

Fachprüfungs- und Studienordnung für den Masterstudiengang Consumer Affairs an der Technischen Universität München

Vom 10. März 2009

Auf Grund von Art. 13 Abs. 1 Satz 2 in Verbindung mit Art. 58 Abs. 1 Satz 1, Art. 61 Abs. 2 Satz 1 sowie Art. 43 Abs. 5 des Bayerischen Hochschulgesetzes (BayHSchG) erlässt die Technische Universität München folgende Satzung:

Vorbemerkung zum Sprachgebrauch

Nach Art. 3 Abs. 2 des Grundgesetzes sind Frauen und Männer gleichberechtigt. Alle maskulinen Personen- und Funktionsbezeichnungen in dieser Satzung gelten für Frauen und Männer in gleicher Weise.

Inhaltsverzeichnis:

- § 34 Geltungsbereich, akademischer Grad
- § 35 Studienbeginn, Regelstudienzeit, ECTS
- § 36 Qualifikationsvoraussetzungen
- § 37 Modularisierung, Modulprüfung, Lehrveranstaltungen, Studienrichtungen, Unterrichtssprache
- § 38 Prüfungsfristen, Studienfortschrittskontrolle, Fristversäumnis
- § 39 Prüfungsausschuss
- § 40 Anrechnung von Studienzeiten, Studien- und Prüfungsleistungen
- § 41 Studienbegleitendes Prüfungsverfahren
- § 42 Anmeldung und Zulassung zur Masterprüfung
- § 43 Umfang der Masterprüfung
- § 44 Wiederholung, Nichtbestehen von Prüfungen
- § 45 Studienleistungen
- § 45a Multiple-Choice-Verfahren
- § 46 Master's Thesis
- § 47 Bestehen und Bewertung der Masterprüfung
- § 48 Zeugnis, Urkunde, Diploma Supplement
- § 49 Double Degree
- § 50 In-Kraft-Treten

Anlage 1: Prüfungsmodule

Anlage 2: Eignungsverfahren

§ 34

Geltungsbereich, akademischer Grad

- (1) ¹Die Fachprüfungs- und Studienordnung (FPSO) für den Masterstudiengang Consumer Affairs ergänzt die Allgemeine Prüfungs- und Studienordnung für Bachelor- und Masterstudiengänge an der Technischen Universität München (APSO) in der jeweils geltenden Fassung. ²Die APSO hat Vorrang.
- (2) ¹Aufgrund der bestandenen Masterprüfung wird der akademische Grad „Master of Science“ verliehen. ²Dieser akademische Grad kann mit dem Hochschulzusatz „(TUM)“ geführt werden.

§ 35

Studienbeginn, Regelstudienzeit, ECTS

- (1) Studienbeginn für den Masterstudiengang Consumer Affairs an der Technischen Universität München ist grundsätzlich im Wintersemester.
- (2) ¹Der Umfang der für die Erlangung des Mastergrades erforderlichen Lehrveranstaltungen im Pflicht-, Wahlpflicht- und Wahlbereich beträgt 90 Credits (60 Semesterwochenstunden), verteilt auf vier Semester. ²Hinzu kommen max. sechs Monate für die Durchführung der Master's Thesis gemäß § 46. ³Der Umfang der zu erbringenden Prüfungsleistungen im Pflicht-, Wahlpflicht- und Wahlbereich gemäß Anlage 1 beträgt im Masterstudiengang Consumer Affairs damit mindestens 120 Credits. ⁴Die Regelstudienzeit für das Masterstudium beträgt insgesamt vier Semester.

§ 36

Qualifikationsvoraussetzungen

- (1) Die Qualifikation für den Masterstudiengang Consumer Affairs wird nachgewiesen durch:
 1. nachstehende Hochschulabschlüsse:
 - a) einen an einer inländischen Universität erworbenen qualifizierten Bachelorabschluss in den Studiengängen Technologie- und Managementorientierte Betriebswirtschaftslehre, Soziologie oder vergleichbaren Studiengängen aus dem Bereich mit Bezug zu Consumer Affairs mit einem Anteil von Fächern aus dem Bereich der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften von mindestens 30 Credits oder
 - b) einen an einer ausländischen Universität erworbenen international anerkannten qualifizierten Bachelorabschluss in den unter Buchst. a) genannten Studiengängen oder
 - c) einen an einer inländischen Fachhochschule erworbenen, qualifizierten Diplom-, Bachelor- oder Masterabschluss in den unter Buchst. a) genannten Studiengängen oder
 - d) einen an einer inländischen Universität erworbenen Diplom-, Magister-, Staatsexamens-, oder Masterabschluss in den unter Buchst. a) genannten Studiengängen oder
 - e) einen an einer ausländischen Hochschule erworbenen Abschluss, der den unter Buchst. c) und d) genannten Abschlüssen gleichwertig ist;
 - f) einen Diplomabschluss in den unter a) genannten Studiengängen, der an einer inländischen Berufsakademie erworben wurde, die den Kriterien des KMK-Beschlusses vom 29. September 1995 entspricht, oder

- g) einen an einer inländischen Berufsakademie erworbenen Abschluss in einem akkreditierten Bachelor- oder Masterstudiengang in den unter a) genannten Studiengängen;
2. das Bestehen des Eignungsverfahrens für den Masterstudiengang Consumer Affairs gemäß Anlage 2,
 3. adäquate Kenntnisse der englischen Sprache. Hierzu ist von Studierenden, deren Muttersprache bzw. Ausbildungssprache nicht Englisch ist, der Nachweis durch einen anerkannten Sprachtest wie den „Test of English as a Foreign Language“ (TOEFL), das „International English Language Testing System“ (IELTS) oder die „Cambridge Main Suite of English Examinations“ zu erbringen. Alternativ kann der Nachweis durch eine gute Note in Englisch (entsprechend mindestens 10 von 15 Punkten) in einer inländischen Hochschulzugangsberechtigung erbracht werden. Wurden in dem grundständigen Studiengang Prüfungen im Umfang von 9 Credits in englischsprachigen Prüfungsmodulen erbracht, so sind hiermit ebenfalls adäquate Kenntnisse der englischen Sprache nachgewiesen.
- (2) Ein im Sinne von Abs. 1 Nr. 1 qualifizierter Hochschulabschluss liegt vor, wenn dieser die Ablegung von Prüfungsleistungen umfasst, die Prüfungsleistungen im wissenschaftlich orientierten einschlägigen Bachelorstudiengang gleichwertig sind und die den fachlichen Anforderungen des Masterstudiengangs Consumer Affairs entsprechen.
- (3) ¹Zur Feststellung nach Abs. 2 wird der Modulkatalog des einschlägigen in Abs. 1 Nr. 1 genannten Bachelorstudienganges herangezogen, aus dem Vorlesungen im Umfang von 30 Credits nachzuweisen sind, die im Umfang und Anspruch gleichwertig zur entsprechenden Veranstaltungen der Technischen Universität München sind. ²Wird dieser Nachweis nicht erbracht, so kann die Kommission zum Eignungsverfahren nach Anlage 2 Nr. 3 fordern, dass zum Nachweis der Qualifikation nach Abs. 1 diese Prüfungen als zusätzliche Grundlagenprüfungen gemäß Anlage 2 Nr. 5.3 abzulegen sind. ³Der Studienbewerber ist hierüber nach Sichtung der Unterlagen im Rahmen der ersten Stufe des Eignungsverfahrens zu informieren.
- (4) Über die Vergleichbarkeit des Studiengangs, über die Feststellung der speziellen fachlichen Eignung sowie über die Gleichwertigkeit der an ausländischen Hochschulen erworbenen Hochschulabschlüsse entscheidet der Prüfungsausschuss unter Beachtung des Art. 63 Bayerisches Hochschulgesetz.

§ 37

Modularisierung, Modulprüfung, Lehrveranstaltungen, Studienrichtungen, Unterrichtssprache

- (1) ¹Generelle Regelungen zu Modulen und Lehrveranstaltungen sind in den §§ 6 und 8 APSO getroffen. ²Bei Abweichungen zu Modulfestlegungen gilt § 12 Abs. 8 APSO.
- (2) Der Studienplan mit den Lehrveranstaltungen im Pflicht-, Wahlpflicht- und Wahlbereich ist in der Anlage 1 aufgeführt.
- (3) ¹Im Masterstudiengang Consumer Affairs sollen Studienschwerpunkte im Rahmen des Master Programms EURECA an Partnerhochschulen nach Anlage 1 gewählt werden. ²Die Wahlmodule der Studienschwerpunkte (Spezialisierungen) sind in einem Semester in der Regel nur an einer Universität zu wählen.

Die Unterrichtssprache im Masterstudiengang Consumer Affairs ist englisch, Ausnahmen werden in Anlage 1 aufgeführt.

§ 38

Prüfungsfristen, Studienfortschrittskontrolle, Fristversäumnis

- (1) Prüfungsfristen, Studienfortschrittskontrolle und Fristversäumnis sind in § 10 APSO geregelt.
- (2) ¹Mindestens eine der in der Anlage 1 aufgeführten Modulprüfungen aus den Grundlagen muss bis zum Ende des zweiten Semesters erfolgreich abgelegt werden. ²Bei Fristüberschreitung gilt § 10 Abs. 5 APSO.

§ 39

Prüfungsausschuss

Die für Entscheidungen in Prüfungsangelegenheiten zuständige Stelle gemäß § 29 APSO ist der Masterprüfungsausschuss Consumer Affairs.

§ 40

Anrechnung von Studienzeiten, Studien- und Prüfungsleistungen

- (1) Die Anrechnung von Studienzeiten, Studien- und Prüfungsleistungen regelt § 16 APSO.
- (2) Es müssen jedoch mindestens die Hälfte der Prüfungsleistungen der Masterprüfung, gemessen gemäß ECTS, im Masterstudiengang Consumer Affairs an der Technischen Universität München erbracht werden.
- (3) Abweichend von Abs. 2 werden sämtliche Prüfungsleistungen, die im Rahmen des Master Programms EURECA an der Universität Aarhus (DK), der Universität Wageningen (NL) oder der Universität Warschau für Lebenswissenschaften (PL) erbracht werden, ohne Gleichwertigkeitsprüfung anerkannt.

§ 41

Studienbegleitendes Prüfungsverfahren

- (1) ¹Die Modulprüfungen werden in der Regel studienbegleitend abgelegt. ²Art und Dauer einer Modulprüfung gehen aus Anlage 1 hervor. ³Bei Abweichungen von diesen Festlegungen ist § 12 Abs. 8 APSO zu beachten. ⁴Für die Bewertung der Modulprüfung gilt § 17 APSO.
- (2) Auf Antrag des Studierenden und mit Zustimmung der Prüfenden können bei deutschsprachigen Lehrveranstaltungen Prüfungen in englischer Sprache abgelegt werden.

§ 42

Anmeldung und Zulassung zur Masterprüfung

- (1) ¹Mit der Immatrikulation in den Masterstudiengang Consumer Affairs gilt ein Studierender zu den Modulprüfungen der Masterprüfung als zugelassen.
²Wurde gem. Anlage 2 Nr. 5.3 das Ablegen von Grundlagenprüfungen zur Auflage gemacht, so ist dem Studierenden vom Prüfungsausschuss schriftlich mitzuteilen, zu welcher Modulprüfung abweichend von Satz 1 der Nachweis des Bestehens der Grundlagenprüfungen Zulassungsvoraussetzung ist.
- (2) ¹Die Anmeldung zu einer Modulprüfung im Pflicht- und Wahlpflichtbereich regelt § 15 Abs. 1 APSO. ²Die Anmeldung zu einer Modulprüfung im Wahlbereich regelt § 15 Abs. 2 APSO. ³Die

Anmeldung zu einer entsprechenden Wiederholungsprüfung in einem nicht bestandenen Pflicht-/Wahlpflichtmodul regelt § 15 Abs. 3 APSO.

- (3) ¹Abweichend von Abs. 2 gilt der Studierende zu den studienbegleitenden Prüfungen in den Pflichtmodulen des Masterstudiengangs Consumer Affairs als gemeldet. ²Bei Nichterscheinen zum Prüfungstermin gilt die Modulprüfung als abgelegt und nicht bestanden, sofern nicht triftige Gründe gemäß § 10 Abs. 7 APSO vorliegen.

§ 43

Umfang der Masterprüfung

- (1) Die Masterprüfung umfasst:
1. die Modulprüfungen in den entsprechenden Modulen gemäß Abs. 2,
 2. die Master's Thesis gemäß § 46.
- (2) ¹Die Modulprüfungen sind in der Anlage 1 aufgelistet. ²Es sind Modulprüfungen von insgesamt 90 Credits nachzuweisen, Näheres regelt § 49. ³Bei der Wahl der Module ist § 8 Abs. 2 APSO zu beachten.

§ 44

Wiederholung, Nichtbestehen von Prüfungen

- (1) ¹Die Wiederholung von Prüfungen ist im § 24 APSO geregelt. ²Die Wiederholungsprüfung ist in der Regel innerhalb einer Frist von sechs Monaten nach Bekanntgabe des Prüfungsergebnisses abzulegen.
- (2) Das Nichtbestehen von Prüfungen regelt § 23 APSO.

§ 45

Studienleistungen

Im Masterstudiengang Consumer Affairs sind außer Prüfungsleistungen keine Studienleistungen zu erbringen.

§ 45 a

Multiple-Choice- Verfahren

- (1) ¹Bei Bachelor- und Masterstudiengängen kann eine schriftliche Prüfung in Einzelfällen mit der Zustimmung des Fakultätsrates in Form des Multiple Choice-Verfahrens abgenommen werden. ²Gemäß § 12 Abs. 11 Satz 1 APSO können Teile einer schriftlichen Prüfung in Form des Multiple-Choice-Verfahrens abgenommen werden. ³Wird diese Art der Prüfung gewählt, ist dies den Studierenden rechtzeitig bekannt zu geben. ⁴§ 6 Abs. 4 Satz 4 APSO gilt entsprechend.
- (2) ¹Der Fragen-Antworten-Katalog wird von mindestens zwei im Sinne der APSO Prüfungsberechtigten erstellt. ²Dabei ist festzulegen, welche Antworten als zutreffend anerkannt werden.
- (3) Dieser Prüfungsteil gilt als bestanden,
1. wenn insgesamt mindestens 60 Prozent der gestellten Fragen zutreffend beantwortet wurden oder
 2. wenn die Zahl der zutreffenden Antworten mindestens 50 Prozent beträgt und die Zahl der vom Studierenden zutreffend beantworteten Fragen um nicht mehr als 22 Prozent

die durchschnittlichen Prüfungsleistungen der Studierenden unterschreitet, die erstmals an der entsprechenden Prüfung teilgenommen haben.

- (4) Hat der Studierende die für das Bestehen der Prüfung nach Abs. 3 erforderliche Mindestzahl zutreffend beantworteter Prüfungsfragen erreicht, so lautet die Note für den im Multiple-Choice-Verfahren abgefragten Prüfungsteil:
1. „sehr gut“ bei mindestens 75 Prozent,
 2. „gut“ bei mindestens 50 Prozent, aber weniger als 75 Prozent,
 3. „befriedigend“ bei mindestens 25 Prozent, aber weniger als 50 Prozent,
 4. „ausreichend“ bei 0 oder weniger als 25 Prozent zutreffender Antworten der darüber hinaus gestellten Prüfungsfragen.
- (5) Im Prüfungsbescheid wird dem Studierenden
1. die Note,
 2. die Bestehensgrenze,
 3. die Zahl gestellter Fragen,
 4. die Zahl der richtig beantworteten Fragen und der Durchschnitt der in Abs. 4 genannten Bezugsgruppe bekannt gegeben.

§ 46 Master's Thesis

- (1) Gemäß § 18 APSO hat jeder Studierende im Rahmen der Masterprüfung eine Master's Thesis anzufertigen.
- (2) ¹Zur Master's Thesis wird zugelassen, wer
1. mindestens insgesamt 75 Credits aus dem Masterstudiengang erworben hat,
 2. für einen Doppelabschluss mindestens 24 Credits im Auslandsstudium im Rahmen von EURECA erworben hat.
- ²Die Master's Thesis muss spätestens zwei Monate nach „Zulassung zur Master's Thesis“ begonnen werden. Sind die Zulassungsvoraussetzungen gemäß Satz 1 erfüllt, wird der Studierende vom Prüfungsausschuss zur Master's Thesis zugelassen (Zulassungsbescheid). ³Gegen Vorlage des Zulassungsbescheids wird die Master's Thesis von einem Hochschul-lehrer der beteiligten Hochschulen bzw. Fakultäten als fachkundigem Prüfenden im Sinne der APSO ausgegeben und betreut (Themensteller). ⁴Ein Studierender kann auf Antrag vorzeitig zur Master's Thesis zugelassen werden, wenn er 60 Credits erreicht hat.
- (3) Die Zeit von der Ausgabe bis zur Ablieferung der Master's Thesis darf sechs Monate nicht überschreiten.
- (4) Die Master's Thesis soll in englischer Sprache abgefasst werden.
- (5) Für das Master's Thesis werden 30 Credits vergeben.

§ 47 Bestehen und Bewertung der Masterprüfung

- (1) Die Masterprüfung ist bestanden, wenn alle im Rahmen der Masterprüfung gemäß § 43 Abs. 1 abzulegenden Prüfungen bestanden sind und ein Punktekostand von mindestens 120 Credits erreicht ist.

- (2) ¹Die Modulnote wird gemäß § 17 APSO errechnet. ²Die Gesamtnote der Masterprüfung wird als gewichtetes Notenmittel der Module gemäß § 43 Abs. 2 und der Master's Thesis errechnet. ³Die Notengewichte der einzelnen Module entsprechen den zugeordneten Credits. ⁴Das Gesamturteil wird durch das Prädikat gemäß § 17 APSO ausgedrückt.

§ 48

Zeugnis, Urkunde, Diploma Supplement

- ¹Ist die Masterprüfung bestanden, so sind gemäß § 25 Abs. 1 und § 26 APSO ein Zeugnis, eine Urkunde und ein Diploma Supplement mit einem Transcript of Records auszustellen.
²Als Datum des Zeugnisses ist der Tag anzugeben, an dem alle Prüfungsleistungen erfüllt sind.

§ 49

Double Degree

- (1) ¹Die Technische Universität München, die Aarhus University, die Wageningen University und die Warsaw University of Life Sciences haben eine Kooperationsvereinbarung abgeschlossen. ²Im Masterstudiengang Consumer Affairs sollen Studienschwerpunkte im Rahmen des Masterprogramms EURECA an Partnerhochschulen gewählt werden. ³Die Wahlmodule der Studienschwerpunkte (Spezialisierungen) sind in der Regel nur an einer Hochschule in einem Semester zu wählen. ⁴Die Wahl von Sprachmodulen an der Technische Universität München ist auf 6 Credits begrenzt.
- (2) Für die Studierenden der Technischen Universität München (TUM), die an dem Double Degree Programm mit oben genannten Partnerhochschulen teilnehmen wollen, gelten die folgenden speziellen Regelungen:
1. ¹Der Studierende hat das erste Fachsemester an der Technischen Universität München zu absolvieren. ²Er muss nach dem ersten Semester mindestens 24 Credits bzw. nach dem zweiten Semester mindestens 54 Credits erworben haben, um das Studium an einer in Abs. 1 Satz 1 genannten Partnerhochschule im zweiten bzw. dritten oder vierten Semester weiterzuführen.
 2. ¹Im Rahmen des Double Degree Programms ist ein Aufenthalt im Umfang von mindestens 30 Credits an einer in Abs. 1 genannten Partnerhochschule zu absolvieren und eine Master's Thesis zu bearbeiten, die von mindestens einem Prüfenden der Partnerhochschule betreut wird. ²Alternativ kann ein Aufenthalt im Umfang von mindestens 60 Credits an einer in Abs. 1 genannten Partnerhochschule absolviert werden. ³Die erfolgreiche Teilnahme wird von den Hochschulen bestätigt. ⁴Der Nachweis der Ableistung von mindestens 24 von 30 Credits des Auslandsaufenthalts sind nach § 46 Abs. 2 Voraussetzung für die Zulassung zur Master's Thesis. ⁵Für die Anerkennung dieser Prüfungsleistungen gilt § 40 Abs. 3.
- (3) Für Studierende der Partnerhochschulen, die an dem Double Degree Programm teilnehmen, gelten die folgenden speziellen Regelungen:
1. Die Auswahl der Studierenden erfolgt über die Partnerhochschulen. Voraussetzung für die Auswahl ist ein mindestens sechssemestriger qualifizierter Bachelorabschluss in einschlägigen Fachgebieten.
 2. Die an der Partnerhochschule erbrachten Prüfungsleistungen im Umfang von mindestens 30 und maximal 60 Credits werden gemäß § 40 Abs. 3 anerkannt.
 3. ¹An der Technischen Universität München sind Modulprüfungen aus dem in Anlage 1 aufgeführten Katalog der Wahlpflichtmodule im Umfang von mindestens 30 Credits erfolgreich abzulegen. ²Zusätzlich ist eine Master's Thesis zu bearbeiten, die von mindestens einem Prüfenden der Technischen Universität München betreut wird. ³Alternativ zu den Bestimmungen in den Sätzen 1 und 2 können im Rahmen des

Aufenthalts an der Technischen Universität München maximal 60 Credits in den in Satz 1 genannten Wahlpflichtmodulen erworben werden.

§ 50 In-Kraft-Treten

¹Diese Satzung tritt am 1. Mai 2009 in Kraft.

²Sie gilt für alle Studierenden, die ab dem Wintersemester 2009/10 ihr Fachstudium an der Technischen Universität München aufnehmen.

Anlage 1: Prüfungsmodule

Nr.	Modulbezeichnung	Lehrform SWS V Ü P	Sem.	SWS	Credits	Prüfungs- art	Prüfungs- dauer	Unterrichts- sprache
-----	------------------	--------------------------	------	-----	---------	------------------	--------------------	-------------------------

Pflichtmodule (1. Semester):

1	Introduction to Academic Work	4	1	4	6	schriftlich	120 Minuten	E
2	Consumer Economics & Policy	4	1	4	6	schriftlich	120 Minuten	E
3	Consumer Behaviour	4	1	4	6	schriftlich	120 Minuten	E
4	Research Methods	4	1	4	6	schriftlich	120 Minuten	E

Wahlpflichtmodule (1. Semester): Für die Teilnehmer, die an der Technischen Universität München beginnen, gilt: Es sind aus folgender Liste 6 Credits zu erbringen.

1	Verbraucherrecht	4	1	4	6	schriftlich	120 Minuten	D
2	Foreign Languages*	4	1	4	6	schriftlich	120 Minuten	DaF etc.

*Die Wahl von Sprachmodulen ist im Masterstudiengang Consumer Affairs auf insgesamt 6 Credits begrenzt.

Wahlpflichtmodule (2. Semester): Für alle Teilnehmer, die das zweite Semester an der Technischen Universität München belegen, gilt: Es sind aus folgender Liste 30 Credits zu erbringen.

1	Consumer Sociology & History	4	2	4	6	schriftlich	120 Minuten	E
2	Service Marketing and Open innovation	4	2	4	6	schriftlich	120 Minuten	E
3	Technology and Innovation Management I	4	2	4	6	schriftlich	120 Minuten	E
4	Strategic Management of Technology and Innovation	4	2	4	6	schriftlich	120 Minuten	E
5	Trade Policy and International Markets	4	2	4	6	schriftlich	120 Minuten	E
6	Health Behaviour and Promotion	4	2	4	6	schriftlich	120 Minuten	E
7	Advanced Environmental and Natural Resource Economics	4	2	4	6	schriftlich	120 Minuten	E

8	International and European Environmental Law and Policy	4	2	4	6	schriftlich	120 Minuten	E
9	Foreign Languages*	4	2	4	6	schriftlich	120 Minuten	DaF etc.

*Die Wahl von Sprachmodulen ist im Masterstudiengang Consumer Affairs auf insgesamt 6 Credits begrenzt.

Nr.	Modulbezeichnung	Lehrform SWS V Ü P	Sem.	SWS	Credits	Prüfungs- art	Prüfungs- dauer	Unterrichts- sprache
-----	------------------	--------------------------	------	-----	---------	------------------	--------------------	-------------------------

Wahlpflichtmodule (3. Semester): Für alle Teilnehmer, die das dritte Semester an der Technischen Universität München belegen, gilt: Es sind aus folgender Liste 30 Credits zu erbringen.

1	Consumer Psychology & Gender Studies	4	3	4	6	schriftlich	120 Minuten	E
2	Sustainability Marketing & Sustainable Innovation	4	3	4	6	schriftlich	120 Minuten	E
3	European Consumer Policy	4	3	4	6	schriftlich	120 Minuten	E
4	Management of Human-Nature-Technology Systems	4	3	4	6	schriftlich	120 Minuten	E
5	Environmental and Natural Resource Economics	4	3	4	6	schriftlich	120 Minuten	E
6	Human Dimensions in Resource Management	4	3	4	6	schriftlich	120 Minuten	E
7	Technology and Innovation Management II	4	2	4	6	schriftlich	120 Minuten	E
9	Foreign Languages*	4	2	4	6	schriftlich	120 Minuten	DaF etc.

*Die Wahl von Sprachmodulen ist im Masterstudiengang Consumer Affairs auf insgesamt 6 Credits begrenzt.

Wahlmodule: Für die Teilnehmer, die an der Technischen Universität München beginnen und an dem Double Degree Programm teilnehmen wollen, gilt: Es sind aus folgender Liste 30 Credits für jede Spezialisierung und Semester zu erbringen, das sie an einer Partnerhochschule belegen: Aarhus University: Spezialisierung Marketing Management (Module 1 bis 6) bzw. Consumer Affairs Management (Module 7 bis 12); Wageningen University: Spezialisierung Consumer Studies (Module 13 bis 24) bzw. Marketing Management (Module 25 bis 38); Warschau University of Life Sciences: Spezialisierung Food Policy and Management (Module 39 bis 48).

Nr.	Modulbezeichnung	Lehrform SWS V Ü P	Sem.	SWS	Credits	Prüfungs- art	Prüfungs- dauer	Unterrichts- sprache
-----	------------------	--------------------------	------	-----	---------	------------------	--------------------	-------------------------

Aarhus University (Marketing Management)

1	Communication	*	2	*	5	schriftlich	180 Minuten	E
2	Innovation Management	*	2	*	5	schriftlich	180 Minuten	E
3	Channels and Networks	*	2	*	5	schriftlich	180 Minuten	E
4	Marketing Management and Strategy	*	2	*	5	schriftlich	180 Minuten	E
5	Pricing Strategy	*	2	*	5	schriftlich	180 Minuten	E
6	Customer Relationship Management	*	2	*	5	schriftlich	180 Minuten	E

Aarhus University (Consumer Affairs Management)

7	Consumer Affairs Management	*	3	*	5	schriftlich	180 Minuten	E
8	European Consumer Law	*	3	*	5	schriftlich	180 Minuten	E
9	Social Marketing	*	3	*	5	schriftlich	180 Minuten	E
10	Issues Management	*	3	*	5	schriftlich	180 Minuten	E
11	Business Ethics	*	3	*	5	schriftlich	180 Minuten	E
12	European Consumer Policy	*	3	*	5	schriftlich	180 Minuten	E

Nr.	Modulbezeichnung	Lehrform SWS V Ü P	Sem.	SWS	Credits	Prüfungs- art	Prüfungs- dauer	Unterrichts- sprache
-----	------------------	--------------------------	------	-----	---------	------------------	--------------------	-------------------------

Wageningen University (Consumer Studies)

13	Academic Consultancy Training in Consumer Affairs	*	3	*	9	schriftlich	180 Minuten	E
14	Strategy and Models	*	3	*	6	schriftlich	120 Minuten	E
15	Quantitative Data Analysis: Multivariate Techniques	*	3	*	6	schriftlich	120 Minuten	E
16	Qualitative Data Analysis: Procedures and Strategies	*	3	*	6	schriftlich	120 Minuten	E
17	Capita Selecta Marketing and Consumer Behaviour	*	3	*	3	schriftlich	120 Minuten	E
18	Optional Course 1	*	3	*	6	schriftlich	120 Minuten	E
19	Optional Course 2	*	3	*	6	schriftlich	120 Minuten	E
20	Innovation Management and cross-Disciplinary Design	*	3	*	6	schriftlich	120 Minuten	E
21	Analysis and Management of Sustainable Organic Production Chains	*	3	*	6	schriftlich	120 Minuten	E
22	Food Ethics	*	3	*	3	schriftlich	120 Minuten	E
23	Facilitating Interactive Processes	*	3	*	6	schriftlich	120 Minuten	E
24	Sustainable Technology Development	*	3	*	6	schriftlich	120 Minuten	E

Wageningen University (Marketing Management)

25	Academic Consultancy Training	*	3	*	9	schriftlich	120 Minuten	E
26	Quantitative Data Analysis: Multivariate	*	3	*	6	schriftlich	120 Minuten	E
27	Qualitative Data Analysis: Procedures and	*	3	*	6	schriftlich	120 Minuten	E
28	Consumer Behaviour	*	3	*	6	schriftlich	120 Minuten	E
29	Capita Selecta Marketing and Consumer Behaviour	*	3	*	3	schriftlich	120 Minuten	E
30	Optional Course 1	*	3	*	6	schriftlich	120 Minuten	E

31	Optional Course 2	*	3	*	6	schriftlich	120 Minuten	E
32	Human Oriented Product Design	*	3	*	6	schriftlich	120 Minuten	E
33	Consumer Decision Making	*	3	*	6	schriftlich	120 Minuten	E
34	Consumer Technology	*	3	*	6	schriftlich	120 Minuten	E
35	Communication Strategies in Everyday	*	3	*	6	schriftlich	120 Minuten	E
36	Gender, Culture and Markets	*	3	*	6	schriftlich	120 Minuten	E
37	Sociology in Development: Towards a Critical Perspective	*	3	*	6	schriftlich	120 Minuten	E
38	Food Ethics	*	3	*	3	schriftlich	120 Minuten	E

Warschau University of Life Sciences (Food Policy and Management)

39	Food Chain Development	*	3	*	3	schriftlich	120 Minuten	E
40	Food and Nutrition Policy	*	3	*	3	schriftlich	120 Minuten	E
41	Nutrition and Health	*	3	*	3	schriftlich	120 Minuten	E
42	Consumer Protection	*	3	*	2	schriftlich	120 Minuten	E
43	Food Safety Management	*	3	*	3	schriftlich	120 Minuten	E
44	Sensory Analysis	*	3	*	3	schriftlich	120 Minuten	E
45	Food Product Development	*	3	*	3	schriftlich	120 Minuten	E
46	Food Product Science	*	3	*	3	schriftlich	120 Minuten	E
47	Nutrition Psychology and Sociology	*	3	*	3	schriftlich	120 Minuten	E
48	Consumer Behaviour in Nutrition	*	3	*	4	schriftlich	120 Minuten	E

Erläuterungen:

Sem. = Semester; SWS = Semesterwochenstunden; V = Vorlesung; Ü = Übung; P = Praktikum.

In der Spalte Prüfungsdauer ist bei schriftlichen Prüfungen die Prüfungsdauer in Minuten aufgeführt. Bei mündlichen Prüfungen ist dort "m" eingetragen.

* Aarhus University, Wageningen University and Warsaw University of Life Science: Semestersystem ist nicht kompatibel.

Creditbilanz der jeweiligen Semester:

Semester	Credits Pflichtmodul e	Credits Pflichtmodule Studienleistung	Credits Wahlpflicht- module	Credits Wahlmodul e	Credits Master's- Thesis	SWS	Gesamt -credits
1	24	0	6	0	0	20	30
2	0	0	30*	30**	0	20	30
3	0	0	30*	30**	0	20	30
4	0	0	0	0	30	0	30

Gesamt: 120

Erläuterungen:

* Bei Belegung des Semesters an der Technischen Universität München.

** Bei Belegung des Semesters an einer der Partnerhochschulen.

ANLAGE 2: Eignungsverfahren

Eignungsverfahren für den Masterstudiengang Consumer Affairs an der Technischen Universität München

1. Zweck des Verfahrens

¹Die Qualifikation für den Masterstudiengang Consumer Affairs setzt neben den Voraussetzungen des § 36 Abs. 1 Nr. 1 den Nachweis der Eignung gemäß § 36 Abs. 1 Nr. 3 nach Maßgabe der folgenden Regelungen voraus. ²Die besonderen Qualifikationen und Fähigkeiten der Bewerber sollen dem Berufsfeld Consumer Affairs entsprechen. ³Einzelne Eignungsparameter sind:

- 1.1 Fähigkeit zu wissenschaftlicher bzw. grundlagen- und methodenorientierter Arbeitsweise,
- 1.2 vorhandene Fachkenntnisse aus dem Erststudium mit Bezug zu Consumer Affairs,
- 1.3 kommunikative Kompetenz,
- 1.4 soziale Kompetenz.

2. Verfahren zur Prüfung der Eignung

Das Verfahren zur Prüfung der Eignung wird jährlich durch die Fakultät für Wirtschaftswissenschaften durchgeführt.

- 2.2 ¹Die Anträge auf Zulassung zum Verfahren sind auf den von der Fakultät herausgegebenen Formularen für das Wintersemester bis zum 31. Mai an den Studiendekan bzw. den Vorsitzenden der Eignungsfeststellungskommission zu stellen (Ausschlussfristen). ²Unterlagen gemäß Nr. 2.3.2 können für das Wintersemester bis zum 15. August nachgereicht werden.

2.3 Dem Antrag sind beizufügen:

- 2.3.1 ein tabellarischer Lebenslauf,
- 2.3.2 ein Nachweis über einen Hochschulabschluss gemäß § 36; liegt dieser Nachweis zum Zeitpunkt der Antragstellung noch nicht vor, muss ein vollständiger Nachweis der Studien- und Prüfungsleistungen im Erststudium (Transcript of Records) beigelegt werden; der Nachweis über den Hochschulabschluss ist unverzüglich nach Erhalt vorzulegen,
- 2.3.3 eine schriftliche Begründung von maximal 1 bis 2 DIN-A4 Seiten für die Wahl des Studiengangs Consumer Affairs an der Technischen Universität München, in der der Bewerber darlegt, aufgrund welcher spezifischer Begabungen und Interessen er sich für den Masterstudiengang Consumer Affairs an der Technischen Universität München besonders geeignet hält; weitere Anhaltspunkte für die schriftliche Begründung liefern die in Nr. 1 Satz 3 aufgeführten Eignungsparameter,
- 2.3.4 ein Nachweis über adäquate Kenntnisse der englischen Sprache; hierzu ist von Studierenden, deren Muttersprache bzw. Ausbildungssprache nicht Englisch ist, der Nachweis durch einen anerkannten Sprachtest wie den „Test of English as a Foreign Language“ (TOEFL) und einer Punktezahl von mindestens 570 zu erbringen.

- 2.4 Bewerber, die den Bachelor- oder Diplomabschluss an der Technischen Universität München erworben haben, müssen dem Antrag die Unterlagen nach Nr. 2.3.2 nicht beifügen.

3. Kommission zum Eignungsverfahren

- 3.1 ¹Das Eignungsverfahren wird von einer Kommission durchgeführt, der in der Regel der für den Masterstudiengang Consumer Affairs zuständige Studiendekan bzw. der Vorsitzende der Eignungsfeststellungskommission, mindestens zwei Hochschullehrer und mindestens ein wissenschaftlicher Mitarbeiter angehören. ²Mindestens die Hälfte der Kommissionsmitglieder müssen Hochschullehrer sein. ³Ein studentischer Vertreter wirkt in der Kommission beratend mit.
- 3.2 ¹Die Bestellung der Mitglieder erfolgt durch den Fakultätsrat im Benehmen mit dem Studiendekan. ²Mindestens ein Hochschullehrer wird als stellvertretendes Mitglied der Kommission bestellt. ³Den Vorsitz der Kommission führt in der Regel der Studiendekan. ⁴Für den Geschäftsgang gilt Art. 41 BayHSchG in der jeweils geltenden Fassung.

4. Zulassung zum Eignungsverfahren

- 4.1 Die Zulassung zum Eignungsverfahren setzt voraus, dass die in Nr. 2.3 genannten Unterlagen fristgerecht und vollständig vorliegen.

- 4.2 Mit den Bewerbern, die die erforderlichen Voraussetzungen erfüllen, wird ein Eignungsgespräch gemäß Nr. 5 durchgeführt.
- 4.3 Bewerber, die nicht zugelassen werden, erhalten einen mit Gründen und Rechtsbehelfsbelehrung versehenen Ablehnungsbescheid.

5. Durchführung des Eignungsverfahrens

- 5.1 ¹Der Termin für das Eignungsgespräch wird mindestens eine Woche vorher bekannt gegeben. ²Zeitfenster für eventuell durchzuführende Eignungsgespräche müssen vor Ablauf der Bewerbungsfrist festgelegt sein. ³Der festgesetzte Termin des Gesprächs ist vom Bewerber einzuhalten. ⁴Ist der Bewerber aus von ihm nicht zu vertretenden Gründen an der Teilnahme am Eignungsgespräch verhindert, so kann auf begründeten Antrag ein Nachtermin bis spätestens zwei Wochen vor Vorlesungsbeginn anberaumt werden.
- 5.2 ¹Das Eignungsgespräch ist für jeden Bewerber einzeln durchzuführen. ²Das Gespräch umfasst eine Dauer von mindestens 20 und höchstens 30 Minuten je Bewerber und soll zeigen, ob der Bewerber erwarten lässt, das Ziel des Studiengangs auf wissenschaftlicher Grundlage selbständig und verantwortungsbewusst zu erreichen. ³Das Eignungsgespräch erstreckt sich auf die Motivation des Bewerbers für den Studiengang Consumer Affairs und die in Nr. 1 aufgeführten Eignungsparameter. ⁴Fachwissenschaftliche Kenntnisse, die erst in dem Masterstudiengang Consumer Affairs vermittelt werden sollen, entscheiden nicht. ⁵In dem Gespräch muss der Bewerber den Eindruck bestätigen, dass er für den Studiengang geeignet ist. ⁶Mit Einverständnis des Bewerbers kann ein studentischer Vertreter als Zuhörer zugelassen werden.
- 5.3 ¹Fehlen einem nach Nr. 1 geeigneten Kandidaten formal Prüfungsleistungen im Bereich von Wirtschafts- und Sozialwissenschaften im Umfang von nicht mehr als 30 Credits, so kann die Kommission als Auflage fordern, dass zum Nachweis der Qualifikation diese Prüfungen als zusätzliche Grundlagenprüfungen abzulegen sind. ²Meldet sich der Studierende zu diesen Grundlagenprüfungen nicht so rechtzeitig an, dass sie im ersten Studienjahr abgelegt werden können, so gelten sie als erstmals abgelegt und nicht bestanden. ³Nicht bestandene Grundlagenprüfungen dürfen nur einmal zum nächsten Prüfungstermin wiederholt werden. ⁴Der Prüfungsausschuss kann die Zulassung zu einzelnen Modulprüfungen vom Bestehen der Grundlagenprüfungen abhängig machen.
- 5.4 ¹Das Eignungsgespräch wird von mindestens zwei Mitgliedern der Kommission durchgeführt. ²Jedes der Mitglieder hält das Ergebnis des Eignungsgesprächs auf einer Punkteskala von 0 bis 15 fest, wobei 0 das schlechteste und 15 das beste zu erzielende Ergebnis ist.
- 5.5 ¹Die Punktezahl des Bewerbers ergibt sich aus dem arithmetischen Mittel der Einzelbewertungen von Nr. 5.2. ²Nichtverschwindende Kommastellen sind aufzurunden. ³Bewerber, die 8 oder mehr Punkte erreicht haben, werden als geeignet eingestuft.
- 5.6 ¹Das Ergebnis des Eignungsverfahrens wird dem Bewerber – ggf. unter Beachtung der nach Nr. 5.3 Satz 2 bereits festgelegten Auflagen - schriftlich mitgeteilt. ²Der Bescheid ist von der Leitung der Hochschule zu unterzeichnen. ³Die Unterschriftsbefugnis kann auf den Vorsitzenden der Kommission übertragen werden. ⁴Ein Ablehnungsbescheid ist mit Begründung und einer Rechtsbehelfsbelehrung zu versehen.
- 5.7 Zulassungen im Masterstudiengang Consumer Affairs gelten bei allen Folgebewerbungen in diesem Studiengang.

6. Niederschrift

¹Über den Ablauf des Eignungsverfahrens ist eine Niederschrift anzufertigen, aus der Tag, Dauer und Ort des Eignungsverfahrens, die Namen der Kommissionsmitglieder, die Namen der Bewerber und die Beurteilung der Kommissionsmitglieder sowie das Gesamtergebnis ersichtlich sein müssen. ²Aus der Niederschrift müssen die wesentlichen Gründe und die Themen des Gesprächs mit den Bewerbern ersichtlich sein; die wesentlichen Gründe und die Themen können stichwortartig aufgeführt werden.

7. Wiederholung

Bewerber, die den Nachweis der Eignung für den Masterstudiengang Consumer Affairs nicht erbracht haben, können sich einmal erneut zum Eignungsverfahren anmelden.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Akademischen Senats der Technischen Universität München vom 26. November 2008 sowie der Genehmigung durch den Präsidenten der Technischen Universität München vom 10. März 2009.

München, den 10. März 2009

Technische Universität München

Wolfgang A. Herrmann
Präsident

Diese Satzung wurde am 10. März 2009 in der Hochschule niedergelegt; die Niederlegung wurde am 10. März 2009 durch Anschlag in der Hochschule bekannt gemacht. Tag der Bekanntmachung ist daher der 10. März 2009.