



**MASTERSTUDIENGANG
FASHION AND RETAIL
MANAGEMENT
(M.A.)**

VOM 13.03.2018

***PRÜFUNGSORDNUNG
BESONDERER TEIL***

ORDER

Impressum

AMD Akademie Mode & Design GmbH,
Idstein
Fachbereich Design der Hochschule Fresenius

Prüfungsordnung, Besonderer Teil, für den Masterstudiengang
Fashion and Retail Management (M.A.) an der staatlich aner-
kannten, privaten Hochschule Fresenius, im Fachbereich Design.

Aufgrund des § 20 Abs. 1 Hessisches Hochschulgesetz (HHG),
in der Fassung vom 14. Dezember 2009 (GVBl. 1 S. 666), hat
der Fachbereich Design der staatlich anerkannten, privaten
Hochschule Fresenius folgende Prüfungsordnung erlassen:

INHALTSVERZEICHNIS

BESONDERER TEIL

| | |
|---|-----|
| I Allgemeine Bestimmungen | 4 |
| §1 Geltungsbereich | 4 |
| §2 Art, Form und Ziele des Studiums | 4 |
| §3 Hochschulgrad | 5 |
| §4 Zugangs- und Zulassungsvoraussetzungen, Eignungsprüfung | 5 |
| §5 Immatrikulation, Rückmeldung | 5 |
| §6 Urlaubssemester | 6 |
| §7 Studienorganisation | 6 |
| §8 Allgemeine Studienberatung | 7 |
| II Prüfungswesen | 7 |
| §9 Art, Form und Umfang der Prüfungsleistungen und Leistungsnachweise | 7 |
| §10 Ablegung der Prüfung | 9 |
| §11 Bewertung von Prüfungen | 9 |
| §12 Prüfungsausschuss | 10 |
| III Master-Prüfung | 10 |
| §13 Art, Form und Umfang der Master-Prüfung | 10 |
| §14 Master-Arbeit | 11 |
| §15 Master-Disputation | 11 |
| §16 Wiederholung der Master-Arbeit und der Master-Disputation | 12 |
| §17 Master-Zeugnis, Master-Urkunde, Diploma Supplement | 12 |
| IV Schlussbestimmungen | 13 |
| §18 Inkrafttreten und Befristung | 13 |
| V Anlage | 13 |
| Studien- und Prüfungsplan des Masterstudiengangs „Fashion and Retail Management (M.A.)“ | ff. |

I ALLGEMEINE BESTIMMUNGEN

§1 GELTUNGSBEREICH

Die Prüfungsordnung für Bachelor- und Masterstudiengänge an der staatlich anerkannten, privaten Hochschule Fresenius besteht aus einem Allgemeinen und einem Besonderen Teil. Der vorliegende Besondere Teil konkretisiert und ergänzt die Bestimmungen des Allgemeinen Teils und beinhaltet ausschließlich Regelungen für den Masterstudiengang „Fashion and Retail Management (M.A.)“ am Fachbereich Design der staatlich anerkannten, privaten Hochschule Fresenius.

(Die nachstehend verwendeten Personen- und Funktionsbezeichnungen sind geschlechtsneutral zu verstehen. Auf die durchgängige Verwendung der weiblichen und männlichen Form wird aus stilistischen Gründen verzichtet.)

§2 ART, FORM UND ZIELE DES STUDIUMS

1. Der Fachbereich Design der Hochschule Fresenius bietet konsekutive und weiterbildende Masterstudiengänge in Vollzeit oder berufsbegleitender Form an.
2. Der Masterstudiengang „Fashion and Retail Management (M.A.)“ ist ein weiterbildendes Studienangebot, das auf den Bachelorstudiengängen „Mode- und Designmanagement (B.A.)“ und „Design and Innovation Management (B.A.)“ am Fachbereich Design oder auf vergleichbaren branchenspezifisch betriebswirtschaftlichen Studienangeboten anderer Hochschulen für managementorientierte Aufgabenbereiche in der Modewirtschaft aufbaut. Das Studienangebot ist auch geeignet für AbsolventInnen betriebswirtschaftlicher Bachelor-Studiengänge insofern sie Branchenkenntnisse aus beruflicher Praxis nachweisen oder qualifying modules bzw. zusätzliche wissenschaftlich-theoretische Module und/oder Lehrveranstaltungen belegen; Näheres regelt die Zulassungsordnung. Der Masterstudiengang wird als Vollzeitstudium mit Blended-Learning-Anteilen angeboten.
3. Die Regelstudienzeit im Masterstudiengang „Fashion and Retail Management (M.A.)“ beträgt gemäß Studien- und Prüfungsplan einschließlich der Master-Prüfung drei Semester. Das Studium erlaubt den Erwerb von 90 ECTS-Punkten. Dabei entspricht ein ECTS-Punkt in Masterstudiengängen einer Arbeitsbelastung von 25 Stunden. Lehrangebot, Modulhandbücher und Prüfungsordnung sind so gestaltet, dass der Studierende das Studium innerhalb der Regelstudienzeit abschließen kann. Der Studienbeginn im Masterstudiengang „Fashion and Retail Management (M.A.)“ ist in der Regel zum Sommersemester möglich.
4. Zielsetzung des Masterstudiengangs „Fashion and Retail Management (M.A.)“ ist die Vermittlung fachlich fortführender und vertiefender Kenntnisse, Fähigkeiten und Methoden im Bereich Retail und Vertrieb sowie Marketing und Kommunikation in der Kreativwirtschaft. Der Masterstudiengang „Fashion and Retail Management (M.A.)“ baut auf bereits erworbenen Management- und Branchenkompetenzen auf und vertieft diese gezielt in den Lernfeldern Management, Handelsmanagement und E-Commerce, Flächenplanung und Visual Merchandising sowie Marketing und Kommunikation. Berufliche Erfahrungen werden einbezogen. Der Studiengang ergänzt den bereits bestehenden konsekutiven Masterstudiengang „Fashion and Product Management (M.A.)“ und ist mit diesem in einzelnen Modulen verzahnt.
5. Das Studium bildet für leitende Positionen in den managementorientierten Berufsbildern der Modewirtschaft aus, insbesondere für Retail und Vertrieb sowie Marketing und Kommunikation in der Kreativwirtschaft. Im Masterstudiengang „Fashion and Retail Management (M.A.)“ erwerben Studierende zu diesem Zweck Kompetenzen,

die es ihnen erlauben, das komplexe Ineinandergreifen der Abläufe in der Modewirtschaft in ihrer Relevanz für Vertrieb und Marketing einzuschätzen, alle Teilbereiche des Retail zu überschauen, firmenspezifische Konzepte für unterschiedliche Marktsegmente zu entwickeln und deren Umsetzung zu steuern; dabei spielt das Verhältnis von stationärem Handel zu E-Commerce eine entscheidende Rolle. Die Studierenden werden durch Methodenreflexion darauf vorbereitet, dass kritische Analyse sowie Problemlösungsorientierung für das spätere Aufgabenfeld in einer international agierenden Branche entscheidend sind. Wahlpflichtmodule ermöglichen darüber hinaus die vertiefende anwendungsorientierte Beschäftigung mit zentralen Fragestellungen des späteren Berufsfeldes.

6. Das Studium ist stärker anwendungsorientiert und beinhaltet auch Praxisprojekte. Folgende Arten von Praxisprojekten können modulgebunden angeboten werden:

6.1. Bearbeitung von Fallbeispielen aus der Praxis

6.2. Firmenprojekte, bei denen in einem zeitlich festgelegten Rahmen in Kooperation mit Unternehmen praxisnahe Themenstellungen erarbeitet werden

6.3. Master-Arbeiten in Kooperation mit Unternehmen, Bildungsinstitutionen oder Agenturen.

§3 HOCHSCHULGRAD

Der Fachbereich Design der staatlich anerkannten, privaten Hochschule Fresenius verleiht aufgrund des erfolgreichen Abschlusses des Masterstudiengangs „Fashion and Retail Management (M.A.)“ den akademischen Grad: Master of Arts (M.A.).

§4 ZUGANGS- UND ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN, EIGNUNGSPRÜFUNG

1. Allgemeine Zugangsvoraussetzungen zum Studium sowie Zulassungsvoraussetzungen zu den Studiengängen sind in §5 des Allgemeinen Teils der Prüfungsordnung für Bachelor- und Masterstudiengänge an der staatlich anerkannten, privaten Hochschule Fresenius geregelt. Die Zulassungsordnung für die Masterstudiengänge des Fachbereichs Design in der jeweils gültigen Fassung regelt darüber hinaus besondere Zugangsvoraussetzungen zum Studium sowie besondere Zulassungsvoraussetzungen für Masterstudiengänge des Fachbereichs Design.

2. Für die Masterstudiengänge des Fachbereichs Design sind Eignungsprüfungen abzulegen. Diese beinhalten ein Eignungsgespräch, in dem von der Zulassungskommission neben der Motivation auch kaufmännisches Interesse, strategisches Denken sowie persönliches Engagement und soziale Kompetenzen überprüft werden. Die Zulassungskommission entscheidet über das Bestehen der Eignungsprüfung.

3. Näheres regelt die Zulassungsordnung für die Bachelor- und Masterstudiengänge des Fachbereichs Design.

§5 IMMATRIKULATION, RÜCKMELDUNG

1. Die Immatrikulation beziehungsweise die Rückmeldung in das entsprechende Semester ist Voraussetzung für die Belegung von Lehrveranstaltungen und für die Teilnahme an Prüfungsleistungen und Leistungsnachweisen.

2. Für das jeweils folgende Semester meldet sich der immatrikulierte Studierende in der Regel vier Wochen vor dem Vorlesungsende eines Semesters an („Rückmeldung“). Eine nachträgliche Rückmeldung ist in begründeten Ausnahmefällen bis eine Woche nach Vorlesungsbeginn des laufenden Semesters möglich. Diese bedarf einer schriftlichen Begründung des Studierenden.

§6 URLAUBSSEMESTER

1. Die Beurlaubung eines Studierenden ist grundsätzlich möglich. Eine Beurlaubung über längere Zeiträume kann für die Dauer von maximal zwei Semestern erteilt werden, ist jedoch abhängig davon, ob in den Wiedereinstiegssemestern freie Studienplätze zur Verfügung stehen. Die Beurlaubung wird vom Studiendekan des jeweiligen Studiengangs schriftlich bestätigt.
2. Der Antrag auf Beurlaubung muss in einer Frist von sechs Wochen zum Semesterende gestellt werden.
3. Nicht zulässig sind Beurlaubungen zum ersten Fachsemester sowie für vorangegangene Semester.
4. Urlaubssemester zählen nicht als Fachsemester. Eine Beurlaubung schließt den Erwerb von Studien- und Prüfungsleistungen aus. Von dieser Regelung ausgenommen sind
 - 4.1. die Wiederholung von nicht bestandenen Prüfungsleistungen/Leistungsnachweisen der vorangegangenen Semester
 - 4.2. das Nachholen von Prüfungsleistungen/Leistungsnachweisen, die man wegen Krankheit oder aus anderen Gründen entschuldigt versäumt hat.

§7 STUDIENORGANISATION

1. Das Studium im Fachbereich Design der Hochschule Fresenius ist in der Regel ein Präsenzstudium. Das Studium findet im Sinne der Effizienz und Leistungssteigerung überwiegend in festen und begrenzten Studiengruppen statt. Für das Studium wird die Lernplattform ILIAS zur Verfügung gestellt.
2. Bachelor- und Masterstudiengänge in Vollzeit und berufsbegleitende Studienangebote können Blended-Learning-Anteile umfassen, die E-Learning-Anteile sind in den Studien- und Prüfungsplänen festgelegt.
3. Der Masterstudiengang „Fashion and Retail Management (M.A.)“ umfasst als Studienangebot in Vollzeit Präsenzlehrveranstaltungen und Blended-Learning-Anteile.
4. Dem Studierenden werden für die Ausgestaltung des studentischen Lebens am Fachbereich Design geeignete Organisationsformen zur Verfügung gestellt. Der Studierende wirkt mit an
 - 4.1. Initiativen zur Förderung der Integration und der Zusammenarbeit des Studierenden in möglichst vielen Bereichen
 - 4.2. der Organisation der Umsetzung von hochschulinternen Veranstaltungen im Sinne der Lernziele und des wissenschaftlich gestalterischen Auftrags der Hochschule

4.3. und am Alumni-Programm der Hochschule.

§8 ALLGEMEINE STUDIENBERATUNG

1. Der Fachbereich Design gewährleistet die allgemeine Beratung für Studienbewerber sowie für Studierende zu Fragen des Studiums und zu damit in Verbindung stehenden pädagogischen Fragestellungen. Bei psychologischen Fragestellungen werden ggf. Kontaktdaten zu hierfür ausgewiesenen Beratungsstellen vermittelt.
2. Der Fachbereich Design sieht in der Förderung der sozialen Kompetenz ein wesentliches Element zukunftsweisender Berufsausbildung und in der Studienberatung ein wichtiges Mittel zu deren Umsetzung. Er behält sich vor, neben der Studienberatung in den verschiedenen Phasen des Studiums modulgebunden Coaching als Pflichtveranstaltung anzubieten.

II PRÜFUNGSWESEN

§9 ART, FORM UND UMFANG DER PRÜFUNGSLEISTUNGEN UND LEISTUNGSNACHWEISE

1. Studienleistungen werden anhand von benoteten Modulprüfungen und unbenoteten Leistungsnachweisen modulgebunden ermittelt und dokumentiert. Module, Modulprüfungen, Leistungsnachweise und ECTS-Punkte sowie ihre Zuordnung zu Semestern und Studienabschnitten sind in den Studien- und Prüfungsplänen der Studiengänge im Anhang dieser Prüfungsordnung aufgeführt. Die Vergabe von Credits setzt neben den erfolgreich absolvierten Modulprüfungen auch die Vorlage bzw. Erfüllung der Leistungsnachweise voraus.
2. Prüfungsleistungen dokumentieren gemäß § 10 Abs. 1 des Allgemeinen Teils der Prüfungsordnung für Bachelor- und Masterstudiengänge an der staatlich anerkannten, privaten Hochschule Fresenius den erfolgreichen Abschluss eines prüfungsrelevanten Moduls oder Modulteils des Studiengangs und fließen immer in die Abschlussnote mit ein. Prüfungsleistungen werden benotet.
3. Benotete Prüfungsleistungen können durch folgende Arten von Prüfungsleistungen abgelegt werden:
 - 3.1. Klausur (mindestens 60 Min., höchstens 240 Min. Dauer)
 - 3.2. Hausarbeit (mindestens 2 Wochen, höchstens 12 Wochen Bearbeitungszeit; maximal 20 Seiten)
 - 3.3. Präsentation (mindestens 15 Min., höchstens 45 Min. Dauer)
 - 3.4. Referat (mindestens 15 Min., höchstens 45 Min. Dauer)
 - 3.5. Gestalterische, künstlerische bzw. wissenschaftlich-fachliche Projektarbeit in eindeutig bestimmter Art, Umfang und Bearbeitungszeit.
4. Leistungsnachweise dienen dem Nachweis der in Präsenz- und Selbststudium erworbenen Kompetenzen (Lernergebnisse). Zu erbringende Leistungsnachweise sind zu Beginn des jeweiligen Semesters gemäß der Studien- und Prüfungspläne der Studiengänge im Anhang dieser Prüfungsordnung zu präzisieren und müssen in Form und Umfang dem Erreichen der Lernergebnisse angemessen sein. Der Umfang

der Leistungsnachweise muss deutlich unter dem Umfang von Prüfungsleistungen liegen. Leistungsnachweise werden nicht benotet, sind aber Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten.

5. Unbenotete Leistungsnachweise können studienbegleitend in folgenden Formen eingefordert werden

5.1. Lektüre

5.2. schriftliche oder mündliche Ausarbeitungen

5.3. (digitale) Mappe mit gestalterischen oder künstlerischen Arbeiten

5.4. Arbeitsprobe

5.5. Kurzpräsentation

5.6. schriftliche Bestätigungen (Praktikumsnachweis, Learning-Agreement u.ä.)

5.7. erfolgreiche Teilnahme.

6. Neben den oben genannten Prüfungsleistungen und Leistungsnachweisen können zusätzlich eingefordert werden:

6.1. die Teilnahme an gestalterischen oder künstlerischen Wettbewerben

6.2. Vorbereitung, Auf- und Abbau sowie Öffentlichkeitsarbeit für gestalterischen oder künstlerische Ausstellungen

6.3. Vorbereitung, Umsetzung und Archivierung von Dokumentationen künstlerischer Projekte

6.4. künstlerisch gestaltete Projektbeschreibungen

6.5. Firmenprojekte, auch in Form von Wettbewerben

6.6. Unternehmensplanspiel

6.7. Projektmanagement für künstlerische Ausstellungen und Modenschauen oder sonstige Projekte.

In diesem Fall sind die Studierenden zu Beginn des Semesters vom Lehrenden zu informieren.

7. Schriftlich und mündlich zu erbringende Prüfungsleistungen sowie Leistungsnachweise können einzeln oder in Kombination gefordert werden. Präsentationen, Referate und Projektarbeiten können praktische Anteile beinhalten.

Die Prüfungsleistungen des Absatz 3b) bis e) können auch als Gruppenprüfung durchgeführt werden. Hierüber entscheiden die Prüfer. Bei einer in Form einer Gruppenarbeit erbrachten Prüfungsleistung muss der Beitrag des einzelnen Kandidaten deutlich erkennbar und bewertbar sein.

In Gruppenarbeit können auch Leistungsnachweise nach Absatz 5b) bis e) vorgelegt werden, der Beitrag des einzelnen Kandidaten muss deutlich erkennbar sein.

8. Prüfungsleistungen und Leistungsnachweise können jeweils nur in den für diesen Studienabschnitt vorgesehenen Modulen erbracht werden.

9. Das Ablegen von Prüfungsleistungen und Leistungsnachweisen ist auch über die Lernplattform ILIAS sowie über Adobe Connect möglich.

§10 ABLEGUNG DER PRÜFUNG

1. Die Abfolge der Prüfungsleistungen und Leistungsnachweise ist in den Studien- und Prüfungsplänen der Studiengänge im Anhang der Prüfungsordnung festgelegt.
2. Der Nachweis der bestandenen Modulprüfungen der Module FRM/A/1 – FRM/B/12 berechtigt zum Antrag auf Zulassung zur Master-Prüfung.
3. Bei berufsbegleitenden Studienangeboten berechtigt der Nachweis der bestandenen Modulprüfungen konkret ausgewiesener Module zum Antrag auf Zulassung zur Master-Prüfung.
4. Die Zulassung zur Master-Prüfung erfolgt auf schriftlichen Antrag des Studierenden an das Prüfungsamt. Einzureichen sind:
 - 4.1. eine Immatrikulationsbescheinigung für das laufende Semester
 - 4.2. ein vom Studierenden unterzeichnetes Antragsformular unter Angabe der zu erarbeitenden Themenstellung
 - 4.3. eine eigenhändig unterzeichnete Versicherung, dass der Kandidat sich nicht in einem entsprechenden oder vergleichbaren Prüfungsverfahren befindet und eine entsprechende oder vergleichbare Prüfung nicht endgültig nicht bestanden hat.
5. Studierende, die mit der Auflage der Belegung zusätzlicher Vorkurse, Module oder Lehrveranstaltungen zum Studium in einem Masterstudiengang zugelassen wurden, müssen dem schriftlichen Antrag auf Zulassung zur Master-Prüfung zusätzlich den Nachweis der im Zulassungsbescheid angeführten, erfolgreich abgeschlossenen Vorkurse, Module oder Lehrveranstaltungen beilegen.
6. Über die Zulassung zur Master-Prüfung entscheidet das Prüfungsamt aufgrund der vorgelegten Unterlagen. Die Zulassung wird versagt, wenn die Zulassungsvoraussetzungen gemäß Abs. 2 oder 3 nicht erfüllt oder die Unterlagen gemäß Abs. 5 und 6 unvollständig sind.
7. Das Prüfungsamt gibt die Meldefristen für die Zulassung zur Master-Prüfung bekannt. Sie umfasst in der Regel zwei Wochen.

§11 BEWERTUNG VON PRÜFUNGEN

1. Für die erfolgreiche Teilnahme an Lehrveranstaltungen des modularisierten Lehrsystems werden nach Arbeitsaufwand bemessene ECTS-Punkte (Credits) vergeben. Für Prüfungsleistungen werden zusätzlich wertende Leistungsnoten vergeben; Credits und Leistungsnoten werden getrennt ausgewiesen. Eine Modulprüfung ist bestanden, wenn alle in den Anhängen dieser Prüfungsordnung genannten Modulprüfungen und Teilmodulprüfungen erfolgreich abgeschlossen wurden. Für die Bewertung von Prüfungen soll eine Frist von sechs Wochen nicht überschritten werden.
2. Die Prüfungsleistung ist bestanden, wenn die Leistung mit mindestens »ausreichend« (4,0) benotet wurde.

3. Setzt sich eine Prüfungsleistung aus mehreren Teilprüfungen zusammen, die miteinander verrechnet werden, und führt diese Verrechnung zum >>Nicht-Bestehen<< (5,0), werden nur die Teilprüfungen wiederholt, die nicht bestanden wurden.
4. Prüfungsleistungen i.S.d. §9 Abs. 3 a), b) und e), die nicht mehr wiederholt werden können, sind von wenigstens zwei Prüfern zu bewerten.

§12 PRÜFUNGSAUSSCHUSS

1. Der zuständige Vizepräsident setzt in Absprache mit dem Dekan des Fachbereichs Design einen Prüfungsausschuss oder Prüfungsausschüsse ein. Ein Mitglied übt den Vorsitz aus. Der Prüfungsausschuss bestimmt die Stellvertreter seiner Mitglieder. Die Amtszeit der Mitglieder des Prüfungsausschusses beträgt in der Regel zwei Studienjahre; eine Wiederbestellung ist möglich.
2. Studiendekane, die keine Mitglieder sind, sind berechtigt, an den Sitzungen teilzunehmen; sie haben lediglich beratende Funktion.
3. Der Prüfungsausschuss gibt sich eine Geschäftsordnung.

III MASTERPRÜFUNG

§12 ART UND UMFANG DER MASTER-PRÜFUNG

1. Als Teile der Master-Prüfung können gelten
 - 1.1. die Master-Arbeit
 - 1.2. die Master-Disputation
 - 1.3. Ausstellung und/oder Dokumentation der Master-Arbeit.
2. Als Teile der Master-Prüfung im Masterstudiengang „Fashion and Retail Management (M.A.)“ gelten
 - 2.1. die Master-Arbeit
 - 2.2. die Master-Disputation.
3. Zur Anfertigung der Master-Arbeit wird ein Bearbeitungszeitraum von achtzehn Wochen, zur Vorbereitung der Master-Disputation von bis zu vier Wochen nach Abgabe der Master-Arbeit vorgegeben. Die Fristen für die Bearbeitung der Master-Arbeit und für die Master-Disputation werden in der Regel zwei Wochen vor Prüfungsbeginn vom Prüfungsamt bekannt gegeben.
4. Die Abfolge der Kandidaten für die Master-Disputation wird bei der Meldung zur Master-Prüfung durch Los entschieden und festgelegt. Es obliegt der Prüfungskommission, Master-Disputationen in Gruppen abzunehmen. Die Master-Disputationen sind hochschulöffentlich. Es können darüber hinaus Vertreter kooperierender Unternehmen, Verbände oder Bildungsinstitutionen als Gäste zugelassen werden.

§14 MASTER-ARBEIT

1. Die Master-Arbeit ist eine Prüfungsarbeit, die zeigen soll, dass der Studierende in der Lage ist, innerhalb einer vorgegebenen Frist eine Themenstellung unter Verwendung der erlernten Kenntnisse und Fähigkeiten mit wissenschaftlichen Methoden selbstständig zu bearbeiten. Aufgabe und Themenstellung müssen dem Prüfungszweck in Hinsicht auf die Ziele des Studiengangs gemäß §2 und der Bearbeitungszeit gemäß §16 Abs. 4 entsprechen.
2. Im Masterstudiengang „Fashion and Retail Management (M.A.)“ umfasst die Master-Arbeit wahlweise folgende Prüfungsleistungen:
 - eine wissenschaftlich-gestalterische Projektarbeit zu einer wissenschaftlich begründeten branchenspezifischen Themenstellung, oder
 - eine wissenschaftlich-analytische Hausarbeit mit branchenspezifischem Fokus zu unternehmensbezogenen Problemsituationen oder zu einem praxisbezogenen Projekt aus der Kreativwirtschaft. Hierunter fallen auch von Unternehmen ausgeschriebene Themenstellungen für Master-Arbeiten.

Über die Möglichkeit einer wissenschaftlich-gestalterischen Themenstellung befindet der Erstprüfer auf der Grundlage der im ersten berufsqualifizierenden Hochschulstudium erworbenen Kompetenzen.

3. Die Ausgabe der Master-Arbeit erfolgt in Rücksprache mit dem Prüfungsausschuss über das Prüfungsamt. Themenstellung und Zeitpunkt sind aktenkundig zu machen. Der Kandidat muss mit dem Antrag auf Zulassung zur Master-Prüfung einen oder mehrere Themenvorschläge einreichen. Auf Antrag des Kandidaten wird vom Prüfungsamt die rechtzeitige Ausgabe der Master-Arbeit veranlasst. Diese erfolgt in der Regel spätestens zwölf Wochen nach Abschluss der Modulprüfungen des vorangegangenen Semesters.
4. Spezifische Anforderungen der Master-Prüfung der jeweiligen Studiengänge werden in einem Leitfaden geregelt.

§15 MASTER-DISPUTATION

1. Die Master-Disputation gibt Gelegenheit zur Darlegung der Ergebnisse der Master-Arbeit vor der Prüfungskommission.
2. Die Master-Disputation im Masterstudiengang „Fashion and Retail Management (M.A.)“ dient der Erläuterung der Master-Arbeit vor der Prüfungskommission. Der Kandidat erläutert in 30 Minuten Idee, Umsetzung und Ergebnis der als Master-Arbeit vorgelegten
 - wissenschaftlich-gestalterischen Projektarbeit, oder
 - wissenschaftlich-analytischen Hausarbeit.

Der Präsentation durch den Kandidaten folgt eine Befragung durch die Prüfungskommission. Sie umfasst den Zeitraum von mindestens 15 und maximal 30 Minuten.

3. Der Termin der Master-Disputation wird bei der Ausgabe der Master-Arbeit festgesetzt. Die Master-Disputation soll innerhalb einer Frist von höchstens vier Wochen nach der Abgabe der Master-Arbeit stattfinden.
4. Das Ergebnis der Master-Disputation fließt in die Gesamtnote der Master-Prüfung ein.

§16 WIEDERHOLUNG DER MASTER-ARBEIT UND DER MASTER-DISPUTATION

1. Die Wiederholung der Master-Arbeit ist in §23 Abs. 1 des Allgemeinen Teils der Prüfungsordnung für Bachelor- und Masterstudiengänge an der staatlich anerkannten, privaten Hochschule Fresenius geregelt. Die Wiederholung der Master-Arbeit muss binnen eines Jahres absolviert werden.
2. Die Master-Disputation kann einmal wiederholt werden, wenn die Prüfungspräsentation mit *nicht ausreichend* (5,0) benotet wurde.
3. Der Termin zur Wiederholung der Master-Disputation wird durch den Erstprüfer innerhalb einer Frist von vier Wochen angesetzt. Die Themenstellung wird durch den Erstprüfenden festgelegt. Sie muss der Themenstellung der ersten Master-Disputation inhaltlich nahestehen, ohne ihr gänzlich zu entsprechen.
4. Die Master-Prüfung ist endgültig nicht bestanden, wenn die Teile der Master-Prüfung des jeweiligen Studiengangs mit *nicht ausreichend* (5,0) benotet sind und eine Wiederholungsmöglichkeit nicht mehr besteht. Die Master-Arbeit muss bestanden sein, um die verbleibenden Prüfungsteile absolvieren zu können.

§17 MASTER-ZEUGNIS, MASTER-URKUNDE, DIPLOMA SUPPLEMENT

1. Das Master-Studium ist erfolgreich abgeschlossen, wenn gemäß dieser Prüfungsordnung in den vorgesehenen Modulen gemäß Anhang dieser Prüfungsordnung alle Studien- und Prüfungsleistungen erbracht und mit mindestens »ausreichend« (4,0) benotet wurden.
2. Nach erfolgreichem Abschluss aller Modulprüfungen und erfolgreicher Master-Prüfung sowie deren Bewertung erhält der Studierende jeweils unverzüglich, möglichst innerhalb einer Frist von vier Wochen, ein Master-Zeugnis und eine Master-Urkunde sowie ein Diploma Supplement.
3. Das Gesamtergebnis der Master-Prüfung setzt sich für den Masterstudiengang „Fashion and Retail Management (M.A.)“ aus den Noten der Master-Arbeit und der Master-Disputation nach folgender Gewichtung zusammen:
 - Master-Arbeit 75%
 - Master-Disputation 25%
4. Die Gesamtnote des Studiums im Masterstudiengang „Fashion and Retail Management (M.A.)“ errechnet sich aus den Modulnoten nach dem im Folgenden angegebenen Schlüssel:

| Module | Prüfungsleistung | prozentuale Gewichtung |
|---------------------|--------------------------|-------------------------------|
| FRM/A/1 – FRM/B/12 | Modulprüfungen insgesamt | 60% |
| FRM/B/13 – FRM/B/14 | Master-Prüfung | 40% |

IV SCHLUSSBESTIMMUNGEN

§18 INKRAFTTRETEN UND BEFRISTUNG

Dieser Besondere Teil der Prüfungsordnung tritt mit Beschlussfassung des Fachbereichsrates Design am 13.03.18 in Kraft.

München und Düsseldorf, den 13.03.2018



Prof. Dr. Ekkehart Baumgartner

Vizepräsident der Hochschule Fresenius
Ressort Studium und Lehre



Prof. Dipl.-Des. (FH) Claudia Ebert-Hesse

Dekanin Fachbereich Design der Hochschule Fresenius

V ANLAGE

Studien- und Prüfungsplan des Masterstudiengangs „Fashion and Retail Management (M.A.)“

ANHANG

Studien- und Prüfungsplan Masterstudiengang Fashion and Retailmanagement (M.A.)

| Studienabschnitt A Fashion and Retail Management (M.A.) | | | | | | |
|--|--------------------------------------|---|--|---|-------------------|---------------|
| Modul- nummer | Modultitel | Prüfungsleistungen Leistungsnachweise | Präsenz- studium Angeleit. Selbst- studium | Interakt. Lernen Selbst- studium | Credits gesamt | Work- load |
| 1. Semester | | | | | | |
| FRM/A/1 | Einführung | - - | 8 h 4 h | 0 h 13 h | 1 | 25 h |
| FRM/A/2° | Management + Markets I (Englisch) | Hausarbeit Schriftliche Ausarbeitungen | 33 h 0 h | 15 h 77 h | 5 | 125 h |
| FRM/A/3 | Handelsmanagement + Strategien | Projektarbeit, Präsentation* Mündliche + Schriftliche Ausarbeitung | 46,5 h 0 h | 25,5 h 103 h | 7 | 175 h |
| FRM/A/4° | Produkt + Inszenierung | Klausur Arbeitsproben, Mündliche +/- oder Schriftliche Ausarbei- tungen | 45 h 0 h | 15 h 90h | 6 | 150 h |
| FRM/A/5a // FPM/A/5a | Company Project Fashion Product | Projektarbeit Schriftliche Ausarbeitungen | 12 h 0 h | 0 h 88 h | 4 | 100 h |
| FRM/A/5b // FPM/A/5b | Company Project Fashion Brand | Projektarbeit Schriftliche Ausarbeitung | 12 h 0 h | 0 h 88 h | 4 | 100 h |
| FRM/A/5c // FPM/A/5c | Company Project Merchandising | Projektarbeit Schriftliche Ausarbeitungen | 12 h 0 h | 0 h 88 h | 4 | 100 h |
| FRM/A/6° | Marke + Produkt I | Hausarbeit Schriftliche Ausarbeitung Mündliche +/-oder Schriftli- che Ausarbeitung | 45 h 0h | 27 h 103 h | 7 | 175 h |
| Gesamt 1. Semester | | | 276 h | 474 h | 30 | 750 h |

*= Prüfungsleistung ist Teil der Modulprüfung

°= mit Blended-Learning-Anteilen

| Studienabschnitt A Fashion and Retail Management (M.A.) | | | | | | |
|--|--|--|--|---|-------------------|---------------|
| Modul- nummer | Modultitel | Prüfungsleistungen Leistungsnachweise | Präsenz- studium Angeleit. Selbst- studium | Interakt. Lernen Selbst- studium | Credits gesamt | Work- load |
| 2. Semester | | | | | | |
| FRM/A/7° | Management + Markets II (Englisch) | Hausarbeit Schriftliche Ausarbeitungen | 33 h 0 h | 15 h 77 h | 5 | 125 h |
| FRM/A/8 | Handelsmanagement + Verkauf | Klausur Mündliche und/oder schriftliche Ausarbeitungen Schriftliche Ausarbeitungen | 43,5 h 0 h | 28,5 h 103 h | 7 | 175 h |
| FRM/A/9a // FPM/A/9a | Company Partnership Fashion Product | Projektarbeit/Präsentation Schriftliche Ausarbeitungen | 12 h 0 h | 0 h 88 h | 4 | 100 h |
| FRM/A/9b // FPM/A/9b | Company Partnership Fashion Brand | Projektarbeit/Präsentation Schriftliche Ausarbeitungen | 12 h 0 h | 0 h 88 h | 4 | 100 h |
| FRM/A/9c // FPM/A/9c | Company Partnership Merchandising | Projektarbeit/Präsentation Schriftliche Ausarbeitungen | 12 h 0 h | 0 h 88 h | 4 | 100 h |
| FRM/A/10° | Online + Offline Sales | Klausur Schriftliche Ausarbeitungen Mündliche und/oder schriftl. Ausarbeitungen | 45 h 0 h | 15 h 90 h | 6 | 150 h |
| FRM/A/11° | Marke + Produkt II | Hausarbeit, Projektarbeit* Mündliche und/oder schriftliche Ausarbeitung | 45 h 0 h | 27 h 128 h | 8 | 200 h |
| Gesamt 2. Semester | | | 264 h | 486 h | 30 | 750 h |
| Gesamt Studienabschnitt A | | | 540 h | 960 h | 60 | 1500 h |

*= Prüfungsleistung ist Teil der Modulprüfung

°= mit Blended-Learning-Anteilen

| Studienabschnitt B Fashion and Retail Management (M.A.) | | | | | | |
|--|--------------------|--|--|---|-------------------|---------------|
| Modul- nummer | Modultitel | Prüfungsleistungen Leistungsnachweise | Präsenz- studium Angeleit. Selbst- studium | Interakt. Lernen Selbst- studium | Credits gesamt | Work- load |
| 3. Semester | | | | | | |
| FRM/B/12 | Master-Kolloquium | - Mündliche Ausarbeitungen Schriftliche Ausarbeitungen | 36 h 0 h | 0 h 39 h | 3 | 75 h |
| FRM/B/13 | Master-Arbeit | Hausarbeit - | - | 0 h 600 h | 24 | 600 h |
| FRM/B/14 | Master-Disputation | Präsentation - | 6 h 0 h | 0 h 69 h | 3 | 75 h |
| Gesamt 3. Semester | | | 42 h | 708 h | 30 | 750 h |
| Gesamt Studienabschnitt B | | | 42 h | 708 h | 30 | 750 h |
| GESAMT | | | 582 h | 1668 h | 90 | 2250 h |