

**Sechste Satzung zur Änderung der  
Fachprüfungs- und Studienordnung für den Masterstudiengang  
Consumer Affairs  
an der Technischen Universität München**

**Vom 24. August 2012**

Aufgrund 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 Änderungssatzung:

**§ 1**

Die Fachprüfungs- und Studienordnung für den Masterstudiengang Consumer Affairs an der Technischen Universität München vom 10. März 2009, zuletzt geändert durch Satzung vom 8. Mai 2012, wird wie folgt geändert:

1. § 36 erhält folgende Fassung:

„§ 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 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 Hochschule für angewandte Wissenschaften erworbenen, qualifizierten Diplom-, Bachelor- oder Masterabschluss in den unter Buchst. a) genannten Studiengängen, oder
- d) einen an einer inländischen Universität erworbenen Diplom-, Magister-, Staats-examens- 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, oder
- 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 Dualen Hochschule 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, und

3. adäquate Kenntnisse der englischen Sprache. <sup>1</sup>Hierzu ist von Studierenden, deren Muttersprache bzw. Ausbildungssprache nicht Englisch ist, der Nachweis durch einen anerkannten Sprachtest (gemäß gemeinsamem europäischem Referenzrahmen Kompetenzstufe C1) 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. <sup>2</sup>Alternativ kann der Nachweis durch eine gute Note in Englisch (entsprechend mindestens 10 von 15 Punkten) in einer inländischen Hochschulzugangsberechtigung erbracht werden. <sup>3</sup>Wurden in dem grundständigen Studiengang Prüfungen im Umfang von 12 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) <sup>1</sup>Zur Feststellung nach Abs. 2 wird der Modulkatalog der einschlägigen in Abs. 1 Nr. 1 genannten Bachelorstudiengänge herangezogen, aus denen Vorlesungen im Umfang von 30 Credits nachzuweisen sind, die im Umfang und Anspruch gleichwertig zu entsprechenden Veranstaltungen der Technischen Universität München oder vergleichbaren Hochschulen sind. <sup>2</sup>Wird 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. 5.1.4 abzulegen sind. <sup>3</sup>Gegebenenfalls ist der Studienbewerber über diese Auflage nach Sichtung der Unterlagen im Rahmen der ersten Stufe des Eignungsverfahrens zu informieren.“

2. § 40 wird wie folgt geändert:

a) Abs. 2 wird aufgehoben.

b) Der bisherige Abs. 3 wird Abs. 2 und erhält folgende Fassung:

„(2) Abweichend von § 16 Abs. 2 APSO 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.“

3. § 42 Abs. 1 und 2 erhalten folgende Fassung:

„(1) <sup>1</sup>Mit der Immatrikulation in den Masterstudiengang Consumer Affairs gilt ein Studierender zu den Modulprüfungen der Masterprüfung als zugelassen. <sup>2</sup>Die Master's Thesis darf nach dem Erwerb von insgesamt mindestens 75 Credits aus dem Masterstudiengang begonnen werden.

(2) <sup>1</sup>Die Anmeldung zu einer Modulprüfung im Pflicht-, Wahlpflicht- und Wahlbereich regelt § 15 Abs. 1 APSO. <sup>2</sup>Die Anmeldung zu einer entsprechenden Wiederholungsprüfung in einem nicht bestandenem Pflicht-/Wahlpflichtmodul regelt § 15 Abs. 2 APSO.“

4. § 43 Abs. 2 erhält folgende Fassung:

„(2) <sup>1</sup>Die Modulprüfungen sind in der Anlage 1 aufgelistet. <sup>2</sup>Es sind Modulprüfungen von insgesamt 90 Credits nachzuweisen. <sup>3</sup>Bei der Wahl der Module ist § 8 Abs. 2 APSO zu beachten.“

5. § 49 wird wie folgt neu gefasst:

„§ 49  
Double Degree

(1) <sup>1</sup>Die Technische Universität München, die Aarhus University, die Wageningen University und die Warsaw University of Life Sciences haben eine Kooperationsvereinbarung abgeschlossen. <sup>2</sup>Im Masterstudiengang Consumer Affairs sollen Studienschwerpunkte im Rahmen des Masterprogramms EURECA an Partnerhochschulen gewählt werden. <sup>3</sup>Die Wahlmodule der Studienschwerpunkte (Spezialisierungen) sind in der Regel nur an einer Hochschule in einem Semester zu wählen.

(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. <sup>1</sup>Der Studierende hat das erste Fachsemester an der Technischen Universität München zu absolvieren. <sup>2</sup>Er 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. <sup>1</sup>Die erfolgreiche Teilnahme wird von den Hochschulen bestätigt. <sup>2</sup>Die im Rahmen des Double Degree Programmes an den Partnerhochschulen zu erbringenden Leistungen richten sich nach den Prüfungsordnungen der jeweiligen Partnerhochschule.

(3) Für Studierende der Partnerhochschulen, die an dem Double Degree Programm teilnehmen, gelten die folgenden speziellen Regelungen:

1. <sup>1</sup>Die Auswahl der Studierenden erfolgt über die Partnerhochschulen. <sup>2</sup>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 Credits und maximal 60 Credits werden gemäß § 40 Abs. 3 anerkannt.

3. <sup>1</sup>An der Technischen Universität München sind Modulprüfungen aus dem in Anlage 1 aufgeführten Katalog der Wahlpflichtmodule im Umfang von mindestens 30 Credits erfolgreich abzulegen. <sup>2</sup>Zusätzlich ist eine Master's Thesis zu bearbeiten, die von mindestens einem am Masterstudiengang Consumer Affairs beteiligten Hochschullehrer der Technischen Universität München als fachkundigem Prüfenden im Sinne der APSO ausgegeben und betreut wird. <sup>3</sup>Alternativ zu den Bestimmungen in den Sätzen 1 und 2 können im Rahmen des Aufenthalts an der Technischen Universität München mindestens 60 Credits in den in Satz 1 genannten Wahlpflichtmodulen erworben werden.

(4) Die §§ 35 Abs. 2 und 40 Abs. 2 bleiben unberührt.“

6. Anlage 1 Prüfungsmodul wird durch die Anlage 1 Prüfungsmodul zu dieser Satzung ersetzt.

## **§ 2**

- (1) <sup>1</sup>Diese Satzung tritt am 1. Oktober 2012 in Kraft. <sup>2</sup>Sie gilt für alle Studierenden, die ab dem Wintersemester 2012/2013 ihr Fachstudium an der Technischen Universität München aufnehmen.
- (2) Abweichend von Abs. 1 Satz 2 gilt § 1 Nr. 6 bereits für Studierende, die ab dem Wintersemester 2010/2011 ihr Fachstudium aufgenommen haben.

## Anlage 1: Prüfungsmodule

### Prüfungsmodule der Technischen Universität München

#### Basics of Consumer Affairs (Pflichtmodule)

Nr.	Modulbezeichnung	Modulart	Lehrform SWS/ V Ü P	Sem.	SWS	Credits	Prüfungs- art	Prüfungs- dauer	Unterrichts- sprache
1	Consumer Economics & Policy	Pflicht	4 V	1. Sem.	4	6 Credits	Klausur	120 min	Englisch
2	Consumer Behaviour	Pflicht	3 V + 1Ü	1. Sem.	4	6 Credits	Klausur	120 min	Englisch
3	Consumer Behaviour Research Methods	Pflicht	2 V + 2Ü	1. Sem.	4	6 Credits	Klausur	120 min	Englisch
4	Research Methods	Pflicht	2 V + 2 P	1. Sem.	4	6 Credits	Klausur, Seminararbeit, mdl. Prüfung, Hausarbeiten <sup>2)</sup>	150 min	Englisch

#### Required Elective Modules

Aus den „General Modules“, dem „allgemeinbildenden Modul“ und den Vertiefungen „Consumer, Technology and Innovation“ und „Sustainable Consumption“ sind insgesamt 66 Credits zu erbringen.

#### General Modules in Consumer Affairs

Nr.	Modulbezeichnung	Modulart	Lehrform SWS/ V Ü P	Sem.	SWS	Credits	Prüfungs- art	Prüfungs- dauer	Unterrichts- sprache
1	Verbraucherrecht	Wahl- pflicht	4 V	1. Sem.	4	6 Credits	Klausur	120 min	Deutsch
2	German as a Foreign Language <sup>4)</sup>	Wahl- pflicht	4 P	1.-3. Sem. <sup>1)</sup>	4	6 Credits	Klausur	150 min	Deutsch
3	Academic Work in Consumer Research	Wahl- pflicht	1 V + 3 P	2. Sem.	4	6 Credits	Klausur, Seminararbeit, mdl. Prüfung, Hausarbeiten <sup>2)</sup>	k.A.	Englisch
4	Consumer oriented project work Ia <sup>5)</sup>	Wahl- pflicht	k. A.	2./3. Sem. <sup>1)</sup>	k. A.	6 Credits	Klausur, Seminararbeit, mdl. Prüfung, Hausarbeiten <sup>2)</sup>	k.A.	Englisch
5	Consumer oriented project work Ib <sup>5)</sup>	Wahl- pflicht	k. A.	2./3. Sem. <sup>1)</sup>	k. A.	6 Credits	Klausur, Seminararbeit, mdl. Prüfung, Hausarbeiten <sup>2)</sup>	k.A.	Englisch

6	Consumer oriented project work II <sup>5)</sup>	Wahlpflicht	k. A.	2./3. Sem. <sup>1)</sup>	k. A.	12 Credits	Klausur, Seminararbeit, mdl. Prüfung, Hausarbeiten <sup>2)</sup>	k.A.	Englisch
7	Seminar Marketing, Strategy & Leadership - Strategy and Organization	Wahlpflicht	4 P	2./3. Sem. <sup>1)</sup>	4	6 Credits	Hausarbeit, Präsentation	k.A.	Englisch/ Deutsch <sup>3)</sup>
8	Basics of Advanced Planning and Supply Chain Management	Wahlpflicht	1 V + 3 Ü	2./3. Sem. <sup>1)</sup>	4	6 Credits	Klausur, Seminararbeit, mdl. Prüfung, Hausarbeiten <sup>2)</sup>	90 min	Englisch
9	Advanced Planning in Supply Chains – Illustrating the Concepts using an SAP APO Case Study	Wahlpflicht	3 V + 1 Ü	2./3. Sem. <sup>1)</sup>	4	6 Credits	Klausur, Seminararbeit, mdl. Prüfung, Hausarbeiten <sup>2)</sup>	90 min	Englisch
10	Organizational Psychology & Gender Studies	Wahlpflicht	2 V + 3 P	3. Sem.	5	6 Credits	Klausur, Hausarbeiten, Präsentation	60 min	Englisch
11	International Commodity Markets and Trade Policy	Wahlpflicht	4 P	3. Sem.	4	6 Credits	Klausur	90 min	Englisch
12	Seminar Entrepreneurship	Wahlpflicht	4 P	2./3. Sem. <sup>1)</sup>	4	6 Credits	Klausur, Seminararbeit, mdl. Prüfung, Hausarbeiten <sup>2)</sup>	k.A.	Englisch/ Deutsch <sup>3)</sup>
13	Mathematics for Economists	Wahlpflicht	4 V	1./3. <sup>1)</sup> Sem.	4	6 Credits	Klausur	90 min	Englisch

### Spezialisierung Consumer, Technology and Innovation

Nr.	Modulbezeichnung	Modulart	Lehrform SWS/ V Ü P	Sem.	SWS	Credits	Prüfungsart	Prüfungsdauer	Unterrichtssprache
1	Consumer History	Wahlpflicht	2 V + 2 P	2. Sem.	4	6 Credits	Präsentation, Bericht	k.A.	Englisch
2	Marketing and Innovation	Wahlpflicht	2 V + 2Ü	2. Sem.	4	6 Credits	Klausur	120 min	Englisch

3	Case Study Seminar: Strategic Management of Technology and Innovation	Wahlpflicht	4 P	2. Sem.	4	6 Credits	Hausarbeit, Präsentation		Englisch
4	Food Economics	Wahlpflicht	2 V + 2 P	3. Sem.	4	6 Credits	Klausur, Seminararbeit, mdl. Prüfung, Hausarbeiten <sup>2)</sup>	k. A.	Englisch
5	Advanced Technology and Innovation Management <sup>6)</sup>	Wahlpflicht	4 P	3. Sem.	4	6 Credits	Klausur 90%, Präsentation 10%	120 min	Englisch
6	Life Science Economics and Policy	Wahlpflicht	4 V	3. Sem.	4	6 Credits	Klausur	90 min	Englisch
7	Regulatory Economics and Policy	Wahlpflicht	4 V	3. Sem.	4	6 Credits	Klausur	90 min	Englisch
8	Human Values and Business Ethics <sup>7)</sup>	Wahlpflicht	3 V + 1 P	3. Sem.	4	6 Credits	Klausur	120 min	Englisch

### Spezialisierung Sustainable Consumption

Nr.	Modulbezeichnung	Modulart	Lehrform SWS/ V Ü P	Sem.	SWS	Credits	Prüfungsart	Prüfungsdauer	Unterrichtssprache
1	Transport Economy and Sociology (alter Titel: Economic and Social Aspects of the Transportation System)	Wahlpflicht	5 V	1. Sem.	4	6 Credits	Zwei Klausuren	120 min -	Englisch
2	Sustainability Marketing & Sustainable Consumption	Wahlpflicht	1 V + 3 P	2. Sem.	4	6 Credits	Präsentation, Seminararbeit, Hausarbeit	k. A.	Englisch
3	Consumer Affairs Issues	Wahlpflicht	2 V + 2 P	2. Sem.	4	6 Credits	Klausur Seminararbeit, Präsentation	120 min	Englisch
4	Environmental and Natural Resources Economics	Wahlpflicht	4 V	2. Sem.	4	6 Credits	Klausur	120 min	Englisch
5	International Environmental Policy and Conflict Resolution	Wahlpflicht	2 V + 2 P	2. Sem.	4	6 Credits	Hausarbeiten	120 min	Englisch

6	Advanced Environmental and Natural Resource Economics	Wahlpflicht	2 V + 2 P	3. Sem.	4	6 Credits	Klausur	120 min	Englisch
7	Transportation Policy	Wahlpflicht	4 P	3. Sem.	4	6 Credits	Zwei Klausuren	120 min	Englisch
8	Value Chain Economics	Wahlpflicht	4 V	3. Sem.	4	6 Credits	Klausur, Seminararbeit, mdl. Prüfung, Hausarbeiten <sup>2)</sup>	k. A.	Englisch

### Allgemeinbildendes Modul (Wahlmodul)

Insgesamt 6 Credits können aus dem Gesamtangebot der Technischen Universität München erbracht werden, sofern dies eine sinnvolle Ergänzung zum Studium darstellt. Der Studierende spricht dies mit einem von der Fakultät beauftragten Mentor ab.

Nr.	Modulbezeichnung	Modulart	Lehrform SWS/ V Ü P	Sem.	SWS	Credits	Prüfungsart	Prüfungsdauer	Unterrichtssprache
1	Allgemeinbildendes Modul	Wahl		1.-4. Sem. <sup>1)</sup>		6 Credits			

### Prüfungsmodule der Aarhus University

#### Basics of Consumer Affairs (Pflichtmodule):

Für Teilnehmer, die an der Aarhus University beginnen, gilt: Aus folgender Liste sind 30 Credits zu erbringen.

Nr.	Modulbezeichnung	Modulart	Lehrform SWS/ V Ü P	Sem.	SWS	Credits	Prüfungsart	Prüfungsdauer	Unterrichtssprache
1	Research Methods	Pflicht	*	1. Sem.	*	10 Credits	mündliche Prüfung, Hausarbeit (Gruppe)	k. A.	Englisch
2	Industrial Economics	Pflicht	*	1. Sem.	*	5 Credits	Klausur	180 min	Englisch
3	Economics of Strategy	Pflicht	*	1. Sem.	*	5 Credits	Klausur	180 min	Englisch
4	Economic Psychology	Pflicht	*	1. Sem.	*	10 Credits	Klausur	240 min	Englisch



## Wahlmodule

Für Studierende, die am Austauschprogramm EURECA zwischen der Technischen Universität München und der Aarhus University teilnehmen, werden folgende Kurse angeboten. Für Teilnehmer am Double Degree-Programm gilt: Es sind aus den Spezialisierungen „Marketing“ und „Consumer Affairs Management 30 Credits je Semester zu erbringen.

### **Spezialisierung Marketing**

Nr.	Modulbezeichnung	Modulart	Lehrform SWS/ V Ü P	Sem.	SWS	Credits	Prüfungsart	Prüfungsdauer	Unterrichtssprache
1	Marketing Communication	Wahl	*	2. Sem.	*	5 Credits	Klausur	240 min	Englisch
2	Innovation Management <sup>8)</sup>	Wahl	*	2. Sem.	*	5 Credits	Klausur	240 min	Englisch
3	Managing Marketing Channels and Networks	Wahl	*	2. Sem.	*	5 Credits	Klausur	240 min	Englisch
4	Marketing Management and Strategy	Wahl	*	2. Sem.	*	5 Credits	mündliche Prüfung, Präsentation, Hausarbeit	k. A.	Englisch
5	Pricing Strategy	Wahl	*	2. Sem.	*	5 Credits	Klausur	240 min	Englisch
6	Customer Relationship Management	Wahl	*	2. Sem.	*	5 Credits	Klausur	180 min	Englisch
7	Advanced Topics in Marketing Ia	Wahl	*	2. Sem.	*	5 Credits	Klausur, Hausarbeit, mündliche Prüfung, Präsentation	k. A.	Englisch
8	Advanced Topics in Marketing Ib	Wahl	*	2. Sem.	*	5 Credits	Klausur, Hausarbeit, mündliche Prüfung, Präsentation	k. A.	Englisch
9	Advanced Topics in Marketing II	Wahl	*	2. Sem.	*	10 Credits	Klausur, Hausarbeit, mündliche Prüfung, Präsentation	k. A.	Englisch

## Spezialisierung Consumer Affairs Management

Nr.	Modulbezeichnung	Modulart	Lehrform SWS/ V Ü P	Sem.	SWS	Credits	Prüfungs- art	Prüfung s-dauer	Unterrichts- sprache
1	Consumer Affairs and Sustainability	Wahl	*	3. Sem.	*	5 Credits	Hausarbeit, Präsentation	k. A.	Englisch
2	European Consumer Law <sup>9)</sup>	Wahl	*	3. Sem.	*	5 Credits	mündlicheP rüfung	k. A.	Englisch
3	Social Marketing	Wahl	*	3. Sem.	*	5 Credits	Hausarbeit, Präsentation	k. A.	Englisch
4	Issues Management and Sustainability	Wahl	*	3. Sem.	*	5 Credits	Präsentation Hausarbeit	k. A.	Englisch
5	Business Ethics <sup>10)</sup>	Wahl	*	3. Sem.	*	5 Credits	Präsentation, Hausarbeit	k. A.	Englisch
6	European Consumer Policy <sup>11)</sup>	Wahl	*	3. Sem.	*	5 Credits	Präsentation, Hausarbeit	k. A.	Englisch
7	Advanced Topics in Consumer Affairs Management Ia	Wahl	*	3. Sem.	*	5 Credits	Klausur, Hausarbeit, mündliche Prüfung, Präsentation	k. A.	Englisch
8	Advanced Topics in Consumer Affairs Management Ib	Wahl	*	3. Sem.	*	5 Credits	Klausur, Hausarbeit, mündliche Prüfung, Präsentation	k. A.	Englisch
9	Advanced Topics in Consumer Affairs Management II	Wahl	*	3. Sem.	*	10 Credits	Klausur, Hausarbeit, mündliche Prüfung, Präsentation	k. A.	Englisch

## Prüfungsmodule der Wageningen University

### Consumer Studies

Für Teilnehmer, die an der Wageningen University mit der Spezialisierung Consumer Studies beginnen, gilt: Es sind aus folgender Liste 30 Credits zu erbringen.

### Spezialisierung Consumer Studies

Nr.	Modulbezeichnung	Modulart	Lehrform SWS/ V Ü P	Sem.	SWS	Credits	Prüfungs- art	Prüfungs- dauer	Unterrich- ts- sprache
1	Advanced Communication Science	Wahl	*	1. Sem.	*	6 Credits	Klausur 40%, Hausarbeit 40%, Präsentation 20%	180 min	Englisch
2	Quantitative Data Analysis: Multivariate Techniques	Wahl	*	1. Sem.	*	6 Credits	Klausur 60%, Hausarbeit 40%	180 min	Englisch
3	Gender, Culture, Consumers and Markets	Wahl	*	1. Sem.	*	6 Credits	Klausur, Präsentation	180 min	Englisch
4	Seminar	Wahl	*	1. Sem.	*	6 Credits	Projektbericht, Präsentation	180 min	Englisch
5	Modular Skills Training	Wahl	*	1./ 2 Sem. <sup>1)</sup>	*	3 Credits	Klausur, Präsentation, Hausarbeit	k. A.	Englisch
6	One optional course	Wahl	*	1. Sem.	*	6 Credits	Klausur	180 min	Englisch
7	Food Ethics	Wahl	*	1. Sem.	*	3 Credits	Hausarbeit, Präsentation	k. A.	Englisch

### Wahlmodule

Für Studierende, die am Austauschprogramm EURECA zwischen der Technischen Universität München und der Wageningen University teilnehmen, werden folgende Kurse angeboten. Für Teilnehmer am Double Degree-Programm gilt: Es sind aus folgender Liste 30 Credits je Semester zu erbringen.

Nr.	Modulbezeichnung	Modulart	Lehrform SWS/ V Ü P	Sem.	SWS	Credits	Prüfungs- art	Prüfungs- dauer	Unterrichts- sprache
1	Academic Consultancy Training	Wahl	*	2. Sem.	*	9 Credits	Hausarbeit, Präsentation	k. A.	Englisch
2	Sensory Perception and Consumer Preference	Wahl	*	2. Sem.	*	6 Credits	Klausur	180 min	Englisch
3	Sustainable Marketing	Wahl	*	2. Sem.	*	6 Credits	Klausur	180 min	Englisch

4	Consumer Behavior: Concepts and Research Methods <sup>12)</sup>	Wahl	*	2. Sem.	*	6 Credits	Klausur, Projektbericht	180 min	Englisch
5	Selected Themes in Marketing and Consumer Behaviour	Wahl	*	2. Sem.	*	6 Credits	Klausur	180 min	Englisch
6	Human oriented Product Design	Wahl	*	3. Sem.	*	6 Credits	Klausur, Projektbericht, Präsentation	180 min	Englisch
7	Academic Consultancy Training	Wahl	*	2./ 3. Sem. <sup>1)</sup>	*	9 Credits	Hausarbeit, Projektbericht, Präsentation	k. A.	Englisch
8	Capita Selecta Marketing and Consumer Behaviour	Wahl	*	3. Sem.	*	3 Credits	Klausur	180 min	Englisch
9	Food Law	Wahl	*	3. Sem.	*	6 Credits	Klausur, Seminararbeit, mdl. Prüfung, Hausarbeiten <sup>2)</sup>	180 min	Englisch
10	Product Properties and Consumer Wishes	Wahl	*	3. Sem.	*	6 Credits	Klausur 40%, Hausarbeit 60%	180 min	Englisch
11	Communication and Organizations	Wahl	*	3. Sem.	*	6 Credits	Klausur, Hausarbeit	180 min	Englisch
12	Advanced Topics in Consumer Studies	Wahl	*	2./ 3. <sup>1)</sup> Sem.	*	6 Credits	Klausur, Präsentation, Hausarbeit		Englisch

### Spezialisierung Marketing Management

Für Teilnehmer, die an der Wageningen University mit der Spezialisierung Marketing Management beginnen, gilt: Es sind aus folgender Liste 30 Credits zu erbringen.

Nr.	Modulbezeichnung	Modulart	Lehrform SWS/ V Ü P	Sem.	SWS	Credits	Prüfungsart	Prüfungsdauer	Unterrichtssprache
1	Advanced Communication Science	Wahl	*	1. Sem.	*	6 Credits	Hausarbeit, Präsentation	180 min	Englisch
2	Quantitative Data Analysis: Multivariate Techniques	Wahl	*	1. Sem.	*	6 Credits	Klausur, Seminararbeit, mdl. Prüfung, Hausarbeiten <sup>2)</sup>	180 min	Englisch
3	Seminar	Wahl	*	1. Sem.	*	6 Credits	Projektbericht, Präsentation	180 min	Englisch
4	Organization of the Agribusiness	Wahl	*	1. Sem.	*	6 Credits	Klausur, Seminararbeit, mdl. Prüfung, Hausarbeiten <sup>2)</sup>	180 min	Englisch

5	Modular Skills Training	Wahl	*	1./ 2. Sem. <sup>1)</sup>	*	3 Credits	Klausur, Präsentation, Hausarbeit	k. A.	Englisch
6	One optional course	Wahl	*	1. Sem.	*	6 Credits	Klausur	180 min	Englisch
7	Food Ethics	Wahl	*	1. Sem.	*	3 Credits	Hausarbeit, Präsentation	k. A.	Englisch

## Wahlmodule

Für Studierende, die am Austauschprogramm EURECA zwischen der Technischen Universität München und der Wageningen University teilnehmen, werden folgende Kurse angeboten. Für Teilnehmer am Double Degree-Programm gilt: Es sind aus folgender Liste 30 Credits je Semester zu erbringen.

Nr.	Modulbezeichnung	Modulart	Lehrform SWS/ V Ü P	Sem.	SWS	Credits	Prüfungsart	Prüfungsdauer	Unterrichtssprache
1	Academic Consultancy Training	Wahl	*	2./ 3. Sem. <sup>1)</sup>	*	9 Credits	Hausarbeit, Präsentation	k. A.	Englisch
2	Advanced Supply Chain Management	Wahl	*	2. Sem.	*	6 Credits	Klausur	180 min	Englisch
3	Consumer Behavior: Concepts and Research Methods <sup>12)</sup>	Wahl	*	2. Sem.	*	6 Credits	Klausur, Projektbericht	180 min	Englisch
4	Ethics and Social Sciences	Wahl	*	2. Sem.	*	3 Credits	Präsentation, Hausarbeit	k. A.	Englisch
5	Modular Skills Training	Wahl	*	1./ 2. Sem. <sup>1)</sup>	*	3 Credits	Klausur, Präsentation, Hausarbeit	k. A.	Englisch
6	Sustainable Marketing	Wahl	*	2. Sem.	*	6 Credits	Klausur	180 min	Englisch
7	Selected Themes in Marketing and Consumer Behaviour	Wahl	*	2. Sem.	*	6 Credits	Klausur	180 min	Englisch
8	Strategy and Models	Wahl	*	3. Sem.	*	6 Credits	Klausur	180 min	Englisch
9	Human oriented Product Design	Wahl	*	3. Sem.	*	6 Credits	Klausur, Hausarbeit, Präsentation	180 min	Englisch
10	Analysis and Management of Sustainable Organic Production Chains	Wahl	*	3. Sem.	*	6 Credits	Klausur	180 min	Englisch
11	Academic Consultancy Training	Wahl	*	2./3. Sem. <sup>1)</sup>	*	9 Credits	Hausarbeit, Präsentation	k. A.	Englisch

12	Capita Selecta Marketing and Consumer Behaviour	Wahl	*	3. Sem.	*	3 Credits	Klausur	180 min	Englisch
13	Communication and Organizations	Wahl	*	3. Sem.	*	6 Credits	Klausur, Hausarbeit	180 min	Englisch
14	Modular Skills Training	Wahl	*	3. Sem.	*	3 Credits	Klausur Präsen- ta- tion, Hausarbeit	k. A.	Englisch
15	Food Ethics	Wahl	*	3. Sem.	*	3 Credits	Hausarbeit, Präsen- ta- tion	k. A.	Englisch
16	Advanced Topics in Marketing Management	Wahl	*	2./ 3. Sem. <sup>1)</sup>	*	6 Credits	Klausur, mündliche Prüfung, Hausarbeit, Präsen- ta- tion	k. A.	Englisch

## **Prüfungsmodule der Warschau University of Life Sciences**

### **Pflichtmodule**

Für Teilnehmer, die an der Warschau University of Life Sciences beginnen, gilt: Es sind die Fächer aus folgender Liste zu erbringen.

Nr.	Modulbezeichnung	Modulart	Lehrform SWS/ V Ü P	Sem.	SWS	Credits	Prüfungs- art	Prüfungs- dauer	Unterrichts- sprache
1	Mathematical Statistics	Pflicht	*	1. Sem.	*	4 Credits	Klausur, Präsen- ta- tion, Hausarbeit	120 min	Englisch
2	Forecasting Business Processes	Pflicht	*	1. Sem.	*	5 Credits	Klausur, Hausarbeit	120 min	Englisch
3	Advanced Macroeconomics	Pflicht	*	1. Sem.	*	3 Credits	Klausur, Hausarbeit, Präsen- ta- tion	120 min	Englisch
4	Business Law	Pflicht	*	1. Sem.	*	3 Credits	Klausur 60%, Präsen- ta- tion und Seminarar- beit 40%	120 min	Englisch
5	Financial and Capital Markets	Pflicht	*	1. Sem.	*	4 Credits	Klausur, Hausarbeit, Präsen- ta- tion	120 min	Englisch
6	Managerial Economics	Pflicht	*	1. Sem.	*	4 Credits	Klausur	120 min	Englisch
7	Consumer Behaviour	Pflicht	*	1. Sem.	*	4 Credits	Klausur	120 min	Englisch
8	Consumer Protection	Pflicht	*	1. Sem.	*	2 Credits	Klausur	90 min	Englisch

## Wahlmodule

Für die Studierenden, die am Austauschprogramm EURECA zwischen der Technischen Universität München und der Warschau University of Life Sciences teilnehmen, werden folgende Kurse angeboten. Für Teilnehmer am Double Degree-Programm gilt: Es sind aus den Spezialisierungen „Economics and Management“ und „Food Policy and Management“ 30 Credits je Semester zu erbringen.

### Spezialisierung Economics and Management

Nr.	Modulbezeichnung	Modulart	Lehrform SWS/ V Ü P	Sem.	SWS	Credits	Prüfungs- art	Prüfungs- dauer	Unterrichts- sprache
1	Managerial Accounting	Wahl	*	2. / 3. Sem. <sup>1)</sup>	*	3 Credits	Klausur, Hausarbeit	120 min	Englisch
2	International Economics	Wahl	*	2. / 3. Sem. <sup>1)</sup>	****	3 Credits	Klausur	120 min	Englisch
3	History of Economic Thought	Wahl	*	2. / 3. Sem. <sup>1)</sup>	*	4 Credits	Präsentation, Hausarbeit	k. A.	Englisch
4	Mathematical Economics	Wahl	*	2. / 3. Sem. <sup>1)</sup>	*	4 Credits	Klausur Hausarbeit, Präsentation	120 min	Englisch
5	Insurance Systems	Wahl	*	2. / 3. Sem. <sup>1)</sup>	*	4 Credits	Klausur Hausarbeit, Präsentation	120 min	Englisch
6	Human Resource Management	Wahl	*	2. / 3. Sem. <sup>1)</sup>	*	3 Credits	2 Klausuren 50% Hausarbeit 40%, Präsentation 10%	120 min	Englisch
7	Methods of Projects Assessments	Wahl	*	2. / 3. Sem. <sup>1)</sup>	*	3 Credits	Klausur 60% Hausarbeit 30%, Präsentation 10%	120 min	Englisch
8	Corporate Finance	Wahl	*	2. / 3. Sem. <sup>1)</sup>	*	5 Credits	Klausur Hausarbeit, Präsentation	k. A.	Englisch
9	Financial and Capital Markets	Wahl	*	2. / 3. Sem. <sup>1)</sup>	*	4 Credits	Klausur Hausarbeit, Präsentation	120 min	Englisch
10	Economic Policy of the EU	Wahl	*	2. / 3. Sem. <sup>1)</sup>	*	5 Credits	Klausur, Hausarbeit	120 min	Englisch
11	European Social Policy	Wahl	*	2. / 3. Sem. <sup>1)</sup>	*	5 Credits	Klausur Hausarbeit	120 min	Englisch
12	Master's Seminar <sup>13)</sup>	Wahl	*	2. / 3. Sem. <sup>1)</sup>	*	4 Credits	Präsentation, Seminararbeit	k. A.	Englisch

13	Advanced Topics in Economics and Management	Wahl	*	2. / 3. Sem. <sup>1)</sup>	*	5 Credits	Klausur, Seminararbeit, mdl. Prüfung, Hausarbeiten <sup>2)</sup>	k. A.	Englisch
----	---	------	---	----------------------------	---	-----------	--	-------	----------

### Spezialisierung Food Policy and Management

Nr.	Modulbezeichnung	Modulart	Lehrform SWS/ V Ü P	Sem.	SWS	Credits	Prüfungsart	Prüfungsdauer	Unterrichtssprache
1	Food Chain Development	Wahl	*	3. Sem.	*	4 Credits	Klausur	120 min	Englisch
2	Food and Nutrition Policy	Wahl	*	3. Sem.	*	6 Credits	Klausur Präsentation, Hausarbeit	120 min	Englisch
3	Nutrition and Health	Wahl	*	3. Sem.	*	5 Credits	mündliche Prüfung	k. A.	Englisch
4	Food Safety Management	Wahl	*	3. Sem.	*	5 Credits	Klausur	120 min	Englisch
5	Sensory Analysis	Wahl	*	3. Sem.	*	3 Credits	Klausur	120 min	Englisch
6	Food Product Development	Wahl	*	3. Sem.	*	5 Credits	Klausur	120 min	Englisch
7	Food Product Science	Wahl	*	3. Sem.	*	5 Credits	Klausur	k. A.	Englisch
8	Functional Foods, Nutraceuticals and Health Promotion	Wahl	*	3. Sem.	*	5 Credits	Klausur	k. A.	Englisch
9	Nutrition Psychology and Sociology	Wahl	*	3. Sem.	*	3 Credits	Klausur	120 min	Englisch
10	Consumer Behaviour in the Food Market	Wahl	*	3. Sem.	*	4 Credits	Klausur	120 min	Englisch
11	Ecological Aspects of Food and Nutrition	Wahl	*	3. Sem.	*	6 Credits	Klausur	120 min	Englisch
12	Nutrition and Fitness	Wahl	*	3. Sem.	*	5 Credits	mündliche Prüfung	k. A.	Englisch
13	Advanced Topics in Food Policy and Management	Wahl	*	2./3. Sem.	*	5 Credits	Klausur, Seminararbeit, mdl. Prüfung, Hausarbeiten <sup>2)</sup>	k. A.	Englisch

Erläuterungen:



Sem. = Semester; SWS = Semesterwochenstunden; V = Vorlesung; Ü = Übung; Se = Seminar.

In der Spalte Prüfungsdauer ist bei schriftlichen Prüfungen die Prüfungsdauer in Minuten aufgeführt.

Aarhus University, Wageningen University and Warsaw University of Life Science: Semestersystem ist nicht kompatibel, Angaben in SWS sind nicht verfügbar.

#### Anmerkungen:

<sup>1)</sup>Empfohlenes Semester

<sup>2)</sup>Alle aufgeführten Prüfungsformen sind möglich. Näheres, insbesondere Anzahl, Umfang und Notenermittlung dieser Prüfungsleistung werden spätestens zwei Wochen vor Vorlesungsbeginn in geeigneter Weise den Studierenden verbindlich bekannt gegeben.

<sup>3)</sup>Die Lehrveranstaltungen innerhalb des Moduls können entweder in deutscher oder englischer Sprache abgehalten werden. Der Prüfende gibt den Studierenden die Unterrichtssprache spätestens zwei Wochen vor Vorlesungsbeginn in geeigneter Weise verbindlich bekannt.

<sup>4)</sup> Die Wahl des Sprachmoduls ist im Masterstudiengang Consumer Affairs auf insgesamt 6 Credits begrenzt. Das Sprachmodul wird für die Niveaus A1/1 bis B1/2 angeboten.

<sup>5)</sup>Die Wahl von Projektmodulen ist im Masterstudiengang Consumer Affairs auf insgesamt 12 Credits begrenzt.

<sup>6)</sup>Studierende, die an der Aarhus University den Kurs „Innovation Management“ belegt bzw. absolviert haben, können an der Technischen Universität München nicht den Kurs „Advanced Technology and Innovation Management“ belegen.

<sup>7)</sup>Studierende, die an der Aarhus University den Kurs „Business Ethics“ belegt bzw. absolviert haben, können an der Technischen Universität München nicht den Kurs „Human Values and Business Ethics“ belegen.

<sup>8)</sup> Studierende, die an der Technischen Universität München das Modul „Advanced Technology and Innovation Management“ belegt bzw. absolviert haben, können an der Aarhus University nicht den Kurs „Innovation Management“ belegen. Sie müssen stattdessen „Advanced Topics in Marketing I(a, b)“ oder „II“ wählen.

<sup>9)</sup>Studierende, die an der Technischen Universität München das Modul „Verbraucherrecht“ belegt bzw. absolviert haben, können an der Aarhus University nicht den Kurs „European Consumer Law“ belegen. Sie müssen stattdessen „Advanced Topics in Marketing I oder II“ wählen.

<sup>10)</sup>Studierende, die an der Technischen Universität München das Modul „Human Values and Business Ethics“ belegt bzw. absolviert haben, können an der Aarhus University nicht den Kurs „Business Ethics“ belegen. Sie müssen stattdessen „Advanced Topics in Marketing I(a, b) oder II“ wählen.

<sup>11)</sup> Studierende, die an der Technischen Universität München das Modul „Consumer Economics & Policy“ belegt bzw. absolviert haben, können an der Aarhus University nicht den Kurs „European Consumer Policy“ belegen. Sie müssen stattdessen „Advanced Topics in Marketing I(a, b)“ oder „II“ wählen.

<sup>12)</sup>Studierende, die an der Technischen Universität München das Modul „Consumer Behaviour“ bzw. „Consumer Behaviour Research Methods“ belegt bzw. absolviert haben, können an der Wageningen University nicht den Kurs „Consumer Behavior: Concepts and Research Methods“ belegen.

<sup>13)</sup>Der Kurs wird nur für Studierende angeboten, die ordentlich an der Warschau University of Life Sciences immatrikuliert sind.

### **Creditbilanz der jeweiligen Semester**

für Studierende, die das Austauschprogramm EURECA im 1. Semester an der Technischen Universität München beginnen

Semester	Credits Pflichtmodule	Credits Pflichtmodule Studienleistung	Credits Wahlpflichtmodule	Credits Wahlmodule	Credits Master's-Thesis	SWS <sup>+++</sup>	Gesamtcredits
1	24	0	6	0	0	20	30
2	0	0	30 <sup>+/0<sup>++</sup></sup>	0 <sup>+/30<sup>++</sup></sup>	0	20	30
3	0	0	30 <sup>+/0<sup>++</sup></sup>	0 <sup>+/30<sup>++</sup></sup>	0	20	30
4	0	0	0	0	30	0	30

Gesamt: 120

#### Erläuterungen:

<sup>+</sup> Bei Belegung des Semesters an der Technischen Universität München.

<sup>++</sup> Bei Belegung des Semesters an einer der Partnerhochschulen.

<sup>+++</sup> Teilweise höhere Werte.

---

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Akademischen Senats der Technischen Universität München vom 11. Juli 2012 sowie der Genehmigung durch den Präsidenten der Technischen Universität München vom 24.08.2012.

München, den 24.08.2012

Technische Universität München

Wolfgang A. Herrmann  
Präsident

Diese Satzung wurde am 24.08.2012 in der Hochschule niedergelegt; die Niederlegung wurde am 24.08.2012 durch Anschlag in der Hochschule bekannt gemacht. Tag der Bekanntmachung ist daher der 24.08.2012.