

GAZETTE

AMTLICHES MITTEILUNGSBLATT DER KÖRPERSCHAFT UND DER STIFTUNG

Hinweis: Das Inhaltsverzeichnis in jedem pdf-Dokument ist mit der jeweiligen Seite zum Thema direkt verknüpft

- [1] Neufassung der fachspezifischen Anlage 6.1 Management Studies zur Rahmenprüfungsordnung für das Masterprogramm Management & Entrepreneurship an der Graduate School der Leuphana Universität Lüneburg
- [2] Neufassung der fachspezifischen Anlage 6.2 Major Management & Business Development zur Rahmenprüfungsordnung für das Masterprogramm Management & Entrepreneurship an der Graduate School der Leuphana Universität Lüneburg
- [3] Neufassung der fachspezifischen Anlage 6.6 Major Management & Human Resources zur Rahmenprüfungsordnung für das Masterprogramm Management & Entrepreneurship an der Graduate School der Leuphana Universität Lüneburg
- [4] Neufassung der fachspezifischen Anlage 6.7 Major Management & Marketing zur Rahmenprüfungsordnung für das Masterprogramm Management & Entrepreneurship an der Graduate School der Leuphana Universität Lüneburg



1.

**Neufassung der fachspezifischen Anlage 6.1
Management Studies zur Rahmenprüfungsordnung für
das Masterprogramm Management & Entrepreneurship
an der Graduate School der Leuphana Universität
Lüneburg**

ABSCHNITT I

Fachspezifische Anlage 6.1 Management Studies zur Rahmenprüfungsordnung für das Masterprogramm Management & Entrepreneurship an der Graduate School der Leuphana Universität Lüneburg

Die Regelungen der Rahmenprüfungsordnung für die Masterprogramme an der Graduate School der Leuphana Universität Lüneburg werden wie folgt ergänzt:

Der Fakultätsrat der Fakultät Wirtschaftswissenschaften der Leuphana Universität Lüneburg hat am 13. Januar 2016 gem. § 44 Abs. 1 Satz 2 NHG folgende Neufassung der fachspezifischen Anlage 6.1 Management Studies zur Rahmenprüfungsordnung für die Masterprogramme an der Graduate School der Leuphana Universität Lüneburg vom 18. Februar 2015 (Leuphana Gazette Nr. 22/15 vom 25. Juni 2015) beschlossen. Das Präsidium hat diese Neufassung am 20. Januar 2016 gem. § 37 Abs. 1 Satz 3 Nr. 5 b NHG genehmigt.

Als verbindendes Element des Masterprogramms Management & Entrepreneurship sind die Management Studies von allen Studierenden des Masterprogramms zu absolvieren. Die Management Studies legen die Grundlagen, um Management und Unternehmertum im komplexen, dynamischen und ambivalenten Umfeld verstehen und gestalten zu können.

Zu § 3 Abs. 6, Modulübersicht Management Studies

Semester 4	Masterforum	Master-Arbeit				
Semester 3	Entrepreneurship	Major	Major	Major	Major	Komplementärstudium
Semester 2	Innovation Project	Major	Major	Major	Major	Komplementärstudium
Semester 1	Organization, Strategy and Innovation	Major	Major	Major	Major	Komplementärstudium

Module der Management Studies

Modul	Inhalt	Veranstaltungsformen (Anzahl, Art und SWS)	Art u. Anzahl der Prüfungsleistungen (gem. § 7 RPO)	CP	Kommentar
Organization, Strategy and Innovation (Organisation, Strategie und Innovation) (MS-1)	Organisationsgestaltung und ausgewählte Organisationstheorien; Theorien und Methoden des strategischen Management; Akteure, Strukturen und Prozesse im Innovationsgeschehen: Theoretische Aspekte Organizational design and selected organizational theories; theories and methods of strategic management; protagonists, structures and processes of innovation; theoretical approaches	1 Vorlesung (3 SWS)	1 Kombinierte wissenschaftliche Arbeit oder 1 Klausur (90 Min.)	5	i. d. R. englischsprachig
Innovation Project (Innovationsprojekt) (MS-2)	Akteure, Strukturen und Prozesse im Innovationsgeschehen: Entwicklung von Geschäftsideen, i. d. R. in Kooperation mit der Praxis Protagonists, structures and processes of innovation, development of business ideas/concepts generally in cooperation with practical issues	1 Projekt (3 SWS)	1 Kombinierte wissenschaftliche Arbeit oder 1 Schriftliche wissenschaftliche Arbeit	5	Deutsch/ Englisch



Modul	Inhalt	Veranstaltungsformen (Anzahl, Art und SWS)	Art u. Anzahl der Prüfungsleistungen (gem. § 7 RPO)	CP	Kommentar
Entrepreneurship (Entrepreneurship) (MS-3)	<p>Theorie und Empirie der Identifikation und Exploitation unternehmerischer Chancen entlang des ‚entrepreneurial process‘ (forschungsorientierte Einführung); in der Übung Fokus auf Gründungsplanungsphase und Business Plan</p> <p>Theory and empiricism of the identification and exploitation of entrepreneurial opportunities following the ‚entrepreneurial process‘ (research-oriented introduction); in the exercise focus on the theory of foundation planning and business plan</p>	<p>1 Vorlesung (1 SWS) 1 Übung (2 SWS)</p>	<p>1 Kombinierte wissenschaftliche Arbeit <i>oder</i> 1 Klausur (90 Min.)</p>	5	

ABSCHNITT II

Inkrafttreten

Diese Neufassung der fachspezifischen Anlage tritt nach ihrer Genehmigung durch das Präsidium der Leuphana Universität Lüneburg am Tag nach der Veröffentlichung im amtlichen Mitteilungsblatt der Leuphana Universität Lüneburg zum 01. Oktober 2016 in Kraft. Gleichzeitig tritt die fachspezifische Anlage Nr. 6.1 Management Studies vom 03. Dezember 2014 (Leuphana Gazette Nr. 6/15 vom 06. Mai 2015) außer Kraft.

Übergangsregelung für Studierende, die vor dem Wintersemester 2016/17 ihr Studium an der Leuphana Graduate School aufgenommen haben

Für Studierende, die vor dem Wintersemester 2016/17 ihr Studium an der Leuphana Graduate School aufgenommen haben, gelten bis zum 30. September 2018 die in der untenstehenden Anlage aufgeführten Module als äquivalent.

Anlage Äquivalenzmodule zur fachspezifischen Anlage 6.1 Management Studies zur Rahmenprüfungsordnung für das Masterprogramm Management & Entrepreneurship an der Graduate School der Leuphana Universität Lüneburg

Module gem. fachspezifischer Anlage 6.1 für die Management Studies vom 03. Dezember 2014 (Leuphana Gazette 6/15 vom 06. Mai 2015)	Äquivalenzmodule ab dem Wintersemester 2016/17
Theorien des Managements	Organization, Strategy and Innovation
Innovationsmanagement	Innovation Project



2. Neufassung der fachspezifischen Anlage 6.2 Major Management & Business Development zur Rahmenprüfungsordnung für das Masterprogramm Management & Entrepreneurship an der Graduate School der Leuphana Universität Lüneburg

Der Fakultätsrat der Fakultät Wirtschaftswissenschaften der Leuphana Universität Lüneburg hat am 13. Januar 2016 gem. § 44 Abs. 1 Satz 2 NHG folgende Neufassung der fachspezifischen Anlage 6.2 Management & Business Development zur Rahmenprüfungsordnung für die Masterprogramme an der Graduate School der Leuphana Universität Lüneburg vom 18. Februar 2015

(Leuphana Gazette Nr. 22/15 vom 25. Juni 2015) beschlossen. Das Präsidium hat diese Neufassung am 20. Januar 2016 gem. § 37 Abs. 1 Satz 3 Nr. 5 b NHG genehmigt.

ABSCHNITT I

Fachspezifische Anlage 6.2 Major Management & Business Development zur Rahmenprüfungsordnung für das Masterprogramm Management & Entrepreneurship an der Graduate School der Leuphana Universität Lüneburg

Die Regelungen der Rahmenprüfungsordnung für die Masterprogramme an der Graduate School der Leuphana Universität Lüneburg werden wie folgt ergänzt:

Zu § 3 Abs. 6, Näheres zum Aufbau und zum Inhalt des Major: Modulübersicht Major Management & Business Development

(vgl. hierzu auch die fachspezifische Anlage 6.1 Management Studies sowie die fachspezifische Anlage 8 Komplementärstudium)

Semester 4	Masterforum	Master-Arbeit				
Semester 3	Management Studies	Managing Stakeholder Relations	Wahlmodul	Wahlmodul	Wahlmodul	Komplementärstudium
Semester 2	Management Studies	Strategic Management	Networks & Alliances	Organisationsberatung	Lehrforschungsprojekt	Komplementärstudium
Semester 1	Management Studies	Research Methods	Business Venturing	Management of Change	Kommunikation im organisatorischen Wandel	Komplementärstudium

Im 1. Semester sind folgende vier Pflichtmodule zu belegen:

- Kommunikation im organisatorischen Wandel
- Business Venturing
- Management of Change
- Research Methods

- Organisations- und Unternehmenstheorie
- Supply Chain Management
- International Technology Management
- Business Development Forschung

Im 2. Semester sind folgende vier Pflichtmodule zu absolvieren:

- Strategic Management
- Lehrforschungsprojekt
- Networks & Alliances
- Organisationsberatung

Alternativ können maximal zwei Wahlmodule aus anderen Major des Masterprogramms Management & Entrepreneurship absolviert werden.

Zu § 5, Festlegung des Akademischen Grades

Master of Science

Zu § 7 Abs. 1, Prüfungsleistung im Masterforum (Kolloquium)

Die im Masterforum (Kolloquium) des Major Management & Business Development zu erbringende Prüfungsleistung ist unbenotet und daher mit „bestanden“ oder „nicht bestanden“ zu bewerten.

Im 3. Semester ist ein Pflichtmodul zu absolvieren:

- Managing Stakeholder Relations

Zu § 8 Abs. 1, Bearbeitungszeit der Master-Arbeit

Die Bearbeitungszeit der Master-Arbeit beträgt zwanzig Wochen.

Darüber hinaus sind im 3. Semester drei Wahlmodule zu absolvieren. Hierzu werden aus folgendem Katalog jeweils mind. 3 Wahlmodule angeboten:



Zu § 8 Abs. 8, Mündliche Prüfung

Es wird keine mündliche Prüfung ergänzend zur Master-Arbeit durchgeführt.

Module des 1. Semesters im Major Management & Business Development

Modul	Inhalt	Veranstaltungsformen (Anzahl, Art und SWS)	Art u. Anzahl der Prüfungsleistungen (gem. § 7 RPO)	CP	Kommentar
Pflichtmodule					
Business Venturing (Business Venturing) (Ma-BD-2)	Theoretische Perspektiven und Modelle des unternehmerischen Prozesses und Gründungsmanagements Theoretical perspectives and models of the entrepreneurial process and start-up management	1 Vorlesung (2 SWS)	1 Klausur (90 Min.)	5	
Management of Change (Management von Wandel) (Ma-BD-3)	Beschreibungs- und Erklärungsansätze von Wandel; Bedeutung von Wandel Different approaches to explain and describe change and its relevance	1 Vorlesung (2 SWS) <i>oder</i> 1 Seminar (2 SWS)	1 Klausur (90 Min.) <i>oder</i> 1 Kombinierte wissenschaftliche Arbeit	5	i. d. R. englischsprachig
Research Methods (Research Methods) (Ma-ME-1)	Vermittlung von Kenntnissen und Fähigkeiten im Bereich der Forschungsmethoden, insbesondere, um eigenständiges Forschen in der jeweiligen Themenausrichtung zu ermöglichen Focusing on knowledge and skills concerning research methods, especially to enable own research in the respective subject area	1 Vorlesung (2 SWS) 1 Übung (1 SWS)	1 Kombinierte wissenschaftliche Arbeit <i>oder</i> 1 Klausur (90 Min.)	5	
Kommunikation im organisatorischen Wandel (Communication for Organizational Change) (Ma-BD-4)	Vertiefte Beschäftigung mit Theorien und Gestaltungsansätzen der Kommunikation von fundamentalen Veränderungsprozessen In-depth study of theories and approaches of communication with respect to fundamental change processes	1 Vorlesung (2 SWS) <i>oder</i> 1 Seminar (2 SWS)	1 Klausur (90 Min.) <i>oder</i> 1 Kombinierte wissenschaftliche Arbeit	5	

Module des 2. Semesters im Major Management & Business Development

Modul	Inhalt	Veranstaltungsformen (Anzahl, Art und SWS)	Art u. Anzahl der Prüfungsleistungen (gem. § 7 RPO)	CP	Kommentar
Pflichtmodule					
Strategic Management (Strategisches Management) (Ma-ME-2)	Theorien, Methoden und Anwendungskontexte des strategischen Managements Theories, methods and application contexts of strategic management	1 Vorlesung (2 SWS) 1 Übung (1 SWS)	1 Klausur (90 Min.) <i>oder</i> 1 Kombinierte wissenschaftliche Arbeit	5	i. d. R. englischsprachig
Lehrforschungsprojekt (Research Project) (Ma-BD-6)	Verfolgung einer Forschungsfrage oder einer Fragestellung aus der Praxis unter Anleitung. Das Lehrforschungsprojekt ist inhaltlich mit dem Major verbunden. Students will elaborate on a research question or a question from the field of practice under guided instruction. The research project is linked in terms of content to the major subject	1 Seminar (2 SWS)	1 Schriftliche wissenschaftliche Arbeit <i>oder</i> 1 Kombinierte wissenschaftliche Arbeit	5	


Fortsetzung Module des 2. Semesters im Major Management & Business Development

Modul	Inhalt	Veranstaltungsformen (Anzahl, Art und SWS)	Art u. Anzahl der Prüfungsleistungen (gem. § 7 RPO)	CP	Kommentar
Pflichtmodule					
Organisationsberatung (Organizational Consulting) (Ma-BD-7a)	Vertiefte Beschäftigung entweder mit Gestaltungsansätzen von tiefgreifendem Unternehmenswandel oder mit Theorie und Politik der Beratung von Unternehmensgründungen und jungen Unternehmen In-depth study of either approaches to shape fundamental corporate change or of theory and politics with regard to consulting start-ups and young enterprises	1 Seminar (2 SWS)	1 Kombinierte wissenschaftliche Arbeit <i>oder</i> 1 Schriftliche wissenschaftliche Arbeit	5	
Networks & Alliances (Networks & Alliances) (Ma-BD-9a)	Theorien und empirische Befunde zur Erklärung und Gestaltung von strategischen Allianzen und Netzwerken Theories and empirical findings for the purpose of explaining and shaping strategic alliances and networks	1 Vorlesung (2 SWS) <i>oder</i> 1 Seminar (2 SWS)	1 Klausur (90 Min.) <i>oder</i> 1 Kombinierte wissenschaftliche Arbeit	5	

Module des 3. Semesters im Major Management & Business Development

Modul	Inhalt	Veranstaltungsformen (Anzahl, Art und SWS)	Art u. Anzahl der Prüfungsleistungen (gem. § 7 RPO)	CP	Kommentar
Pflichtmodule					
Managing Stakeholder Relations (Managing Stakeholder Relations) (Ma-ME-3)	Vertiefte Analyse von Prozessen und Gestaltungsansätzen von strategischen Stakeholder-Beziehungen In-depth analysis of processes and approaches of strategic stakeholder relations	1 Vorlesung (2 SWS) 1 Übung (1 SWS)	1 Kombinierte wissenschaftliche Arbeit <i>oder</i> 1 Klausur (90 Min.)	5	
Wahlmodule					
Organisations- und Unternehmens- theorie (Organization Theory and Theory of the Firm) (Ma-BD-1)	Unterschiedliche Organisations- und Unternehmens- theorien zur Erklärung, Gestaltung unternehmerischer Phänomene Different organizational and entrepreneurial theories to explain and shape entrepreneurial processes	1 Vorlesung (2 SWS) <i>oder</i> 1 Seminar (2 SWS)	1 Klausur (90 Min.) <i>oder</i> 1 Kombinierte wissenschaftliche Arbeit	5	i. d. R. englisch- sprachig
Supply Chain Management (Supply Chain Management) (Ma-BD-9b)	Transfer- und Transformationsprozesse zur Gestaltung von Zulieferer- und Abnehmerbeziehungen Transfer and transformation processes in shaping buyer-supplier relationships	1 Vorlesung (2 SWS) <i>oder</i> 1 Seminar (2 SWS)	1 Klausur (90 Min.) <i>oder</i> 1 Kombinierte wissenschaftliche Arbeit	5	
International Technology Management (Internationales Technologie- Management) (Ma-BD-9c)	Kernkompetenzen des Technologiemanagements zur Einbettung technologischer Entwicklungen in das jeweilige Umfeld Core competencies in technology management for the embedding of technological developments in a given environment	1 Seminar (2 SWS)	1 Klausur (90 Min.) <i>oder</i> 1 Kombinierte wissenschaftliche Arbeit	5	i. d. R. englisch- sprachig

**Fortsetzung Module des 3. Semesters im Major Management & Business Development**

Modul	Inhalt	Veranstaltungsformen (Anzahl, Art und SWS)	Art u. Anzahl der Prüfungsleistungen (gem. § 7 RPO)	CP	Kommentar
Wahlmodule					
Business Development Forschung (Research in Business Development) (Ma-BD-9d)	Aktuelle Ansätze und Befunde der Business Development Forschung Current approaches and results of business development research	1 Seminar (2 SWS)	1 Schriftliche wissenschaftliche Arbeit oder 1 Kombinierte wissenschaftliche Arbeit	5	

Module des 4. Semesters im Major Management & Business Development

Modul	Inhalt	Veranstaltungsformen (Anzahl, Art und SWS)	Art u. Anzahl der Prüfungsleistungen (gem. § 7 RPO)	CP	Kommentar
Pflichtmodule					
Masterforum (Masterforum) (Ma-BD-10)	Bericht und Diskussion zum Arbeitsstand der Master-Arbeit Report and discussion on the Master's Thesis	1 Kolloquium (1 SWS)	1 Kombinierte wissenschaftliche Arbeit (bestanden/nicht bestanden)	5	
Master-Arbeit (Master's Thesis) (Ma-BD-11)	Master-Arbeit: Individuelle Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeit durch die Studierenden. Master's Thesis: composing a scientific final thesis	keine Veranstaltung	1 Master-Arbeit	25	

ABSCHNITT II**Inkrafttreten**

Diese Neufassung der fachspezifischen Anlage tritt am Tag nach ihrer Genehmigung durch das Präsidium der Leuphana Universität Lüneburg nach der Veröffentlichung im amtlichen Mitteilungsblatt der Leuphana Universität Lüneburg zum 01. Oktober 2016 in Kraft. Gleichzeitig tritt die fachspezifische Anlage Nr. 6.2 Management & Business Development vom 03. Dezember 2014 (Leuphana Gazette Nr. 6/15 vom 06. Mai 2015) außer Kraft.

Übergangsregelung für Studierende, die vor dem Wintersemester 2016/17 ihr Studium an der Leuphana Graduate School aufgenommen haben

Für Studierende, die vor dem Wintersemester 2016/17 ihr Studium an der Leuphana Graduate School aufgenommen haben, gelten bis zum 30. September 2018 die in der untenstehenden Anlage aufgeführten Module als äquivalent.

Zu § 5 RPO, Festlegung des Akademischen Grades

Studierende, die vor dem Wintersemester 2016/17 ihr Studium an der Leuphana Graduate School aufgenommen haben, erreichen bei erfolgreichem Studienabschluss den Akademischen Grad Master of Arts (M. A.).



Anlage Äquivalenzmodule zur fachspezifischen Anlage 6.2 Major Management & Business Development zur Rahmenprüfungsordnung für das Masterprogramm Management & Entrepreneurship an der Graduate School der Leuphana Universität Lüneburg

Module gem. fachspezifischer Anlage 6.2 für den Major Management & Business Development vom 03. Dezember 2014 (Leuphana Gazette 6/15 vom 06. Mai 2015)	Äquivalenzmodule ab dem Wintersemester 2016/17
Gründungsmanagement	Business Venturing
Management of Change: Theoretical Foundations	Management of Change
Methoden der BWL	Research Methods
Organisationsentwicklung	Organisationsberatung
Gründungsberatung	Organisationsberatung
Alliances and Mergers & Acquisitions	Networks & Alliances



3. Neufassung der fachspezifischen Anlage 6.6 Major Management & Human Resources für das Masterprogramm Management & Entrepreneurship an der Graduate School der Leuphana Universität Lüneburg

Der Fakultätsrat der Fakultät Wirtschaftswissenschaften der Leuphana Universität Lüneburg hat am 13. Januar 2016 gem. § 44 Abs. 1 Satz 2 NHG folgende Neufassung der fachspezifischen Anlage 6.6 Management & Human Resources zur Rahmenprüfungsordnung für die Masterprogramme an der Graduate School der Leuphana Universität Lüneburg vom 18. Februar 2015

(Leuphana Gazette Nr. 22/15 vom 25. Juni 2015) beschlossen. Das Präsidium hat diese Neufassung am 20. Januar 2016 gem. § 37 Abs. 1 Satz 3 Nr. 5 b NHG genehmigt.

ABSCHNITT I

Fachspezifische Anlage 6.6 Major Management & Human Resources zur Rahmenprüfungsordnung für das Masterprogramm Management & Entrepreneurship an der Graduate School der Leuphana Universität Lüneburg

Die Regelungen der Rahmenprüfungsordnung für die Masterprogramme an der Graduate School der Leuphana Universität Lüneburg werden wie folgt ergänzt:

Zu § 3 Abs. 6, Näheres zum Aufbau und zum Inhalt des Major: Modulübersicht Major Management & Human Resources

(vgl. hierzu auch die fachspezifische Anlage 6.1 Management Studies sowie die fachspezifische Anlage 8 Komplementärstudium)

Semester 4	Masterforum	Master-Arbeit				
Semester 3	Management Studies	Managing Stakeholder Relations	Wahlmodul	Wahlmodul	Wahlmodul	Komplementärstudium
Semester 2	Management Studies	Strategic Management	Compensation and Benefit Management	Global Leadership and International Human Resource Management	Lehrforschungsprojekt	Komplementärstudium
Semester 1	Management Studies	Research Methods	Kernkompetenzen: Arbeitsrecht (inkl. Internationales Arbeitsrecht)	Kompetenzmanagement und seine HR-Anwendungsfelder	Gestaltung von Aufgaben des Personalmanagements	Komplementärstudium

Im 1. Semester sind folgende vier Pflichtmodule zu absolvieren:

- Kernkompetenzen: Arbeitsrecht (inkl. Internationales Arbeitsrecht)
- Kompetenzmanagement und seine HR-Anwendungsfelder
- Gestaltung von Aufgaben des Personalmanagements
- Research Methods

Im 2. Semester sind folgende vier Pflichtmodule zu absolvieren:

- Global Leadership and International Human Resource Management
- Compensation and Benefit Management
- Strategic Management
- Lehrforschungsprojekt

Im 3. Semester ist ein Pflichtmodul zu absolvieren:

- Managing Stakeholder Relations

Darüber hinaus sind im 3. Semester drei Wahlmodule zu absolvieren. Hierzu werden aus folgendem Katalog jeweils mind. 3 Wahlmodule angeboten:

- Change Management
- Leadership Development
- International Aspects of HR-Management
- HR als Business-Partner_in: Die ökonomische Perspektive
- HR-Management im Kontext aktueller Herausforderungen

Alternativ können maximal zwei Wahlmodule aus anderen Major des Masterprogramms Management & Entrepreneurship absolviert werden.

Zu § 5, Festlegung des Akademischen Grades

Master of Science



Zu § 7 Abs. 1, Prüfungsleistung im Masterforum (Kolloquium)

Die im Masterforum (Kolloquium) des Major Management & Human Resources zu erbringende Prüfungsleistung ist unbenotet und daher mit „bestanden“ oder „nicht bestanden“ zu bewerten.

Zu § 8 Abs. 1, Bearbeitungszeit der Master-Arbeit

Die Bearbeitungszeit der Master-Arbeit beträgt zwanzig Wochen.

Zu § 8 Abs. 8, Mündliche Prüfung

Es wird keine mündliche Prüfung ergänzend zur Master-Arbeit durchgeführt.

Module des 1. Semesters im Major Management & Human Resources

Modul	Inhalt	Veranstaltungsformen (Anzahl, Art und SWS)	Art u. Anzahl der Prüfungsleistungen (gem. § 7 RPO)	CP	Kommentar
Pflichtmodule					
Kernkompetenzen: Arbeitsrecht (inkl. Internationales Arbeitsrecht) (Core Competencies: Labour Law (including International Labour Law)) (Ma-HR-1)	Aufgaben, Bedeutung und Grenzen des nationalen und europäischen Arbeitsrechts im Management von Unternehmen, insbesondere für den Personalbereich Functions, relevance, and limits of national and European labor law in business management, in particular with respect to human resources management	1 Vorlesung (4 SWS)	1 Klausur (60 Min.) <i>oder</i> 1 Schriftliche wissenschaftliche Arbeit	5	
Kompetenzmanagement und seine HR-Anwendungsfelder (Competency Management and HR-fields of application) (Ma-HR-2)	Aufbauend auf ein strategisch orientiertes Kompetenzmanagement und ein damit verbundenes HR-Rollen- und Aufgabenprofil werden Anwendungsfelder wie die psychologische Eignungsdiagnostik und Personalauswahl vertieft On the basis of a strategically oriented management of competences and a thereby connected profile of HR-roles and HR-work, different application contexts like psychological diagnostics and personnel selection are treated in depth	1 Vorlesung (3 SWS) 1 Übung (1 SWS) <i>oder</i> 1 Seminar (3 SWS) 1 Übung (1 SWS)	1 Kombinierte wissenschaftliche Arbeit <i>oder</i> 1 Klausur (60 Min.)	5	
Gestaltung von Aufgaben des Personalmanagements (Designing HR-Management Tasks) (Ma-HR-5)	Vertiefung bzgl. spezifischer Kernaufgaben des HR-Managements wie z. B. Führungspsychologie oder Training and Development; Personalentwicklung In-depth study of specific tasks of HR-Managements, e. g. leadership psychology or training and development, human resource development	1 Seminar (3 SWS)	1 Kombinierte wissenschaftliche Arbeit <i>oder</i> 1 Schriftliche wissenschaftliche Arbeit	5	
Research Methods (Research Methods) (Ma-ME -1)	Vermittlung von Kenntnissen und Fähigkeiten im Bereich der Forschungsmethoden, insbesondere, um eigenständiges Forschen in der jeweiligen Themenausrichtung zu ermöglichen Focusing on knowledge and skills concerning research methods, especially to enable own research in the respective subject area	1 Vorlesung (2 SWS) 1 Übung (1 SWS)	1 Kombinierte wissenschaftliche Arbeit <i>oder</i> 1 Klausur (90 Min.)	5	



Module des 2. Semesters im Major Management & Human Resources

Modul	Inhalt	Veranstaltungsformen (Anzahl, Art und SWS)	Art u. Anzahl der Prüfungsleistungen (gem. § 7 RPO)	CP	Kommentar
Pflichtmodule					
Compensation and Benefit Management (Compensation and Benefit Management) (Ma-HR-6)	Spezifische Fragestellungen des Vergütungs- und Anreizmanagement: Vertiefung bzgl. Theorie sowie praktischer Gestaltung und Umsetzung Specific questions of compensation and benefit management: in-depth study of theory as well as practical design and implementation	1 Vorlesung (3 SWS)	1 Schriftliche wissenschaftliche Arbeit <i>oder</i> 1 Klausur (60 Min.)	5	
Strategic Management (Strategisches Management) (Ma-ME-2)	Theorien, Methoden und Anwendungskontexte des strategischen Managements Theories, methods and application contexts of strategic management	1 Vorlesung (2 SWS) 1 Übung (1 SWS)	1 Klausur (90 Min.) <i>oder</i> 1 Kombinierte wissenschaftliche Arbeit	5	i. d. R. englischsprachig
Global Leadership and International Human Resource Management (Global Leadership and International Human Resource Management) (Ma-HR-4)	Vertiefung zu spezifischen Fragestellungen der Globalen Führung und des internationalen HR-Managements wie z. B. Global Leadership , Global Talentmanagement, Strategic International HRM, Cross-Border M&A, Organisational Behavior and Cross-Cultural Differences, Labor Relations, Training and Development, Repatriation and Compensation In-depth study of specific questions of global leadership and international HR-Management, e. g. Global Leadership, Global Talent Management, Strategic International HRM, Cross Border M&A, Organizational Behavior and Cross-Cultural Differences, Labor Relations, Training and Development, Repatriation and Compensation	1 Vorlesung (1 SWS) 1 Seminar (2 SWS)	1 Schriftliche wissenschaftliche Arbeit <i>oder</i> 1 Kombinierte wissenschaftliche Arbeit	5	i. d. R. englischsprachig
Lehrforschungsprojekt (Research Project) (Ma-HR-7)	Die Studierenden verfolgen unter Anleitung eine Forschungsfrage oder eine Fragestellung der Praxis. The students will elaborate on a research question or a question from the field of practice under guided instruction	1 Seminar (2 SWS)	1 Schriftliche wissenschaftliche Arbeit <i>oder</i> 1 Kombinierte wissenschaftliche Arbeit	5	

Module des 3. Semesters im Major Management & Human Resources

Modul	Inhalt	Veranstaltungsformen (Anzahl, Art und SWS)	Art u. Anzahl der Prüfungsleistungen (gem. § 7 RPO)	CP	Kommentar
Pflichtmodule					
Managing Stakeholder Relations (Managing Stakeholder Relations) (Ma-ME-3)	Vertiefte Analyse von Prozessen und Gestaltungsansätzen von strategischen Stakeholder-Beziehungen In-depth analysis of processes and approaches of strategic stakeholder relations	1 Vorlesung (2 SWS) 1 Übung (1 SWS)	1 Kombinierte wissenschaftliche Arbeit <i>oder</i> 1 Klausur (90 Min.)	5	


Fortsetzung Module des 3. Semesters im Major Management & Human Resources

Modul	Inhalt	Veranstaltungsformen (Anzahl, Art und SWS)	Art u. Anzahl der Prüfungsleistungen (gem. § 7 RPO)	CP	Kommentar
Wahlmodule					
Change Management (Change Management) (Ma-HR-9)	Konzepte zur systematischen Gestaltung von Veränderungsprozessen; Risiken und Erfolgsfaktoren von tief greifenden Veränderungsprozessen; Gestaltung von Changeprozessen aus verschiedenen Perspektiven, z. B. psychologisch, rechtlich, betriebswirtschaftlich Concepts to systematically shape processes of change; risks and success factors of fundamental processes of change; shaping processes of change from different perspectives, e. g. from a psychological, legal or business economics perspective	1 Seminar (2 SWS)	1 Kombinierte wissenschaftliche Arbeit <i>oder</i> 1 Klausur (60 Min.)	5	
Leadership Development (Leadership Development) (Ma-HR-15)	Interventionen im Coaching zu den Themenfeldern: Wertorientierte Kommunikation in Coaching, Wertschätzung und Selbstwert, Wahrnehmung und Selbstwahrnehmung, Wirksamkeit und Selbstwirksamkeit; Rolle Coach Coachee, Erwartungen und Zielsetzungen, Erfolgsfaktoren im Coaching, Interventionsmethoden im Coaching Intervening in Coaching concerning the following subject areas: value-oriented communication in coaching, esteem and self-esteem, awareness and self-awareness, effectivity and self-effectivity, role perceptions coach-coachee, expectations and aims, factors of success in coaching, methods for intervening via coaching	1 Seminar (2 SWS)	1 Schriftliche wissenschaftliche Arbeit <i>oder</i> 1 Kombinierte wissenschaftliche Arbeit	5	i. d. R. englischsprachig
International Aspects of HR-Management (Internationale Aspekte des HR-Managements) (Ma-HR-10)	Vertiefende Bearbeitung ausgewählter internationaler Aspekte des HR-Managements In-depth study of selected international aspects of human resource management	1 Seminar (2 SWS)	1 Schriftliche wissenschaftliche Arbeit <i>oder</i> 1 Kombinierte wissenschaftliche Arbeit	5	i. d. R. englischsprachig
HR als Business-Partner_in: Die ökonomische Perspektive (Business Partner HR: The Economic Perspective) (Ma-HR-11)	Grundlagen der betriebswirtschaftlichen Steuerung der Personalarbeit sowie Analyse spezifischer Problemfelder und Lösungsansätze Fundamentals of business economics control of human resource management, as well as analysis of specific problem areas and approaches to problem-solving	1 Seminar (2 SWS)	1 Kombinierte wissenschaftliche Arbeit <i>oder</i> 1 Klausur (60 Min.)	5	
HR-Management im Kontext aktueller Herausforderungen (Current Challenges in HR-Management) (Ma-HR-12)	Exemplarische, vertiefende Bearbeitung aktueller Fragestellungen des HR-Managements Exemplary in-depth study of current issues in human resource management	1 Seminar (2 SWS)	1 Schriftliche wissenschaftliche Arbeit <i>oder</i> 1 Kombinierte wissenschaftliche Arbeit	5	


Module des 4. Semesters im Major Management & Human Resources

Modul	Inhalt	Veranstaltungsformen (Anzahl, Art und SWS)	Art u. Anzahl der Prüfungsleistungen (gem. § 7 RPO)	CP	Kommentar
Pflichtmodule					
Masterforum (Masterforum) (Ma-HR-13)	Die Studierenden berichten zum Arbeitsstand ihrer Master-Arbeit und stellen diesen zur Diskussion. Report and discussion on the Master's Thesis	1 Kolloquium (1 SWS)	1 Kombinierte wissenschaftliche Arbeit (bestanden/nicht bestanden)	5	
Master-Arbeit (Master's Thesis) (Ma-HR-14)	Master-Arbeit: Individuelle Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeit durch die Studierenden. Master's Thesis: composing a scientific final thesis	keine Veranstaltung	1 Master-Arbeit	25	

ABSCHNITT II
Inkrafttreten

Diese Neufassung der fachspezifischen Anlage tritt nach ihrer Genehmigung durch das Präsidium der Leuphana Universität Lüneburg am Tag nach der Veröffentlichung im amtlichen Mitteilungsblatt der Leuphana Universität Lüneburg zum 01. Oktober 2016 in Kraft. Gleichzeitig tritt die fachspezifische Anlage Nr. 6.6 Management & Human Resources vom 03. Dezember 2014 (Leuphana Gazette Nr. 6/15 vom 06. Mai 2015) außer Kraft.

Übergangsregelung für Studierende, die vor dem Wintersemester 2016/17 ihr Studium an der Leuphana Graduate School aufgenommen haben

Für Studierende, die vor dem Wintersemester 2016/17 ihr Studium an der Leuphana Graduate School aufgenommen haben, gelten bis zum 30. September 2018 die in der untenstehenden Anlage aufgeführten Module als äquivalent.

Zu § 5 RPO, Festlegung des Akademischen Grades

Studierende, die vor dem Wintersemester 2016/17 ihr Studium an der Leuphana Graduate School aufgenommen haben, erreichen bei erfolgreichem Studienabschluss den Akademischen Grad Master of Arts (M. A.).

Anlage Äquivalenzmodule zur fachspezifischen Anlage 6.6 Major Management & Human Resources zur Rahmenprüfungsordnung für das Masterprogramm Management & Entrepreneurship an der Graduate School der Leuphana Universität Lüneburg

Module gem. fachspezifischer Anlage 6.6 für den Major Management & Human Resources vom 03. Dezember 2014 (Leuphana Gazette 6/15 vom 6. Mai 2015)	Äquivalenzmodule ab dem Wintersemester 2016/17
Kernkompetenzen: Funktionen des Human Resource Managements	Kompetenzmanagement und seine HR-Anwendungsfelder
Forschungsmethoden für das HR-Management	Research Methods
International Human Resource-Management	Global Leadership and International Human Resource Management
Rechtsgestaltung im Personalmanagement	Compensation and Benefit Management
Strategie und Personalmanagement – HR als Businesspartner_in	Strategic Management
HR-Management als Change Management	Change Management



4. Neufassung der fachspezifischen Anlage 6.7 Major Management & Marketing zur Rahmenprüfungsordnung für das Masterprogramm Management & Entrepreneurship an der Graduate School der Leuphana Universität Lüneburg

Der Fakultätsrat der Fakultät Wirtschaftswissenschaften der Leuphana Universität Lüneburg hat am 13. Januar 2016 gem. § 44 Abs. 1 Satz 2 NHG folgende Neufassung der fachspezifischen Anlage 6.7 Management & Marketing zur Rahmenprüfungsordnung für die Masterprogramme an der Graduate School der Leuphana Universität Lüneburg vom 18. Februar 2015 (Leuphana Gazette

Nr. 22/15 vom 25. Juni 2015) beschlossen. Das Präsidium hat diese Neufassung am 20. Januar 2016 gem. § 37 Abs. 1 Satz 3 Nr. 5 b NHG genehmigt.

ABSCHNITT I

Fachspezifische Anlage 6.7 Major Management & Marketing zur Rahmenprüfungsordnung für das Masterprogramm Management & Entrepreneurship an der Graduate School der Leuphana Universität Lüneburg

Die Regelungen der Rahmenprüfungsordnung für die Masterprogramme an der Graduate School der Leuphana Universität Lüneburg werden wie folgt ergänzt:

Zu § 3 Abs. 6, Näheres zum Aufbau und zum Inhalt des Majors: Modulübersicht Major Management & Marketing

(vgl. hierzu auch die fachspezifische Anlage 6.1 Management Studies sowie die fachspezifische Anlage 8 Komplementärstudium)

Semester 4	Masterforum	Master-Arbeit				
Semester 3	Management Studies	Managing Stakeholder Relations	Wahlmodul	Wahlmodul	Wahlmodul	Komplementärstudium
Semester 2	Management Studies	Strategic Management	Werbepsychologie und Konsumentenverhalten	Methoden der Qualitativen Marktforschung	Lehrforschungsprojekt	Komplementärstudium
Semester 1	Management Studies	Research Methods	Vertriebsmanagement	Kognitionspsychologie	Wahlmodul	Komplementärstudium

Im **1. Semester** sind drei Pflichtmodule zu absolvieren:

- Vertriebsmanagement
- Research Methods
- Kognitionspsychologie

Darüber hinaus werden im 1. Semester Wahlmodule aus dem folgenden Katalog angeboten, von denen eines zu absolvieren ist:

- Sensorik
- Behavioral Decision Making

Im **2. Semester** sind folgende vier Pflichtmodule zu absolvieren:

- Strategic Management
- Werbepsychologie und Konsumentenverhalten
- Methoden der Qualitativen Marktforschung
- Lehrforschungsprojekt

Die Studierenden haben im **3. Semester** ein Pflichtmodul zu absolvieren:

- Managing Stakeholder Relations

Darüber hinaus haben die Studierenden im 3. Semester insgesamt drei Wahlmodule zu absolvieren. Hierzu werden aus folgendem Katalog jeweils mind. 3 Wahlmodule angeboten:

- Customer Relationship Management
- International Marketing
- Markenmanagement
- Usability
- Marketingorganisation der Zukunft
- Aktuelle Forschungsthemen

Alternativ können maximal zwei der insgesamt drei Wahlmodule aus einem anderen Major des Masterprogramms Management & Entrepreneurship absolviert werden.

Zu § 5, Festlegung des Akademischen Grades Master of Science



Zu § 7 Abs. 1, Prüfungsleistung im Masterforum (Kolloquium)

Die im Masterforum (Kolloquium) des Major Management & Marketing zu erbringende Prüfungsleistung ist unbenotet und daher mit „bestanden“ oder „nicht bestanden“ zu bewerten.

Zu § 8 Abs. 1, Bearbeitungszeit der Master-Arbeit

Die Bearbeitungszeit der Master-Arbeit beträgt zwanzig Wochen.

Zu § 8 Abs. 8, Mündliche Prüfung

Es wird keine mündliche Prüfung ergänzend zur Master-Arbeit durchgeführt.

Module des 1. Semesters im Major Management & Marketing

Modul	Inhalt	Veranstaltungsformen (Anzahl, Art und SWS)	Art u. Anzahl der Prüfungsleistungen (gem. § 7 RPD)	CP	Kommentar
Pflichtmodule					
Research Methods (Research Methods) (Ma-ME-1)	Vermittlung von Kenntnissen und Fähigkeiten im Bereich der Forschungsmethoden, insbesondere, um eigenständiges Forschen in der jeweiligen Themenausrichtung zu ermöglichen Focusing on knowledge and skills concerning research methods, especially to enable own research in the respective subject area	1 Vorlesung (2 SWS) 1 Übung (1 SWS)	1 Klausur (90 Min.) <i>oder</i> 1 Kombinierte wissenschaftliche Arbeit	5	
Kognitionspsychologie (Cognitive Psychology) (Ma-Mark-3)	Wahrnehmung und Aufmerksamkeit, Repräsentation von Wissen, Kognition und Emotion, kognitionspsychologische Untersuchungsmethoden Perception and attention, representation of knowledge, cognition and emotion, cognitive psychology-related methods of analysis	1 Vorlesung (2 SWS) 1 Übung (1 SWS)	1 Klausur (90 Min.) <i>oder</i> 1 Kombinierte wissenschaftliche Arbeit	5	
Vertriebsmanagement (Sales and Distribution Management) (Ma-Mark-4a)	Vertriebsstrategie, Kundenbeziehungsmanagement, Vertriebsorganisation, Vertriebscontrolling, Führung im Vertrieb Distribution strategy, distribution control, distribution controlling, and personnel management in the sales department	1 Vorlesung (2 SWS) 1 Übung (1 SWS)	1 Klausur (90 Min.) <i>oder</i> 1 Kombinierte wissenschaftliche Arbeit	5	
Wahlmodule					
Sensorik (Sensory Evaluation) (Ma-Mark-4b)	Methoden der Messung wahrgenommener Stoff- und Produkteigenschaften (z. B. Geruch, Geschmack, Haptik) als Grundlage z. B. für Produktgestaltung und -bewertung, Qualitätskontrolle Methods of measuring perceived substance and product properties (e. g. smell, taste, haptics) as a basis for, among others, product design and product evaluation, quality control	1 Vorlesung (1 SWS) 1 Übung (2 SWS)	1 Klausur (90 Min.) <i>oder</i> 1 Praktische Leistung	5	
Behavioral Decision Making (Behavioral Decision Making) (Ma-Mark-10d)	Theoretische Ansätze und empirische Befunde aus der psychologischen und verhaltensorientierten Entscheidungsforschung Theoretical approaches and empirical results of the psychological and behaviour-oriented research on decision making; approaches and procedures of the prescriptive theory of decision making	1 Vorlesung (2 SWS) 1 Seminar (1 SWS)	1 Klausur (90 Min.) <i>oder</i> 1 Mündliche Prüfung	5	



Module des 2. Semesters im Major Management & Marketing

Modul	Inhalt	Veranstaltungsformen (Anzahl, Art und SWS)	Art u. Anzahl der Prüfungsleistungen (gem. § 7 RPO)	CP	Kommentar
Pflichtmodule					
Strategic Management (Strategisches Management) (Ma-ME-2)	Theorien, Methoden und Anwendungskontexte des strategischen Managements Theories, methods and application contexts of strategic management	1 Vorlesung (2 SWS) 1 Übung (1 SWS)	1 Klausur (90 Min.) <i>oder</i> 1 Kombinierte wissenschaftliche Arbeit	5	
Werbepsychologie und Konsumentenverhalten (Advertising Psychology and Consumer Behaviour) (Ma-Mark-6)	Ziele und Methoden des Werbenden und des Verkäufers aus psychologischer Sicht; Einfluss auf den Konsumenten Goals and methods of advertisers and salespersons seen from a psychological perspective; impact on consumers	1 Vorlesung (2 SWS) 1 Übung (1 SWS)	1 Klausur (90 Min.) <i>oder</i> 1 Kombinierte wissenschaftliche Arbeit	5	
Lehrforschungsprojekt (Research Project) (Ma-Mark-7)	Die Studierenden verfolgen unter Anleitung eine Forschungsfrage oder eine Fragestellung der Praxis. Students will elaborate on a research question or a question from the field of practice under guided instruction	1 Seminar (2 SWS)	1 Schriftliche wissenschaftliche Arbeit	5	
Methoden der Qualitativen Marktforschung (Qualitative Market Research) (Ma-Mark-8b)	Theoretische Grundlagen von qualitativer Markt- und Sozialforschung; qualitative Methoden- und Stichprobenkonzepte; qualitative Auswertungssysteme Theoretical principles of qualitative market and social research; qualitative methods and concepts of statistical sampling; qualitative evaluation systems	1 Vorlesung (2 SWS) 1 Übung (1 SWS)	1 Kombinierte wissenschaftliche Arbeit	5	

Module des 3. Semesters im Major Management & Marketing

Modul	Inhalt	Veranstaltungsformen (Anzahl, Art und SWS)	Art u. Anzahl der Prüfungsleistungen (gem. § 7 RPO)	CP	Kommentar
Pflichtmodule					
Managing Stakeholder Relations (Managing Stakeholder Relations) (Ma-ME-3)	Vertiefte Analyse von Prozessen und Gestaltungsansätzen von strategischen Stakeholder-Beziehungen In-depth analysis of processes and approaches of strategic stakeholder relations	1 Vorlesung (2 SWS) 1 Übung (1 SWS)	1 Klausur (90 Min.) <i>oder</i> 1 Kombinierte wissenschaftliche Arbeit	5	
Wahlmodule					
Markenmanagement (Brand Management) (Ma-Mark-9a)	Vertiefte Kenntnisse über Rahmenbedingungen, Methoden, strategische Gestaltungsansätze und Fallbeispiele der Markenführung In-depth knowledge in Brand Management, including frameworks, methods, strategical approaches and case studies	1 Vorlesung (2 SWS) 1 Übung (1 SWS)	1 Klausur (90 Min.) <i>oder</i> 1 Kombinierte wissenschaftliche Arbeit	5	


Fortsetzung Module des 3. Semesters im Major Management & Marketing

Modul	Inhalt	Veranstaltungsformen (Anzahl, Art und SWS)	Art u. Anzahl der Prüfungsleistungen (gem. § 7 RPO)	CP	Kommentar
Wahlmodule					
Usability (Usability) (Ma-Mark-9b)	Theoretische Ansätze, Methoden, und Fallbeispiele der Usability Forschung Theoretical approaches, methods, and case examples of usability research	1 Vorlesung (2 SWS) 1 Übung (1 SWS)	1 Klausur (90 Min.) <i>oder</i> 1 Kombinierte wissenschaftliche Arbeit	5	
Customer Relationship Management (Customer Relationship Management) (Ma-Mark-10b)	Kundenzufriedenheit, Kundenwert und CRM-Strategie, Ganzheitliches CRM-Modell, CRM-Tools, Kundenspezifizierte Produktausrichtung, Kundengewinnung und -bindung, CRM-Technologie, Kundenzentrierte Unternehmensorganisation, Kultur und Change Management Customer satisfaction, customer value, and CRM-strategy; holistic CRM model, CRM tools, customer specific product focus; customer acquisition and retention, CRM technology, customer focused company organization; culture and change management	1 Vorlesung (2 SWS) 1 Übung (1 SWS)	1 Klausur (90 Min.) <i>oder</i> 1 Kombinierte wissenschaftliche Arbeit	5	
International Marketing (Internationales Marketing) (Ma-Mark-10c)	Internationale Marketing-Strategie, internationales Marketing- und Vertriebsmanagement International marketing strategy, international marketing and distribution management	1 Vorlesung (2 SWS) 1 Übung (1 SWS)	1 Klausur (90 Min.) <i>oder</i> 1 Kombinierte wissenschaftliche Arbeit	5	i. d. R. englischsprachig
Aktuelle Forschungsthemen (Research Topics) (Ma-Mark-10e)	Aktuelle Trends und Entwicklungen im (Marketing-) Management Current trends and developments in (marketing-) management	1 Vorlesung (3 SWS)	1 Klausur (90 Min.) <i>oder</i> 1 Kombinierte wissenschaftliche Arbeit	5	
Marketingorganisation der Zukunft (Marketingorganization of the Future) (Ma-Mark-10f)	Grundlagen der Führung und Organisation von Marketingorganisationen; Fokus Umfeld–Organisation–Individuum. Bedeutung sowie Rolle von Marketing im Kontext von "Business Planning and Corporate Governance". Herausforderungen für das Marketing durch Digitalisierung, Netzwerkgesellschaft, Neue Arbeitswelten, Wachstumsgrenzen. Neuorganisation des Marketing: Selbstverständnis, Kompetenzen, Strukturen und Prozesse. Fundamentals of leadership and organization of marketing organizations; focus on environment-organization- individual. Importance and role of marketing in the context of business planning and corporate governance. Challenges of marketing by digitization, network society, new work environments, growth limits, reorganization of marketing, self-conception, competences, structures and processes	1 Vorlesung (2 SWS) 1 Übung (1 SWS)	1 Klausur (90 Min.) <i>oder</i> 1 Kombinierte wissenschaftliche Arbeit	5	



Module des 4. Semesters im Major Management & Marketing

Modul	Inhalt	Veranstaltungsformen (Anzahl, Art und SWS)	Art u. Anzahl der Prüfungsleistungen (gem. § 7 RPO)	CP	Kommentar
Pflichtmodule					
Masterforum (Masterforum) (Ma-Mark-11)	Die Studierenden berichten zum Arbeitsstand ihrer Master-Arbeit und stellen diesen zur Diskussion. Report and discussion on the Master's Thesis	1 Kolloquium (1 SWS)	1 Kombinierte wissenschaftliche Arbeit (bestanden/nicht bestanden)	5	
Master-Arbeit (Master's Thesis) (Ma-Mark-12)	Master-Arbeit: Individuelle Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeit durch die Studierenden. Master's Thesis: composing a scientific final thesis	keine Veranstaltung	1 Master-Arbeit	25	

ABSCHNITT II

Inkrafttreten

Diese Neufassung der fachspezifischen Anlage tritt am Tag nach ihrer Genehmigung durch das Präsidium der Leuphana Universität Lüneburg nach der Veröffentlichung im amtlichen Mitteilungsblatt der Leuphana Universität Lüneburg zum 01. Oktober 2016 in Kraft. Gleichzeitig tritt die fachspezifische Anlage Nr. 6.7 Management & Marketing vom 03. Dezember 2014 (Leuphana Gazette Nr. 6/15 vom 06. Mai 2015) außer Kraft.

Übergangsregelung für Studierende, die vor dem Wintersemester 2016/17 ihr Studium an der Leuphana Graduate School aufgenommen haben

Für Studierende, die vor dem Wintersemester 2016/17 ihr Studium an der Leuphana Graduate School aufgenommen haben, gelten bis zum 30. September 2018 die in der untenstehenden Anlage aufgeführten Module als äquivalent.

zu § 5 RPO, Festlegung des Akademischen Grades

Studierende, die vor dem Wintersemester 2016/17 ihr Studium an der Leuphana Graduate School aufgenommen haben, erreichen bei erfolgreichem Studienabschluss den Akademischen Grad Master of Arts (M. A.).

Anlage Äquivalenzmodule zur fachspezifischen Anlage 6.7 Major Management & Marketing zur Rahmenprüfungsordnung für das Masterprogramm Management & Entrepreneurship an der Graduate School der Leuphana Universität Lüneburg

Module gem. fachspezifischer Anlage 6.7 Major Management & Marketing vom 03. Dezember 2014 (Leuphana Gazette 6/15 vom 6. Mai 2015)	Äquivalenzmodule ab dem Wintersemester 2016/17
Dienstleistungsmarketing	Vertriebsmanagement oder Sensorik oder Behavioral Decision Making
Statistik für die Marktforschung	Research Methods
Vertriebsmanagement	Vertriebsmanagement oder Sensorik oder Behavioral Decision Making
Destinationsmanagement und Tourismusplanung	Sensorik oder Behavioral Decision Making
Strategisches Marketing	Strategic Management
Kommunikation und Medien	Methoden der Qualitativen Marktforschung
E-Commerce und Tourismusinformatik	Methoden der Qualitativen Marktforschung
Markenmanagement im Marketing-Mix	Markenmanagement
Reiseveranstalter/Reisemittlermarkt und Unternehmensstrategie	entfällt