

Dritte Satzung zur Änderung der Prüfungsordnung für den internationalen und interdisziplinären Masterstudiengang „InterculturAd – Werbung interkulturell“ an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt

Vom 17. September 2020

Aufgrund des Art. 5 § 3 Satz 1 des Konkordats zwischen dem Heiligen Stuhl und dem Freistaat Bayern vom 29. März 1924 (BayRS 2220-1-K) erlässt die Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt (KU) folgende Änderungssatzung:

§ 1

Die Prüfungsordnung für den internationalen und interdisziplinären Masterstudiengang „InterculturAd – Werbung interkulturell“ an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt vom 20. März 2015 (Amtsblatt der Stiftung Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt, Jg. 39, Nr. 1/2015, S. 100), zuletzt geändert durch Satzung vom 29. Januar 2018 (Amtsblatt der Stiftung Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt, Jg. 42, Nr. 1/2018, S. 22), wird wie folgt geändert:

1. Das Inhaltsverzeichnis wird wie folgt geändert:

a) Es wird folgender § 7 eingefügt:

„§ 7 Prüfungsformen“

b) Die bisherigen §§ 7 bis 12 werden die §§ 8 bis 13.

2. In § 4 wird folgender Abs. 5 angefügt:

„(5) Das Studium kann zum Wintersemester an der KU aufgenommen werden.“

3. § 6 wird wie folgt gefasst:

„§ 6

Bewertung der Prüfungsleistungen, Bildung der Gesamtnote

(1) Für die Bewertung einzelner Prüfungsleistungen sind folgende Noten zu verwenden:

1,0, 1,3	HERVORRAGEND	Ausgezeichnete Leistungen und nur wenige unbedeutende Fehler
1,7, 2,0	SEHR GUT	Überdurchschnittliche Leistungen, aber einige Fehler

2,3, 2,7	GUT	Insgesamt gute und solide Arbeit, jedoch mit einigen grundlegenden Fehlern
3,0, 3,3	BEFRIEDIGEND	Mittelmäßig, jedoch deutliche Mängel
3,7, 4,0	AUSREICHEND	Die gezeigten Leistungen entsprechen den Mindestanforderungen.
über 4,0	NICHT BESTANDEN	Es sind erhebliche Verbesserungen erforderlich.

(2) Die Noten der Åbo Akademi, Turku, werden nach der „modifizierten bayerischen Formel“ folgendermaßen umgerechnet und gerundet:

Finnische Note	5	umgerechnet zu	1	gerundet zu	1,0,
	4		1,75		1,7,
	3		2,5		2,3,
	2		3,25		3,3,
	1		4,0		4,0.

(3) Die Gesamtnote der Masterprüfung lautet bei einem Durchschnitt

Deutsches Worturteil

von 1,00 bis 1,30 = mit Auszeichnung,
über 1,30 bis 2,00 = sehr gut,
über 2,00 bis 2,70 = gut,
über 2,70 bis 3,30 = befriedigend,
über 3,30 bis 4,00 = ausreichend,
über 4,00 = nicht ausreichend.“

4. Es wird folgender § 7 eingefügt:

„§ 7

Prüfungsformen

(1) Die PO kann hinsichtlich der Prüfungsformen Wahlmöglichkeiten vorsehen; in diesem Fall ist die jeweils gewählte Prüfungsform von der Dozentin oder dem Dozenten spätestens im ersten Veranstaltungstermin verbindlich festzulegen und den Studierenden mitzuteilen.

(2) ¹Die Dauer einer Klausur beträgt 90 Minuten. ²Wenn Hilfsmittel zulässig sind, sind diese vorher bekannt zu geben.

(3) ¹Der Umfang einer schriftlichen Hausarbeit liegt zwischen 20 und 25 Seiten. ²Die Bearbeitungszeit einer schriftlichen Hausarbeit beträgt sechs Wochen nach Ende der Vorlesungszeit.

(4) ¹Ein Portfolio ist eine Sammlung einzelner grafischer Arbeiten zu einem festgelegten Thema. ²Der Umfang des Portfolios beträgt drei bis sieben grafische Arbeiten.

(5) ¹Eine Projektarbeit ist eine praktische Leistung, die von der oder dem Studierenden fordert, Wissen und Können zu nutzen, um ein Projektziel zu verwirklichen. ²Das Projektziel ist die Erstellung eines Imagefilms.“

5. Die bisherigen §§ 7 bis 12 werden die §§ 8 bis 13.

6. § 8 wird wie folgt geändert:

a) Abs. 1 wird wie folgt gefasst:

„(1) ¹An der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt muss die oder der Studierende folgende Module erfolgreich absolvieren:

1. Modul 1.1. Grundlagen der Werbesprache (5 ECTS-Punkte), Modulprüfung: Klausur.

2. Modul 1.2. Werbung in Situation und Kontext (5 ECTS-Punkte), Modulprüfung: Klausur oder schriftliche Hausarbeit.

3. Modul 1.3. Projekt-Workshop: Visuelle Kommunikation (5 ECTS-Punkte), Anwesenheit im Projektseminar, Modulprüfung: Portfolio.

4. Modul 1.4. Ethik in Werbung und Wirtschaft (5 ECTS-Punkte), Modulprüfung: Klausur oder schriftliche Hausarbeit.

5. Modul 1.5. Schwedisch 1 (5 ECTS-Punkte), Modulprüfung: Klausur.

6. Modul 2.1. Forschungsseminar zur Werbesprache (5 ECTS-Punkte), formale Teilnahme-voraussetzung: erfolgreiche Teilnahme am Modul Grundlagen der Werbesprache (Modul 1.1), Modulprüfung: schriftliche Hausarbeit.

7. Modul 2.2. Werbung aus verschiedenen Fachperspektiven (5 ECTS-Punkte), Modulprüfung: Klausur oder schriftliche Hausarbeit.

8. Modul 2.3. Projekt-Workshop: Imagefilm (10 ECTS-Punkte), Anwesenheit im Projektseminar, Modulprüfung: Projektarbeit.

9. Modul 2.4. Schwedisch 2 (5 ECTS-Punkte), formale Teilnahmevoraussetzung: erfolgreiche Teilnahme am Modul Schwedisch 1 (Modul 1.5), Modulprüfung: Klausur.

²Die Module 1.5 (Schwedisch 1) sowie 2.4 (Schwedisch 2) müssen von finnischen Studierenden nicht absolviert werden.“

b) Abs. 2 Satz 2 wird wie folgt geändert:

aa) In Satz 2 wird hinter dem Wort „erreicht“ ein Komma und folgender Satzteil angefügt: „wobei Art und Umfang der Prüfungen die Åbo Akademi, Turku, regelt“.

bb) In Nr. 1 wird der Satzteil „, keine formalen Teilnahmevoraussetzungen, Modulprüfung: mehrere Assignments“ gestrichen.

cc) In Nr. 2 wird das Wort „Teilnahmevoraussetzung“ durch das Wort „Teilnahmevoraussetzungen“ ersetzt und der Satzteil „, Modulprüfung: mehrere Assignments“ wird gestrichen.

dd) In Nr. 3 werden die Worte „Marketing Analysis“ durch die Worte „The Effects of Marketing“ ersetzt und der Satzteil „, Modulprüfung: mehrere Assignments“ wird gestrichen.

ee) In Nr. 4 wird der Satzteil „(Modul 3.1), Modulprüfung: mehrere Assignments“ gestrichen.

ff) Nr. 5 wird wie folgt gefasst:

„5. Modul 4.1. Seminar Intercultural Business Communication (10 ECTS-Punkte), formale Teilnahmevoraussetzungen: erfolgreiche Teilnahme an Forschungsseminar zur Werbesprache (Modul 2.1), B2B-Marketing in an International Context (Modul 3.4).“

gg) In Nr. 6 wird der Satzteil „Modulprüfung: mehrere Assignments“ gestrichen.

7. § 9 wird wie folgt geändert:

a) Abs. 2 Satz 1 wird wie folgt gefasst:

„¹Die Bearbeitungszeit der Masterarbeit beginnt am 1. Februar des zweiten Studienjahres.“

b) Abs. 3 wird wie folgt geändert:

aa) In Satz 1 wird das Datum „15. Juli“ durch das Datum „16. August“ ersetzt.

bb) Satz 4 wird wie folgt gefasst:

„⁴Die Masterarbeit ist in zwei maschinenschriftlichen Exemplaren beim Prüfungsamt in Eichstätt abzugeben, darüber hinaus auch in unveränderbarer maschinenlesbarer Form.“

cc) Satz 5 wird wie folgt gefasst:

„⁵Bei der zuständigen Stelle der Abo Åkademi, Turku, erfolgt die Abgabe nur digital.“

c) Abs. 6 wird gestrichen.

8. In § 10 Satz 2 wird das Wort „Es“ durch die Worte „Das von der KU ausgestellte Zeugnis“ ersetzt.

9. In § 12 werden nach dem Wort „Die“ die Worte „von der KU ausgestellte“ eingefügt.

§ 2

¹Diese Satzung tritt am 1. Oktober 2020 in Kraft. ²Studierende, die ihr Studium im Masterstudiengang InterculturAd – Werbung interkulturell vor diesem Zeitpunkt aufgenommen haben, können Ihren Wechsel in den Geltungsbereich dieser Satzung erklären.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Senats der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt vom 6. Mai 2020 sowie der Genehmigung der Präsidentin vom 16. September 2020 und des Einvernehmens des Bayerischen Staatsministeriums für Wissenschaft und Kunst vom 30. Juli 2020; Az.: R.3-5e65(KUE)-10b/67689.

Eichstätt/Ingolstadt, den 17. September 2020

Prof. Dr. Gabriele Gien
Präsidentin

Diese Satzung wurde am 17. September 2020 in der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt niedergelegt. Die Niederlegung wurde am gleichen Tag in der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt bekannt gemacht. Tag der Bekanntmachung ist daher der 17. September 2020.