

Teil B:

Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Leadership in Industrial Sales and Technology der Hochschule Aalen (Teil MA-TB-IST-32) vom 8. Dezember 2021

Lesefassung vom 8. Dezember 2021

Auf Grund von § 8 Abs. 5 in Verbindung mit § 32 des Gesetzes über die Hochschulen in Baden-Württemberg (Landeshochschulgesetz LHG) in der Fassung vom 1. Januar 2005 (GBl. S.1), zuletzt geändert durch Artikel 1 des Gesetzes vom 17. Dezember 2020 (GBl. S. 1204), in der Fassung ab dem 1. Januar 2021, hat der Senat der Hochschule Aalen am 1. Dezember 2021 folgende Prüfungsordnung beschlossen. Mit Verfügung vom 8. Dezember 2021 hat der Rektor dieser Studien- und Prüfungsordnung (Teil MA-TB-IST-32) zugestimmt.

Inhaltsübersicht

Inhaltsübersicht	2
§ 1 Allgemeines	3
§ 2 Masterstudiengang Leadership in Industrial Sales and Technology (IST)	3
I – Präambel – Qualifikationsziele	3
II – Studienaufbau und -umfang	4
§ 3 Inkrafttreten / Übergangsregelungen.....	10

§ 1 Allgemeines

¹Für den Teil B der Studien- und Prüfungsordnung des Studiengangs Leadership in Industrial Sales and Technology „MA-TB-IST-32“ gelten die allgemeinen Regelungen Teil A „MA-TA-20-1“ in der jeweils gültigen Fassung.

§ 2 Masterstudiengang Leadership in Industrial Sales and Technology (IST)

I – Präambel – Qualifikationsziele

¹Die Absolventen und Absolventinnen des Masterstudiengangs „Leadership Industrial Sales and Technology“ (IST) sind darauf vorbereitet, vertriebs- und beratungsnahen Führungsaufgaben im Zusammenhang mit komplexen, erklärungsbedürftigen Leistungen insbesondere im internationalen technischen Vertrieb, Marketing und Service und darüber hinaus wahrzunehmen.

²Der Studiengang ist interdisziplinär ausgelegt und integriert insbesondere wirtschaftlich-technische Kompetenzbereiche. ³Neben der Verbreiterung / Vertiefung der technischen Kenntnisse werden das Verständnis und die Anwendung von Führungs- und Managementaufgaben geschult. ⁴Mit dem fächerübergreifenden Studiengang haben die Absolventen und Absolventinnen ihr Management-Know-how und die wesentlichen Soft Skills erweitert. ⁵Die Vermittlung von Führungs- und Managementkompetenzen bereitet die Studierenden auf eine erfolgreiche Leitungsposition im internationalen Umfeld vor.

⁶Typische Tätigkeitsbereiche der Absolventen und Absolventinnen sind entsprechend:

Geschäftsführung Vertrieb, Leitung Vertrieb, Sales Manager, Regional- / Gebietsleitung, Key-Account-Manager, Manager Business Development, Marketingleitung, Produktmanager/ Produktmanagerin, Channel-Manager, Service-Leitung, Sales-Engineer, Vertriebsingenieur/ Vertriebsingenieurin u. a. im Außen- bzw. Innendienst, Projektmanager/ Projektmanagerin, Projektleitung, Consultant etc. in technologie- bzw. dienstleistungsorientierten Organisationseinheiten. ⁷Aufgrund der Schnittstellenkompetenz finden Absolventen und Absolventinnen auch in den Schnittstellen- und Kooperationsbereichen wie z.B. im Einkauf Einsatz: Leitung Beschaffung, technischer Einkäufer/ technische Einkäuferin, strategischer Einkäufer/ strategische Einkäuferin, Projekteinkäufer/ Projekteinkäuferin, etc. in technologie- bzw. dienstleistungsorientierten Organisationseinheiten.

⁸Folgende Qualifikationen werden im Studiengang Leadership in Industrial Sales and Technology besonders vermittelt:

1. **Interdisziplinäres und analytisch-vorausschauendes Denken, Planen und Handeln:**

¹Absolventen und Absolventinnen können eigenständig fachspezifische Methoden und Instrumente zur Führung, Anleitung, Organisation und Motivation anwenden und weiterentwickeln. ²Sie sind in der Lage, selbstständig Entscheidungen vorzubereiten, mitzugestalten und zu vertreten und somit insbesondere schnittstellenorientiert Geschäftsbeziehungen zu Stakeholdern nachhaltig erfolgreich zu steuern.

2. **Beratendes Verhandeln, Vermarkten und Vertreiben komplexer Leistungen:**

¹Absolventen und Absolventinnen sind in der Lage, Strategien und Taktiken für den Vertrieb und das Marketing technisch anspruchsvoller Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln und zu diskutieren. ²Sie können wesentliche Methoden, Instrumente und Werkzeuge aus Vertrieb und Marketing erläutern und beurteilen und sind in der Lage, diese entsprechend im Berufsleben anzuwenden.

3. Technische und ingenieurwissenschaftliche Kenntnisse:

¹Die Studierenden sind fähig, über Technologiebereiche hinaus in Systemen zu denken und zu handeln. ²Absolventen und Absolventinnen können Prozesse der Leistungs- und Wertentwicklung untersuchen. ³Sie sind in der Lage, Produkte und Dienstleistungen lebenszyklusspezifisch zu erfassen und zu entwickeln. ⁴Sie sind fähig informationstechnische Unterstützungsmöglichkeiten und Auftrags- bzw. Projektsteuerung zu bewerten.

4. Befähigung zum wissenschaftlichen Arbeiten und zu fundierter Kommunikation:

¹Absolventen und Absolventinnen haben die Fähigkeit zum selbstständigen, eigenverantwortlichen, zielgerichteten und problemorientierten Arbeiten mittels Fallbeispielen, innovativen Projekten und Masterarbeit erworben. ²Sie sind in der Lage, technisch-wirtschaftliche Problemstellungen selbstständig zu bearbeiten, Schlussfolgerungen zu ziehen und Ergebnisse darzustellen. ³Sie können Forschungsmethoden auswählen und Forschungsergebnisse erläutern. ⁴Dabei verfügen sie über ausgeprägte, kommunikative Kompetenzen: Informationen aufzubereiten und medial unterstützt zielgruppenspezifisch – in sprachlich angepasstem Vokabular – zu kommunizieren. ⁵Sie sind in der Lage ethische wie auch gesellschaftliche Aspekte innerhalb ihrer Tätigkeit zu berücksichtigen. Sie reflektieren ihr berufliches Handeln und entwickeln somit ein berufliches Selbstbild.

5. Befähigung zum zivilgesellschaftlichen Engagement:

¹Die mit der Befähigung zum zivilgesellschaftlichen Engagement verbundenen Ziele, wie die ganzheitliche Bildung der Studierenden zu fördern, werden insbesondere durch Modul 23001 erreicht. ²Die teils seminaristische und projekthafte Arbeit in den übrigen Modulen trägt ebenfalls zur Persönlichkeitsentwicklung bei. ³Sie können neue Themengebiete erarbeiten, Informationen bewerten, praktische Schlussfolgerungen ziehen und dabei sowohl gesellschaftliche/soziale als auch ökologische und ökonomische Aspekte berücksichtigen.

II – Studienaufbau und -umfang

(1) ¹Die Fakultät Maschinenbau/Werkstofftechnik bietet einen Master of Engineering im Bereich Leadership in Industrial Sales and Technology für Bachelorstudierende an, die einen überdurchschnittlichen Abschluss erzielt haben. ²Die Zahl der Studienplätze ist begrenzt, und der Zugang wird über eine Auswahlatzung geregelt.

(2) Zugangsberechtigung

¹Es gelten für die Zulassung die Regelungen der entsprechenden Auswahlatzung.

(3) ¹Im Master-Studiengang Leadership in Industrial Sales and Technology umfasst das Regelstudium drei Semester. ²Die Dauer des gesamten Studiums beträgt einschließlich der Masterarbeit maximal sechs Semester. ³Bei Überschreiten der Maximaldauer erlischt die Zulassung zum Studium durch Ausschluss, es sei denn, die Fristüberschreitung ist vom Studierenden nicht zu vertreten. ⁴Bezüglich der Regelungen für Studierende mit einem Bachelor von unter 210 CP wird auf die Auswahlatzung verwiesen.

(4) Wahlpflichtmodule:

a) ¹Es sind zwei technische Wahlpflichtmodule (23009, 23012) von insgesamt 10 CP und ergänzend zwei wirtschaftsnahe Wahlpflichtmodule (23003, 23006) von insgesamt 10 CP zu belegen. ²Der erforderliche Gesamtumfang an Lehrveranstaltungen aus allen Wahlpflichtmodulen beträgt für den erfolgreichen Abschluss des Studiums insgesamt mind. 20 ECTS-Punkte.

b) ¹Im Wahlpflichtbereich gem. Buchstabe a) ist mindestens ein Wahlpflichtmodul (mindestens 5 CP) in englischer Sprache zu belegen.

- c) ¹Die Studierenden wählen je Wahlpflichtbereich 1 Modul, insgesamt 4 Module mit jeweils mindestens 5 CP aus. ²Darüber hinaus können auf Antrag und Genehmigung der Prüfungsamtsleitung sowohl Module aus anderen Master-Studiengängen der Hochschule als auch anderer Hochschulen gewählt werden.
- d) ¹Zu Beginn eines jeden Semesters wird vom Studiengang je Wahlpflichtbereich (Leadership and Management, Marketing and Sales, General Engineering, Advanced Engineering) eine Liste der möglichen Wahlpflichtmodule öffentlich bekannt gegeben, sowie in den entsprechenden Medien publiziert. ² Wahlpflichtleistungen aus dem Masterangebot der Hochschule Aalen oder Masterangeboten anderer Hochschulen sind von der Prüfungsamtsleitung des Studiengangs zu genehmigen und durch den Studierenden über eine manuelle Anmeldung innerhalb des Prüfungsanmeldezeitraums anzumelden. ³Eine nicht angetretene Prüfung wird als Ganzes nicht gewertet.
- e) ¹Werden mehr Wahlmodule bestanden als gefordert, so wird die beste Variante zur Berechnung der Endnote berücksichtigt. ²Auf Antrag des Studierenden kann eine geänderte Berechnung erfolgen.
- (5) ¹Abweichend zu den Regelungen zum Studium Generale des allg. Teils TA-MA-20-1 wurde im Curriculum kein separater Workload definiert, da im Regelstudienverlauf im Modul „Leading and Structuring International Sales Teams – Soft Skills“ (23001) der entsprechende Workload bereits integriert ist.
- (6) ¹Dauer und Gliederung des Studiums, Lehrveranstaltungen mit Semesterwochenstunden, Modulprüfungen, deren Gewichtung für die Notenbildung sowie die Anzahl der Credit Points ergeben sich aus nachstehender Tabelle bzw. aus dem Modulhandbuch des Studiengangs.
- (7) ¹Voraussetzung für die Anmeldung der Masterarbeit sind mindestens 45 ECTS-Punkte aus diesem Masterstudium.
- (8) ¹Die Zulassung und der Anspruch auf Teilnahme an Prüfungen erlischt, wenn der Studierende nach dem 2. Studiensemester insgesamt weniger als 45 ECTS-Punkte aus diesem Masterstudium erreicht hat.
- (9) ¹Fächer, die vom Studierenden nicht als Wahlpflichtfach angemeldet wurden, können als Zusatzfach angemeldet werden. ²Sie können auf Wunsch des Studierenden als Zusatzfächer auf dem Zeugnis vermerkt werden. ³Sie können nicht zur CP-Ermittlung eingesetzt und nicht auf die o.g. CP-Minima angerechnet werden.
- (10) ¹Die Lehrveranstaltungen werden in deutscher und/oder englischer Sprache angeboten. ²Durch das Angebot von mindestens sechs Modulen in englischer Sprache wird sichergestellt, dass mindestens 30 CP (mindestens die Hälfte der Module) in englischer Sprache belegt werden müssen.
- (11) Internationales Semester
- a) ¹Studierende haben auf Antrag die Möglichkeit, Leistungsnachweise des Lehrplansemesters im Ausland (Modulnamen: „International IST 1-6“) zu absolvieren. ²Der Antrag ist beim Prüfungsausschuss zu stellen. ³Dem Antrag ist stattzugeben, wenn die/der Studierende geeignete Nachweise führt (z. B. durch Learning Agreement oder Vertrag mit einem Forschungsinstitut), dass der Auslandsaufenthalt studienförderlich organisiert ist; dabei werden die Kompetenzziele des jeweiligen Lehrplansemesters angemessen berücksichtigt.
- b) ¹Werden im Rahmen der Module „International IST“ nicht alle vereinbarten Leistungen bestanden, so werden die mit Erfolg erbrachten Leistungen trotzdem gemäß Learning Agreement oder Vertrag mit einem Forschungsinstitut auf die entsprechenden Module des entsprechenden Lehrplansemesters angerechnet. ²Über die entsprechenden Anerkennungen entscheidet der Prüfungsausschuss aufgrund geeigneter Nachweise.
- c) ¹Werden im Rahmen des Internationalen Semesters eines oder mehrere Module „International IST“ nicht erfolgreich abgelegt, so sind die fehlenden CP durch das Absolvieren anderer Module

des jeweiligen Lehrplansemesters des Studiengangs, welche die im Ausland abgelegten Module sinnvoll ergänzen, zu erbringen.

Curriculum Leadership in Industrial Sales and Technology

Nr.	Modul / Lehrveranstaltung	Art	Studiensemester SWS			CP
			WiSe	SoSe	3. (Abschlusssemester)	
LEADERSHIP & MANAGEMENT						
23001	Leading and Structuring International Sales Teams - Soft Skills					5
23101	Leading International Sales Teams	V	2			5
23102	International Sales Structures	V	2			
23002	Business Strategy					5
23103	Business Strategy	V		4		5
23003	Wahlpflichtfach: Leadership and Management*					5
23104	Wahlpflichtfach / Elective 1 (Wahlfach aus dem Bereich Leadership and Management)	X	X			5
SALES, MARKETING & BUSINESS INTERFACING						
23004	Sales in Technology Organisations					5
23201	Sales Management	V, P	4			5
23005	Advanced Principles of Marketing					5
23202	Advanced Principles of Marketing	V		4		5
23006	Wahlpflichtfach: Marketing and Sales*					5
23203	Wahlpflichtfach / Elective 2 (Wahlfach aus dem Bereich Marketing and Sales)	X		X		5
	Summe SWS		8 + WP**	8 + WP**		
	Summe CP		10 + WP**	10 + WP**		
	Summe Prüfungen		2 + WP**	2 + WP**		

*Es können Wahlpflichtfächer aus dem Angebot des Studiengangs (Wahlliste) oder anderer Masterangebote der Hochschule Aalen oder auch anderer Hochschulen belegt werden.

**WP=Wahlpflichtfach

Nr.	Modul / Lehrveranstaltung	Art	Studiensemester SWS			CP
			WiSe	SoSe	3. (Abschluss- semester)	
GENERAL ENGINEERING						
23007	Production Technology					5
23301	Produktionstechnologie	V	4			5
23008	Digital Engineering and Technology					5
23302	Digital Technologies & Applications (DTA)	V		2		5
23303	DTA Exercises	L		2		
23009	Wahlpflichtfach: General Engineering*					5
23304	Wahlpflichtfach / Elective 3 (Wahlfach aus dem Bereich General Engineering)	X	X			5
DIGITAL & ADVANCED ENGINEERING						
23010	Data Science & Analytics					5
23401	Data Science & Analytics	V	4			5
23011	Digital Product Development					5
23402	Produktdatenmanagement (PDM)	V		2		5
23403	PDM / CAx-Labor	L		2		
23012	Wahlpflichtfach: Advanced Engineering*					5
23404	Wahlpflichtfach / Elective 4 (Wahlfach aus dem Bereich Advanced Engineering)	X		X		5
Summary						
9999	Masterthesis					30
9999	Masterthesis				X	30
9998	Kolloquium					
	Summe SWS		16 + WP**	16 + WP**		
	Summe CP		20 + WP**	20 + WP**	30	90
	Summe Prüfungen		4 + WP**	4 + WP**	MA**	

*Es können Wahlpflichtfächer aus dem Angebot des Studiengangs (Wahlliste) oder anderer Masterangebote der Hochschule Aalen oder auch anderer Hochschulen belegt werden.

**WP=Wahlpflichtfach, MA=Masterarbeit

Wählbares Internationales Semester

Leistungen innerhalb des Lehrplansemesters können entsprechend Learning Agreement oder Vertrag im Ausland nach Genehmigung durch den Prüfungsausschuss anerkannt werden.

Nr.	Modul / Lehrveranstaltung	Art	Studiensemester			CP
			SWS		3. (Abschluss- semester)	
			WiSe	SoSe		
Internationales Semester						
23040	International XX – IST1					5
23601	International XX – IST1	X	X			5
23041	International XX – IST2					5
23602	International XX – IST2	X	X			5
23042	International XX – IST3					5
23603	International XX – IST3	X	X			5
23043	International XX – IST4					5
23604	International XX – IST4	X	X			5
23044	International XX – IST5					5
23605	International XX – IST5	X	X			5
23045	International XX – IST6					5
23606	International XX – IST6	X	X			5

§ 3 Inkrafttreten / Übergangsregelungen

¹Diese Satzung tritt zum Sommersemester 2022 in Kraft.

8. Dezember 2021

Gez.

Prof. Dr. G. Schneider

Rektor