, D-53117 Bonn; Phone: +49(0)228/501-0; [www.kmk.org](http://www.kmk.org); E-Mail: [hochschulen@kmk.org](mailto:hochschulen@kmk.org)
- Central Office for Foreign Education (ZAB) as German NARIC; [www.kmk.org](http://www.kmk.org); E-Mail: [zab@kmk.org](mailto:zab@kmk.org)
- German information office of the Länder in the EURYDICE Network, providing the national dossier on the education system; [www.kmk.org](http://www.kmk.org); E-Mail: [Eurydice@kmk.org](mailto:Eurydice@kmk.org)
- Hochschulrektorenkonferenz (HRK) [German Rectors' Conference]; Leipziger Platz 11, D-10117 Berlin, Phone: +49 30 206292-11; [www.hrk.de](http://www.hrk.de); E-Mail: [post@hrk.de](mailto:post@hrk.de)
- "Higher Education Compass" of the German Rectors' Conference features comprehensive information on institutions, programmes of study, etc. ([www.higher-education-compass.de](http://www.higher-education-compass.de))



- 1 The information covers only aspects directly relevant to purposes of the Diploma Supplement.
- 2 Berufsakademien are not considered as Higher Education Institutions, they only exist in some of the Länder. They offer educational programmes in close cooperation with private companies. Students receive a formal degree and carry out an apprenticeship at the company. Some Berufsakademien offer Bachelor courses which are recognised as an academic degree if they are accredited by the Accreditation Council.
- 3 German Qualifications Framework for Higher Education Degrees. (Resolution of the Standing Conference of the Ministers of Education and Cultural Affairs of the Länder in the Federal Republic of Germany of 16 February 2017).
- 4 German Qualifications Framework for Lifelong Learning (DQR). Joint resolution of the Standing Conference of the Ministers of Education and Cultural Affairs of the Länder in the Federal Republic of Germany, the German Federal Ministry of Education and Research, the German Conference of Economics Ministers and the German Federal Ministry of Economics and Technology (Resolution of the Standing Conference of the Ministers of Education and Cultural Affairs of the Länder in the Federal Republic of Germany of 15 November 2012). More information at [www.dqr.de](http://www.dqr.de)
- 5 Recommendation of the European Parliament and the European Council on the establishment of a European Qualifications Framework for Lifelong Learning of 23 April 2008 (2008/C 111/01 – European Qualifications Framework for Lifelong Learning – EQF).
- 6 Specimen decree pursuant to Article 4, paragraphs 1 – 4 of the interstate study accreditation treaty (Resolution of the Standing Conference of the Ministers of Education and Cultural Affairs of the Länder in the Federal Republic of Germany of 7 December 2017).
- 7 Interstate Treaty on the organization of a joint accreditation system to ensure the quality of teaching and learning at German higher education institutions (Interstate study accreditation treaty) (Decision of the Standing Conference of the Ministers of Education and Cultural Affairs of the Länder in the Federal Republic of Germany of 8 December 2016), Enacted on 1 January 2018.
- 8 See note No. 7.
- 9 See note No. 7.
- 10 Access to higher education for applicants with a vocational qualification, but without a school-based higher education entrance qualification (Resolution of the Standing Conference of the Ministers of Education and Cultural Affairs of the Länder in the Federal Republic of Germany of 6 March 2009).