

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

Vom 28. März 2024

Aufgrund von Art. 9 Satz 1 und 2 in Verbindung mit Art. 80 Abs. 1 Satz 1, Art. 84 Abs. 2 Satz 1 sowie Art. 90 Abs. 1 Satz 2 des Bayerischen Hochschulinnovationsgesetzes (BayHIG) erlässt die Technische Universität München folgende Satzung:

Inhaltsverzeichnis:

- § 34 Geltungsbereich, akademischer Grad, verwandte Studiengänge
- § 35 Studienbeginn, Regelstudienzeit, ECTS
- § 36 Qualifikationsvoraussetzungen
- § 37 Modularisierung, Modulprüfung, Lehrveranstaltungen, Studienrichtungen, Unterrichtssprache
- § 37 a Projektstudium (Project Studies in Consumer Science & Technology)
- § 38 Prüfungsfristen, Studienfortschrittskontrolle, Fristversäumnis
- § 39 Prüfungsausschuss
- § 40 Anrechnung von Studienzeiten, Studien- und Prüfungsleistungen
- § 41 Studienbegleitendes Prüfungsverfahren, Prüfungsformen
- § 42 Zulassung und Anmeldung zur Masterprüfung
- § 43 Umfang der Masterprüfung
- § 44 Wiederholung, Nichtbestehen von Prüfungen
- § 45 Studienleistungen
- § 45 a Multiple-Choice-Verfahren
- § 46 Master's Thesis
- § 47 Bestehen und Bewertung der Masterprüfung
- § 48 Zeugnis, Urkunde, Diploma Supplement
- § 49 Inkrafttreten

Anlage 1: I. Umfang der Masterprüfung
II. Prüfungsmodule
III. Idealtypischer Studienplan

Anlage 2: Eignungsverfahren

§ 34

Geltungsbereich, akademischer Grad, verwandte Studiengänge

- (1) ¹Die Fachprüfungs- und Studienordnung für den Masterstudiengang Consumer Science (FPSO) ergänzt die Allgemeine Prüfungs- und Studienordnung für Bachelor- und Masterstudiengänge an der Technischen Universität München (APSO) vom 18. März 2011 in der jeweils geltenden Fassung. ²Die APSO hat Vorrang.
- (2) ¹Aufgrund der bestandenen Masterprüfung wird der akademische Grad „Master of Science“ („M.Sc.“) verliehen. ²Dieser akademische Grad kann mit dem Hochschulzusatz „(TUM)“ geführt werden.
- (3) ¹Der Masterstudiengang Consumer Affairs der Technischen Universität München ist ein verwandter Studiengang. ²Beim Wechsel von einer anderen Universität an die Technische Universität München entscheidet der zuständige Prüfungsausschuss über die Verwandtschaft des Studiengangs aufgrund der Prüfungsordnung der betreffenden Hochschule.

§ 35

Studienbeginn, Regelstudienzeit, ECTS

- (1) Studienbeginn für den Masterstudiengang Consumer Science an der Technischen Universität München ist grundsätzlich im Wintersemester.
- (2) ¹Der Umfang der für die Erlangung des Mastergrades erforderlichen Credits im Pflicht- und Wahlbereich beträgt 90 Credits (60 Semesterwochenstunden), verteilt auf drei Semester. ²Hinzu kommen maximal sechs Monate für die Durchführung der Master's Thesis im Umfang von 30 Credits gemäß § 46. ³Der Umfang der zu erbringenden Prüfungsleistungen im Pflicht- und Wahlbereich gemäß Anlage 1 im Masterstudiengang Consumer Science beträgt damit mindestens 120 Credits. ⁴Die Regelstudienzeit für das Masterstudium beträgt insgesamt vier Semester.

§ 36

Qualifikationsvoraussetzungen

- (1) Die Qualifikation für den Masterstudiengang Consumer Science wird nachgewiesen durch
 1. einen an einer in- oder ausländischen Hochschule erworbenen mindestens sechssemestrigen qualifizierten Bachelorabschluss oder einen mindestens gleichwertigen Abschluss in wirtschafts- oder sozialwissenschaftlichen oder vergleichbaren Studiengängen,
 2. adäquate Kenntnisse der englischen Sprache; hierzu ist von Studierenden, deren Ausbildungssprache nicht Englisch ist, der Nachweis durch einen anerkannten Sprachtest wie den „Test of English as a Foreign Language“ (TOEFL) (mindestens 88 Punkte), das „International English Language Testing System“ (IELTS) (mindestens 6,5 Punkte) oder die „Cambridge Main Suite of English Examinations“ zu erbringen; wurden in dem grundständigen Studiengang Prüfungen im Umfang von 12 Credits in englischsprachigen Prüfungsmodulen erbracht oder die Bachelor's Thesis in englischer Sprache abgefasst oder ein GMAT-Score von mindestens 53 Prozent vorgelegt, so sind hiermit ebenfalls adäquate Kenntnisse der englischen Sprache nachgewiesen,
 3. einen Nachweis über Fachkenntnisse in Form eines „Graduate Management Admission Test“ (GMAT) mit mindestens 65 Prozent verpflichtend für Bewerberinnen und Bewerber, die ihr Erststudium in folgenden Ländern abgeschlossen haben: China, Bangladesch, Indien, Pakistan, Ägypten; für andere Bewerberinnen und Bewerber mit einem Erststudium, das nicht in einem Unterzeichnerstaat des Übereinkommens über die Anerkennung von Qualifikationen im Hochschulbereich in der europäischen Region vom 11. April 1997 (im

Folgenden: Lissabon-Konvention) abgeschlossen wurde, wird die Einreichung des Tests nach Satz 1 empfohlen,

4. das Bestehen des Eignungsverfahrens gemäß Anlage 2.
- (2) Ein qualifizierter Hochschulabschluss im Sinne von Abs. 1 Nr. 1 liegt vor, wenn im ersten beruflich qualifizierenden Abschluss keine wesentlichen Unterschiede hinsichtlich der in den Abs. 1 Nr. 1 genannten Bachelorstudienrichtungen erworbenen Kompetenzen (Lernergebnisse) bestehen und spätestens zum Zeitpunkt der Bewerbung mindestens 15 Credits im Bereich Forschungsmethoden erbracht worden sind und diese den fachlichen Anforderungen des Masterstudiengangs entsprechen.
- (3) Zur Feststellung nach Abs. 2 wird der Modulkatalog des Bachelorstudiengangs Technologie- und Managementorientierte Betriebswirtschaftslehre herangezogen.

§ 37

Modularisierung, Modulprüfung, Lehrveranstaltungen, Studienrichtungen, Unterrichtssprache

- (1) ¹Generelle Regelungen zu Modulen und Lehrveranstaltungen sind in den §§ 6 und 8 APSO getroffen. ²Bei Abweichungen zu Modulfestlegungen gilt § 12 Abs. 8 APSO.
- (2) Der Studienplan mit den Modulen im Pflicht- und Wahlbereich ist in der Anlage 1 (III.) aufgeführt.
- (3) ¹Die Unterrichtssprache im Masterstudiengang Consumer Science ist in der Regel Englisch. ²Neben den englischsprachigen Modulen werden einige Module in deutscher Sprache angeboten. ³Ist in der Anlage 1 für ein Modul angegeben, dass dieses in englischer oder deutscher Sprache abgehalten wird, so gibt die oder der Prüfende spätestens zu Vorlesungsbeginn die Unterrichtssprache verbindlich in geeigneter Weise bekannt. ⁴Abweichend von Satz 3 ist bei Modulen, zu denen beispielsweise aus organisatorischen Gründen eine Anmeldung zu einzelnen Lehrveranstaltungen erforderlich ist, insbesondere bei Seminaren, die Unterrichtssprache spätestens zu Beginn des jeweiligen Anmeldezeitraums bekannt zu geben. ⁵Sofern Studierende bei der Bewerbung keine Deutschkenntnisse nachgewiesen haben, wird in der Zulassung die Auflage ausgesprochen, dass bis zum Ende des zweiten Fachsemesters mindestens ein Modul erfolgreich abzulegen ist, in dem integrativ Deutschkenntnisse erworben werden. ⁶Das Angebot wird vom Prüfungsausschuss ortsüblich bekannt gegeben. ⁷Freiwillig durch außercurriculare Angebote wie z. B. Deutschkurse des TUM Sprachenzentrums erbrachte Leistungen werden ebenfalls anerkannt.

§ 37 a

Projektstudium (Project Studies in Consumer Science & Technology)

- (1) ¹Das Projektstudium (Project Studies in Consumer Science & Technology) besteht aus einer Projektarbeit, die eine aktive Mitarbeit an einem Praxis- oder Forschungsprojekt vorsieht, das in Zusammenhang mit den Inhalten des Studiengangs steht. ²Es umfasst 12 Credits und 360 Arbeitsstunden. ³Das Projektstudium wird mit einem schriftlichen Bericht sowie einer mündlichen Präsentation abgeschlossen. ⁴Es ist von einer Gruppe, bestehend aus mindestens zwei Studierenden, abzulegen. ⁵Das Projektstudium kann auch im Ausland abgelegt werden. ⁶Die Ablegung soll bis zum Ende des dritten Fachsemesters erfolgen. ⁷Auf diese Weise soll nachgewiesen werden, dass Aufgaben im Team gelöst werden können. ⁸Der als Prüfungsleistung jeweils zu bewertende Beitrag muss deutlich individuell erkennbar und bewertbar sein. ⁹Dies gilt auch für den individuellen Beitrag zum Gruppenergebnis. ¹⁰Für die Bewertung gilt § 17 APSO.

- (2) ¹Das Modul Project Studies in Consumer Science & Technology wird von einer Hochschullehrerin oder einem Hochschullehrer der TUM School of Management, einer oder einem Lehrbeauftragten oder Hochschullehrerinnen und Hochschullehrer anderer Schools, die in dem Studiengang Consumer Science lehren, betreut. ²Des Weiteren können auch wissenschaftliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der TUM School of Management zu Prüfenden bestellt werden, wenn die entsprechenden Voraussetzungen der Hochschulprüferverordnung in der jeweils geltenden Fassung erfüllt sind.

§ 38

Prüfungsfristen, Studienfortschrittskontrolle, Fristversäumnis

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

§ 39

Prüfungsausschuss

Die für Entscheidungen in Prüfungsangelegenheiten zuständige Stelle gemäß § 29 APSO ist der Masterprüfungsausschuss der TUM School of Management.

§ 40

Anrechnung von Studienzeiten, Studien- und Prüfungsleistungen

Die Anrechnung von Studienzeiten, Studien- und Prüfungsleistungen regelt § 16 APSO.

§ 41

Studienbegleitendes Prüfungsverfahren, Prüfungsformen

- (1) ¹Mögliche Prüfungsformen gemäß §§ 12 und 13 APSO sind neben Klausuren und mündlichen Prüfungen in diesem Studiengang insbesondere Laborleistungen, Übungsleistungen (ggf. Testate), Berichte, Projektarbeiten, Präsentationen, Lernportfolios, wissenschaftliche Ausarbeitungen und der Prüfungsparcours. ²Die konkreten Bestandteile der jeweiligen Modulprüfung und die damit zu prüfenden Kompetenzen sind in der Modulbeschreibung aufgeführt. ³Die Prüfung kann bei geeigneter Themenstellung als Einzel- oder als Gruppenprüfung durchgeführt werden, § 18 Abs. 2 Sätze 2 und 3 APSO gelten entsprechend.
- a) ¹Eine **Klausur** ist eine schriftliche Arbeit unter Aufsicht mit dem Ziel, in begrenzter Zeit mit den vorgegebenen Methoden und definierten Hilfsmitteln Probleme zu erkennen und Wege zu ihrer Lösung zu finden und ggf. anwenden zu können. ²Die Dauer von Klausurarbeiten ist in § 12 Abs. 7 APSO geregelt.
- b) ¹Eine **Laborleistung** beinhaltet je nach Fachdisziplin Versuche, Messungen, Arbeiten im Feld, Feldübungen etc. mit dem Ziel der Durchführung, Auswertung und Erkenntnisgewinnung. ²Bestandteil können z. B. sein: die Beschreibung der Vorgänge und die jeweiligen theoretischen Grundlagen inkl. Literaturstudium, die Vorbereitung und praktische Durchführung, ggf. notwendige Berechnungen, ihre Dokumentation und Auswertung sowie die Deutung der Ergebnisse hinsichtlich der zu erarbeitenden Erkenntnisse. ³Die Laborleistung kann durch eine Präsentation ergänzt werden, um die kommunikative Kompetenz bei der Darstellung von wissenschaftlichen Themen vor einer Zuhörerschaft zu überprüfen.

- c) ¹Die **Übungsleistung** ist die Bearbeitung von vorgegebenen Aufgaben (z. B. mathematischer Probleme, Programmieraufgaben, Modellierungen, Entwürfe etc.) mit dem Ziel der Anwendung theoretischer Inhalte zur Lösung von anwendungsbezogenen Problemstellungen. ²Sie dient der Überprüfung von Fakten- und Detailwissen sowie dessen Anwendung. ³Die Übungsleistung kann u. a. schriftlich, mündlich oder elektronisch durchgeführt werden. ⁴Mögliche Formen sind beispielsweise Hausaufgaben, Übungsblätter, Programmierübungen, (E-)Tests, Entwurfsaufgaben, Poster, Aufgaben im Rahmen von Hochschulpraktika, Testate etc.
- d) ¹Ein **Bericht** ist eine schriftliche Aufarbeitung und Zusammenfassung eines Lernprozesses mit dem Ziel, Gelerntes strukturiert wiederzugeben und die Ergebnisse im Kontext eines Moduls zu analysieren. ²In dem Bericht soll nachgewiesen werden, dass die wesentlichen Aspekte erfasst wurden und schriftlich wiedergegeben werden können. ³Mögliche Berichtsformen sind beispielsweise Exkursionsberichte, Praktikumsberichte, Arbeitsberichte etc. ⁴Der schriftliche Bericht kann durch eine Präsentation ergänzt werden, um die kommunikative Kompetenz bei der Darstellung der Inhalte vor einer Zuhörerschaft zu überprüfen.
- e) ¹Im Rahmen einer **Projektarbeit** soll in mehreren Phasen (Initiierung, Problemdefinition, Rollenverteilung, Ideenfindung, Kriterienentwicklung, Entscheidung, Durchführung, Präsentation, schriftliche Auswertung) ein Projektauftrag als definiertes Ziel in definierter Zeit und unter Einsatz geeigneter Instrumente erreicht werden. ²Zusätzlich kann eine Präsentation oder ein Fachgespräch Bestandteil der Projektarbeit sein, um die kommunikative Kompetenz bei der Darstellung von wissenschaftlichen Themen vor einer Zuhörerschaft zu überprüfen. ³Projektarbeiten können auch gestalterische Entwürfe, Zeichnungen, Plandarstellungen, Modelle, Objekte, Simulationen und Dokumentationen umfassen.
- f) ¹Die **wissenschaftliche Ausarbeitung** ist eine schriftliche Leistung, in der eine anspruchsvolle wissenschaftliche bzw. wissenschaftlich-anwendungsorientierte Fragestellung mit den wissenschaftlichen Methoden der jeweiligen Fachdisziplin selbstständig bearbeitet wird. ²Es soll nachgewiesen werden, dass eine den Lernergebnissen des jeweiligen Moduls entsprechende Fragestellung unter Beachtung der Richtlinien für wissenschaftliches Arbeiten vollständig bearbeitet werden kann – von der Analyse über die Konzeption bis zur Umsetzung. ³Mögliche Formen, die sich in ihrem jeweiligen Anspruchsniveau unterscheiden, sind z. B. Thesenpapier, Abstract, Essay, Studienarbeit, Seminararbeit etc. ⁴Die wissenschaftliche Ausarbeitung kann durch eine Präsentation und ggf. ein Kolloquium begleitet werden, um die kommunikative Kompetenz des Präsentierens von wissenschaftlichen Themen vor einer Zuhörerschaft zu überprüfen.
- g) ¹Eine **Präsentation** ist eine systematische, strukturierte und mit geeigneten Medien (wie Beamer, Folien, Poster, Videos) visuell unterstützte mündliche Darbietung, in der spezifische Themen oder Ergebnisse veranschaulicht und zusammengefasst sowie komplexe Sachverhalte auf ihren wesentlichen Kern reduziert werden. ²Mit der Präsentation soll die Kompetenz nachgewiesen werden, sich ein bestimmtes Themengebiet in einer bestimmten Zeit so zu erarbeiten, dass es in anschaulicher, übersichtlicher und verständlicher Weise einem Publikum präsentiert bzw. vorgetragen werden kann. ³Außerdem soll nachgewiesen werden, dass in Bezug auf das jeweilige Themengebiet auf Fragen, Anregungen oder Diskussionspunkte des Publikums sachkundig eingegangen werden kann. ⁴Die Präsentation kann durch eine kurze schriftliche Aufbereitung ergänzt werden.
- h) ¹Eine **mündliche Prüfung** ist ein zeitlich begrenztes Prüfungsgespräch zu bestimmten Themen und konkret zu beantwortenden Fragen. ²In mündlichen Prüfungen soll nachgewiesen werden, dass die Zusammenhänge des Prüfungsgebietes erkannt wurden und spezielle Fragestellungen in diese Zusammenhänge eingeordnet werden können. ³Die Dauer der Prüfung ist in § 13 Abs. 2 APSO geregelt.

- i) ¹Ein **Lernportfolio** ist eine nach zuvor festgelegten Kriterien ausgewählte Darstellung von eigenen Arbeiten, mit der Lernfortschritt und Leistungsstand zu einem bestimmten Zeitpunkt und bezogen auf einen definierten Inhalt nachgewiesen werden sollen. ²Die Auswahl der Arbeiten, deren Bezug zum eigenen Lernfortschritt und ihr Aussagegehalt für das Erreichen der Lernergebnisse müssen begründet werden. ³In dem Lernportfolio soll nachgewiesen werden, dass für den Lernprozess Verantwortung übernommen wurde. ⁴Als Bestandteile erfolgreicher Selbstlernkontrollen des Lernportfolios kommen je nach Modulbeschreibung insbesondere Arbeiten mit Anwendungsbezug, Internetseiten, Weblogs, Bibliographien, Analysen, Thesenpapiere sowie grafische Aufbereitungen eines Sachverhalts oder einer Fragestellung in Betracht. ⁵Auf Basis des erstellten Lernportfolios kann zur verbalen Reflexion ein summarisches Fachgespräch stattfinden.
- j) ¹Im Rahmen eines **Prüfungsparcours** sind innerhalb einer Prüfungsleistung mehrere Prüfungselemente zu absolvieren. ²Die Prüfungsleistung wird im Gegensatz zu einer Modulteilprüfung organisatorisch (räumlich und zeitlich) zusammenhängend geprüft. ³Prüfungselemente sind mehrere unterschiedliche Prüfungsformate, die in ihrer Gesamtheit das vollständige Kompetenzprofil des Moduls erfassen. ⁴Prüfungselemente können insbesondere auch Prüfungsformen nach den Buchstaben g) und h) in Kombination mit einer praktischen Leistung sein. ⁵Die Prüfungsgesamtdauer ist in dem Modulkatalog anzugeben.
- (2) ¹Die Modulprüfungen werden in der Regel studienbegleitend abgelegt. ²Art und Dauer einer Modulprüfung gehen aus Anlage 1 (II) hervor. ³Bei Abweichungen von diesen Festlegungen ist § 12 Abs. 8 APSO zu beachten. ⁴Für die Bewertung der Modulprüfung gilt § 17 APSO. ⁵Die Notengewichte von Modulteilprüfungen entsprechen den ihnen in Anlage 1 (II) zugeordneten Gewichtungsfaktoren.
- (3) Ist in Anlage 1 (II) für eine Modulprüfung angegeben, dass diese schriftlich oder mündlich ist, so gibt die oder der Prüfende spätestens zu Vorlesungsbeginn in geeigneter Weise den Studierenden die verbindliche Prüfungsart bekannt.
- (4) Auf Antrag und mit Zustimmung der Prüfenden können bei deutschsprachigen Modulen Prüfungen in englischer Sprache abgelegt werden.

§ 42

Zulassung und Anmeldung zur Masterprüfung

- (1) Mit der Immatrikulation in den Masterstudiengang Consumer Science gelten Studierende zu den Modulprüfungen der Masterprüfung als zugelassen.
- (2) ¹Die Anmeldung zu einer Modulprüfung regelt § 15 Abs. 1 APSO. ²Die Anmeldung zu einer entsprechenden Wiederholungsprüfung regelt § 15 Abs. 2 APSO

§ 43

Umfang der Masterprüfung

- (1) Die Masterprüfung umfasst:
1. die Prüfungsleistungen in den entsprechenden Modulen gemäß Abs. 2,
 2. das Modul Master's Thesis gemäß § 46.
- (2) ¹Die Modulprüfungen sind in der Anlage 1 (II) aufgelistet. ²Es sind 24 Credits in den Pflichtmodulen sowie 12 Credits in den Project Studies in Consumer Science & Technology nach § 37 a nachzuweisen. ³Daneben kann einer der folgenden drei Management-Schwerpunkte gewählt werden. ⁴Bei der Wahl des Management-Schwerpunktes
1. Innovation & Entrepreneurship sind Wahlmodule im Umfang von mindestens 24 Credits,

2. Management & Marketing sind Wahlmodule im Umfang von mindestens 24 Credits,
3. Economics & Econometrics sind Wahlmodule im Umfang von mindestens 24 Credits

nachzuweisen. ⁵Davon sind mindestens 6 Credits durch ein Advanced Seminar des jeweiligen Schwerpunkts zu erbringen. ⁶Wird kein Schwerpunkt nach Sätzen 3 und 4 gewählt, sind stattdessen wirtschaftswissenschaftliche Wahlmodule im Umfang von mindestens 24 Credits nachzuweisen, davon sind mindestens 6 Credits durch ein Advanced Seminar zu erbringen. ⁷Außerdem sind Wahlmodule im Umfang von mindestens 30 Credits im Bereich der Electives in Consumer Science and Technology nachzuweisen. ⁸Bei der Wahl der Module ist § 8 Abs. 2 APSO zu beachten.

§ 44

Wiederholung, Nichtbestehen von Prüfungen

- (1) Die Wiederholung von Prüfungen ist in § 24 APSO geregelt.
- (2) Das Nichtbestehen von Prüfungen regelt § 23 APSO.

§ 45

Studienleistungen

Im Masterstudiengang Consumer Science schließen keine Module mit Studienleistungen ab.

§ 45 a

Multiple-Choice- Verfahren

Die Durchführung von Multiple-Choice-Verfahren ist in § 12 a APSO geregelt.

§ 46

Master's Thesis

- (1) ¹Gemäß § 18 APSO haben Studierende im Rahmen der Masterprüfung im Modul Master's Thesis eine Thesis anzufertigen. ²Die Master's Thesis kann von fachkundigen Prüfenden der Technischen Universität München ausgegeben und betreut werden (Themenstellerin oder Themensteller). ³Fachkundige Prüfende sind die Hochschullehrerinnen und Hochschullehrer der TUM School of Management, Junior-Fellows der TUM School of Management sowie Lehrbeauftragte oder Hochschullehrerinnen und Hochschullehrer anderer Schools, die in dem Studiengang Consumer Science lehren. ⁴Die fachkundigen Prüfenden nach den Sätzen 2 und 3 werden durch den Prüfungsausschuss bestellt.
- (2) ¹Der Abschluss des Moduls Master's Thesis soll in der Regel die letzte Prüfungsleistung darstellen. ²Studierende können auf Antrag vorzeitig zum Modul Master's Thesis zugelassen werden, wenn bereits mindestens 60 Credits erworben wurden und wenn das Ziel der Thesis im Sinne des § 18 Abs. 2 APSO unter Beachtung des bisherigen Studienverlaufs erreicht werden kann.
- (3) ¹Die Zeit von der Ausgabe bis zur Ablieferung der Master's Thesis darf sechs Monate nicht überschreiten. ²Die Master's Thesis gilt als abgelegt und nicht bestanden, soweit sie ohne gemäß § 10 Abs. 7 APSO anerkannte triftige Gründe nicht fristgerecht abgeliefert wird. ³Für das Modul Master's Thesis werden 30 Credits vergeben. ⁴Die Master's Thesis soll in englischer Sprache abgefasst werden.

- (4) ¹Falls das Modul Master's Thesis nicht mit mindestens „ausreichend“ (4,0) bewertet wurde, so kann es einmal mit neuem Thema wiederholt werden. ²Das Thema der Thesis soll spätestens sechs Wochen nach dem Bescheid über das Ergebnis erneut angemeldet werden.

§ 47

Bestehen und Bewertung der Masterprüfung

- (1) Die Masterprüfung ist bestanden, wenn alle im Rahmen der Masterprüfung gemäß § 43 Abs. 1 abzulegenden Prüfungen bestanden sind und ein Punktekostand von mindestens 120 Credits erreicht ist.
- (2) ¹Die Modulnote wird gemäß § 17 APSO errechnet. ²Die Gesamtnote der Masterprüfung wird als gewichtetes Notenmittel der Module gemäß § 43 Abs. 2 und der Master's Thesis errechnet. ³Die Notengewichte der einzelnen Module entsprechen den zugeordneten Credits. ⁴Das Gesamturteil wird durch das Prädikat gemäß § 17 APSO ausgedrückt.

§ 48

Zeugnis, Urkunde, Diploma Supplement

Ist die Masterprüfung bestanden, so sind gemäß § 25 Abs. 1 und § 26 APSO ein Zeugnis, eine Urkunde und ein Diploma Supplement mit einem Transcript of Records auszustellen.

§ 49

Inkrafttreten

- (1) ¹Diese Satzung tritt am 1. April 2024 in Kraft. ²Sie gilt für alle Studierenden, die ab dem Wintersemester 2024/2025 ihr Fachstudium an der Technischen Universität München aufnehmen.
- (2) ¹Gleichzeitig tritt die Fachprüfungs- und Studienordnung für den Masterstudiengang Consumer Science an der Technischen Universität München vom 25. April 2018, die zuletzt durch Satzung vom 16. März 2022 geändert worden ist, vorbehaltlich der Regelung in § 49 Abs. 1 Satz 2 dieser Satzung, außer Kraft. ²Studierende, die bereits vor dem Wintersemester 2024/2025 ihr Fachstudium an der Technischen Universität aufgenommen haben, schließen ihr Studium nach der Satzung gemäß Satz 1 ab.

Anlage 1:

I. Umfang der Masterprüfung

	Bestandteile	Credits	Semester
1.	studienbegleitende Prüfungsleistungen zum Erwerb von Credits in den Pflichtmodulen	24	1.-2. Semester
2.	studienbegleitende Prüfungsleistungen zum Erwerb von Credits in den wirtschaftswissenschaftlichen Wahlmodulen; bei Wahl eines Schwerpunkts in den Wahlmodulen des wirtschaftswissenschaftlichen Schwerpunkts	24	1.-3. Semester
3.	studienbegleitende Prüfungsleistungen zum Erwerb von Credits im Projektstudium in Consumer Science & Technology	12	2.-3. Semester
4.	studienbegleitende Prüfungsleistungen zum Erwerb von Credits aus dem Wahlbereich Consumer Science and Technology	30	1.-3. Semester
5.	Master's Thesis gemäß § 46	30	4. Semester

II. Prüfungsmodule

Pflichtmodule

Aus den folgenden Pflichtmodulen müssen erfolgreich 24 Credits absolviert werden.

Modulnummer	Modulbezeichnung	Modulart	Lehrform SWS	empf. Sem.	SWS	Credits	Prüfungsart	Prüfungsdauer	Unterrichtssprache
WI000739	Consumer Behavior	Pflicht	4 VI	1. Sem.	4	6 Credits	Klausur	120 min	Englisch
WI001174	Qualitative and Quantitative Methods in Consumer Research	Pflicht	4 VI	1. Sem.	4	6 Credits	Klausur	120 min	Englisch
WI000258	Empirical Research in Economics and Management	Pflicht	2 V + 2 Ü	1. Sem.	4	6 Credits	Klausur	120 min	Englisch
WI001178	Consumer Analytics & Big Data	Pflicht	2 V + 2 Ü	2. Sem.	4	6 Credits	Klausur	60 min	Englisch

Projektstudium in Consumer Science & Technology

Modulnummer	Modulbezeichnung	Modulart	Lehrform SWS	Sem.	SWS	Credits	Prüfungsart	Prüfungsdauer	Unterrichtssprache
WI900686	Project Studies (Master in Consumer Science)	Pflicht		1.-3. Sem.	8	12 Credits	Projektarbeit	k.A.	Englisch

Wahlmodule im Management-Schwerpunkt

Aus den folgenden drei Management-Schwerpunkten kann einer gewählt werden. Wird kein Schwerpunkt gewählt, sind aus den nachstehenden beispielhaften Modulkatalogen der wirtschaftswissenschaftlichen Schwerpunkte Wahlmodule im Umfang von 18 Credits zu erbringen. Zudem muss ein Seminar im Rahmen aller angebotenen Advanced Seminare der TUM School of Management im Umfang von mindestens 6 Credits erfolgreich absolviert werden.

Innovation & Entrepreneurship (I&E)

Im Management-Schwerpunkt Innovation & Entrepreneurship muss ein Seminar des im Rahmen der Advanced Seminare Innovation & Entrepreneurship angebotenen Seminare im Umfang von mindestens 6 Credits erfolgreich absolviert werden.

Innerhalb des Management-Schwerpunkts Innovation & Entrepreneurship müssen darüber hinaus weitere Wahlmodule im Umfang von insgesamt 18 Credits aus einem ergänzenden Wahlkatalog erfolgreich abgelegt werden.

Dieser beispielhafte Wahlmodulkatalog wird fortlaufend aktualisiert, der geltende Wahlmodulkatalog wird rechtzeitig vor Vorlesungsbeginn durch die TUM School of Management im Studienbaum in TUMonline bekannt gegeben.

Modulnummer	Modulbezeichnung	Modulart	Lehrform SWS	empf. Sem.	SWS	Credits	Prüfungsart	Prüfungsdauer	Unterrichtssprache
WIB14002	Advanced Seminar Innovation & Entrepreneurship: Sustainable Entrepreneurship - Theoretical Foundations	Wahl	4 Se	1.-3. Sem.	4	6 Credits	Wiss. Ausarbeitung	k.A.	Englisch
WI000116	Lead User Projekt	Wahl	4 Se	1.-3. Sem.	4	6 Credits	Projektarbeit	k.A.	Deutsch
MGT001354	Artificial Intelligence for Innovation and Entrepreneurship	Wahl	2 Se	1.-3. Sem.	2	3 Credits	Übungsleistung	k.A.	Englisch
MGT001410	ChangeMakers: Entrepreneurial and Design Competencies for Societal Transformation	Wahl	4 Se	1.-3. Sem.	4	6 Credits	Wiss. Ausarbeitung	k.A.	Englisch
WI001136	Innovation, Society, and Public Policy	Wahl	4 Se	1.-3. Sem.	4	6 Credits	Übungsleistung	k.A.	Englisch
WI001195	Value-based Business Strategy & Innovation	Wahl	4 VI	1.-3. Sem.	4	6 Credits	Klausur	120 min	Englisch
WI001291	Competition Law and Entrepreneurial Strategies	Wahl	4 V	1.-3. Sem.	4	6 Credits	Klausur	120 min.	Englisch
WIB26001	Social Entrepreneurship Lab	Wahl	4 Se	1.-3. Sem.	4	6 Credits	Projektarbeit	k.A.	Deutsch/ Englisch
WI001257	Urheberrecht	Wahl	2 VI	1.-3. Sem.	2	3 Credits	Klausur	60 Min.	Deutsch

Management & Marketing (M&M)

Im Management-Schwerpunkt Management & Marketing muss ein Seminar des im Rahmen der Advanced Seminare Management & Marketing angebotenen Seminare im Umfang von mindestens 6 Credits erfolgreich absolviert werden.

Innerhalb des Management-Schwerpunkts Management & Marketing müssen darüber hinaus weitere Wahlmodule im Umfang von insgesamt 18 Credits aus einem ergänzenden Wahlkatalog erfolgreich abgelegt werden. Der ergänzende Wahlkatalog wird rechtzeitig vor Vorlesungsbeginn durch die TUM School of Management im Studienbaum in TUMonline bekannt gegeben.

Modulnummer	Modulbezeichnung	Modulart	Lehrform SWS	empf. Sem.	SWS	Credits	Prüfungsart	Prüfungsdauer	Unterrichtssprache
MGT001406	Advanced Seminar Marketing, Strategy, Leadership & Management: Generative KI in Marketing	Wahl	4 Se	1.-3. Sem.	4	6 Credits	Wiss. Ausarbeitung	k.A.	Englisch
MGT001397	The Craft and Art of Leadership	Wahl	4 Se	1.-3. Sem.	4	6 Credits	Wiss. Ausarbeitung	k.A.	Englisch
MGT001383	Generatives Marketing	Wahl	4 Se	1.-3. Sem.	4	6 Credits	Präsentation	k.A.	Englisch
WI001128	Fundamentals of Strategy	Wahl	2 V + 2 Ü	1.-3. Sem.	4	6 Credits	Klausur	60 min	Englisch
MGT001363	Judgment and Decision Making	Wahl	2 Se + 2 Ü	1.-3. Sem.	4	6 Credits	Präsentation	k.A.	Englisch
WI001231	Leadership and Strategy in the 21st Century	Wahl	2 Se	1.-3. Sem.	2	3 Credits	Präsentation	k.A.	Englisch
MGT001324	The Science of Creativity: from Brain to Management	Wahl	4 Se	1.-3. Sem.	4	6 Credits	Wiss. Ausarbeitung	k.A.	Englisch
WI001167	Choice Architecture Applications in Consumer Behavior	Wahl	2 Se	1.-3. Sem.	2	3 Credits	Präsentation	k.A.	Englisch
MGT001243	Introduction to Statistics Using R	Wahl	4 V	1.-3. Sem.	4	6 Credits	Wiss. Ausarbeitung	k.A.	Englisch

Economics & Econometrics (E&E)

Im Management-Schwerpunkt Economics & Econometrics muss ein Seminar des im Rahmen der Advanced Seminare Economics & Econometrics angebotenen Seminare im Umfang von mindestens 6 Credits erfolgreich absolviert werden.

Innerhalb des Management-Schwerpunkts Economics & Econometrics müssen darüber hinaus weitere Wahlmodule im Umfang von insgesamt 18 Credits aus einem ergänzenden Wahlkatalog erfolgreich abgelegt werden. Der ergänzende Wahlkatalog wird rechtzeitig vor Vorlesungsbeginn durch die TUM School of Management im Studienbaum in TUMonline bekannt gegeben.

Modulnummer	Modulbezeichnung	Modulart	Lehrform SWS	empf. Sem.	SWS	Credits	Prüfungsart	Prüfungsdauer	Unterrichtssprache
WIV05001	Advanced Seminar Economics, Policy & Econometrics: Economics of Innovation	Wahl	4 Se	1.-3. Sem.	4	6 Credits	Wiss. Ausarbeitung	k.A.	Englisch
WI000100	Advanced Microeconomics	Wahl	4VI	1.-3. Sem.	4	6 Credits	Klausur	120 min	Englisch

WI001221	International Trade I	Wahl	2 V + 2 Ü	1.-3. Sem.	4	6 Credits	Wiss. Ausarbeitung	k.A.	Englisch
WI001226	International Trade II	Wahl	2 V + 2 Ü	1.-3. Sem.	4	6 Credits	Wiss. Ausarbeitung	k.A.	Englisch
WI001145	Energy Economics	Wahl	2 V + 2 Ü	1.-3. Sem.	4	6 Credits	Klausur	120 min	Englisch
MGT001315	European Business Law	Wahl	2 V + 2 Ü	1.-3. Sem.	4	6 Credits	Klausur	60 min	Englisch
MGT001313	Advanced Seminar Economics, Policy & Econometrics: Productivity, Efficiency and Risk	Wahl	4 Se	1.-3. Sem.	4	6 Credits	Wiss. Ausarbeitung	k.A.	Englisch
MGT001381	Introduction to Bayesian Data Analysis	Wahl	4 Se	1.-3. Sem.	4	6 Credits	Übungsleistung	k.A.	Englisch

Wahlbereich in Consumer Science and Technology

Im Rahmen des Wahlbereichs in Consumer Science and Technology erbringen Studierende Prüfungsleistungen im Umfang von 30 Credits.

Den Studierenden stehen bei den Wahlmodulen alle Veranstaltungen der Management-Schwerpunkte offen, aus denen mindestens 30 Credits an Prüfungsleistungen zu wählen sind. Bis zu 30 Credits können alternativ als allgemeinbildende Module aus dem Gesamtangebot der Technischen Universität München auf Masterniveau erbracht werden; dies gilt nicht für Sprach- sowie Softskillkurse. Die Studierenden stellen hierfür mit einer oder einem von der School beauftragten Mentorin oder Mentor einen individuellen Semesterstudienplan zusammen.

Anstatt Module im Wahlbereich in Consumer Science and Technology an der TUM zu erbringen, können im Rahmen eines Auslandsaufenthaltes fachbezogene Prüfungsleistungen an einer ausländischen Hochschule erbracht werden. Die Studierenden stellen hierfür mit einer oder einem von der School beauftragten Mentorin oder Mentor einen individuellen Semesterstudienplan zusammen. Die entsprechenden Veranstaltungen sind aus dem Angebot der ausländischen Hochschule auszuwählen.

Master's Thesis

Modulnummer	Modulbezeichnung	Modulart	Lehrform SWS	Sem.	SWS	Credits	Prüfungsart	Prüfungsdauer	Unterrichtssprache
WI900766	Master's Thesis (Master in Consumer Science)	Pflicht		4. Sem.		30 Credits			Englisch

Erläuterungen:

Sem. = empfohlenes Semester; SWS = Semesterwochenstunden; V = Vorlesung; Ü = Übung; Se = Seminar; VI = Vorlesung mit integrierter Übung.

III. Idealtypischer Studienplan

1. Semester (WiSe)	Credits
Pflichtmodule	18
Management-Schwerpunkt oder wirtschaftswissenschaftliche Wahlmodule	6
Wahlbereich in Consumer Science and Technology	6
Credits gesamt	30
2. Semester (SoSe)	
Pflichtmodule	6
Management-Schwerpunkt oder wirtschaftswissenschaftliche Wahlmodule	12
Wahlbereich in Consumer Science and Technology	12
Credits gesamt	30
3. Semester (WiSe)	
Management-Schwerpunkt oder wirtschaftswissenschaftliche Wahlmodule	12
Wahlbereich in Consumer Science and Technology	6
Projektstudium in Consumer Science	12
Credits gesamt	30
4. Semester (SoSe)	
Master's Thesis	30
Credits gesamt	30

ANLAGE 2: Eignungsverfahren

Eignungsverfahren für den Masterstudiengang Consumer Science an der Technischen Universität München

1. Zweck des Verfahrens

¹Die Qualifikation für den Masterstudiengang Consumer Science setzt neben den Voraussetzungen des § 36 Abs. 1 Nr. 1 bis 3 den Nachweis der Eignung gemäß § 36 Abs. 1 Nr. 4 nach Maßgabe der folgenden Regelungen voraus. ²Die besonderen Qualifikationen und Fähigkeiten der Bewerberinnen und Bewerber sollen dem Berufsfeld Consumer Science entsprechen. ³Einzelne Eignungsparameter sind:

- 1.1 Fähigkeit zu wissenschaftlicher sowie grundlagen- und methodenorientierter Arbeitsweise,
- 1.2 nachgewiesene Fachkenntnisse in empirischen Forschungsmethoden,
- 1.3 besondere Kompetenz zum wissenschaftlichen Arbeiten (dargelegt durch eine wissenschaftliche Ausarbeitung im Rahmen einer Abschlussarbeit, eines Projekts oder einer anderen vergleichbaren Leistung),
- 1.4 Fachsprachkompetenz in Englisch.

2. Verfahren zur Prüfung der Eignung

2.1 ¹Das Verfahren zur Prüfung der Eignung wird einmal jährlich durchgeführt. ²Die Satzung der Technischen Universität München über die Immatrikulation, Rückmeldung, Beurlaubung und Exmatrikulation (ImmatS) vom 6. Februar 2023 in der jeweils geltenden Fassung, insbesondere § 6, findet auf das Verfahren zur Feststellung der Eignung Anwendung.

2.2 ¹Die Anträge auf Durchführung des Eignungsverfahrens gemäß § 6 ImmatS sind zusammen mit den dort genannten Unterlagen als auch den in Nr. 2.3 sowie § 36 Abs. 1 Nr. 2 und 3 genannten Unterlagen für das Wintersemester im Online-Bewerbungsverfahren bis zum 31. Mai an die Technische Universität München zu stellen (Ausschlussfrist). ²Die Urkunde und das Zeugnis als Nachweis über das Bestehen des Bachelorstudiengangs müssen dem TUM Center for Study and Teaching - Bewerbung und Immatrikulation bis spätestens fünf Wochen nach Vorlesungsbeginn vorgelegt werden. ³Andernfalls ist die Aufnahme des Masterstudiengangs gemäß § 36 dieser Satzung noch nicht möglich.

2.3 Dem Antrag sind beizufügen:

- 2.3.1 ein Transcript of Records mit Modulen im Umfang von mindestens 140 Credits; das Transcript of Records muss von der zuständigen Prüfungsbehörde oder dem zuständigen Studiensekretariat ausgestellt sein,
- 2.3.2 das dem Erststudium zugrundeliegende Curriculum, aus dem die jeweiligen Modulhalte und die vermittelten Kompetenzen hervorgehen müssen (z. B. Modulhandbuch, Modulbeschreibungen),
- 2.3.3 ein tabellarischer Lebenslauf,
- 2.3.4 eine aus dem Transcript of Records abgeleitete Curricularanalyse, diese ist im Rahmen des Online-Bewerbungsverfahrens auszufüllen und in elektronischer Form in TUMonline hochzuladen,
- 2.3.5 ein in englischer Sprache abgefasstes Essay von mindestens 1500 und maximal 2000 Wörtern; das Essay muss als PDF-Dokument in TUMonline hochgeladen werden; der oder die Vorsitzende der Kommission kann ein oder mehrere Themen zur Wahl stellen; dies ist spätestens zum 1. April über TUMonline bekannt zu geben,

- 2.3.6 eine Versicherung, dass das Essay selbstständig und ohne fremde Hilfe und unter Einhaltung der Richtlinien zur Sicherung guter wissenschaftlicher Praxis und für den Umgang mit wissenschaftlichen Fehlverhalten an der Technischen Universität München angefertigt wurde und die aus fremden Quellen übernommenen Gedanken als solche gekennzeichnet sind,
- 2.3.7 optional für Bewerberinnen und Bewerber, die nicht nach § 36 Abs. 1 Nr. 3 verpflichtend einen GMAT-Score nachweisen müssen, einen Nachweis über einen GMAT-Score.

3. Kommission zum Eignungsverfahren

- 3.1 ¹Das Eignungsverfahren wird von der Kommission zum Eignungsverfahren und den Auswahlkommissionen durchgeführt. ²Der Kommission zum Eignungsverfahren obliegt die Vorbereitung des Verfahrens, dessen Organisation und die Sicherstellung eines strukturierten und standardisierten Verfahrens zur Feststellung der Eignung im Rahmen dieser Satzung; sie ist zuständig, soweit nicht durch diese Satzung oder Delegation eine andere Zuständigkeit festgelegt ist. ³Die Durchführung des Verfahrens gemäß Nr. 5 vorbehaltlich Nr. 3.2 Satz 11 obliegt den Auswahlkommissionen.
- 3.2 ¹Die Kommission zum Eignungsverfahren (Kommission) besteht aus fünf Mitgliedern. ²Diese werden durch die Dekanin oder den Dekan im Benehmen mit der Prodekanin oder dem Prodekan für Studium und Lehre (Vice Dean Academic and Student Affairs) aus dem Kreis der am Studiengang beteiligten prüfungsberechtigten Mitglieder der TUM School of Management bestellt. ³Mindestens drei der Kommissionsmitglieder müssen Hochschullehrerinnen oder Hochschullehrer im Sinne des BayHIG sein. ⁴Die Fachschaft hat das Recht, eine studentische Vertreterin oder einen studentischen Vertreter zu benennen, die oder der in der Kommission beratend mitwirkt. ⁵Für jedes Mitglied der Kommission wird je eine Stellvertreterin oder ein Stellvertreter bestellt. ⁶Die Kommission wählt aus ihrer Mitte eine Vorsitzende oder einen Vorsitzenden und eine stellvertretende Vorsitzende oder einen stellvertretenden Vorsitzenden. ⁷Für den Geschäftsgang gilt der Paragraph über die Verfahrensbestimmungen der Grundordnung der TUM in der jeweils geltenden Fassung. ⁸Die Amtszeit der Mitglieder beträgt ein Jahr. ⁹Verlängerungen der Amtszeit und Wiederbestellungen sind möglich. ¹⁰Unaufschiebbar Eilentscheidungen kann die oder der Vorsitzende anstelle der Kommission zum Eignungsverfahren treffen; hiervon hat sie oder er der Kommission unverzüglich Kenntnis zu geben. ¹¹Das Studienbüro unterstützt die Kommission zum Eignungsverfahren und die Auswahlkommissionen; die Kommission zum Eignungsverfahren kann dem Studienbüro die Aufgabe der formalen Zulassungsprüfung gemäß Nr. 4 sowie der Punktebewertung anhand vorher definierter Kriterien übertragen, bei denen kein Bewertungsspielraum besteht, insbesondere die Umrechnung der Note, die Feststellung der erreichten Gesamtpunktzahl, die Zusammenstellung der Auswahlkommissionen aus den von der Kommission bestellten Mitgliedern sowie die Zuordnung zu den Bewerberinnen und Bewerbern.
- 3.3 ¹Die Auswahlkommissionen bestehen jeweils aus zwei Mitgliedern aus dem Kreis der nach Art. 85 Abs. 1 Satz 1 BayHIG in Verbindung mit der Hochschulprüferverordnung im Studiengang prüfungsberechtigten Mitglieder der TUM School of Management. ²Mindestens ein Mitglied muss Hochschullehrerin oder Hochschullehrer im Sinne des BayHIG sein. ³Die Tätigkeit als Mitglied der Kommission zum Eignungsverfahren kann neben der Tätigkeit als Mitglied der Auswahlkommission ausgeübt werden. ⁴Die Mitglieder werden von der Kommission zum Eignungsverfahren für ein Jahr bestellt; Nr. 3.2 Satz 9 gilt entsprechend. ⁵Je Kriterium und Stufe können jeweils unterschiedliche Auswahlkommissionen eingesetzt werden.

4. Zulassung zum Eignungsverfahren

- 4.1 ¹Die Durchführung des Eignungsverfahrens setzt voraus, dass die in Nr. 2.2 genannten Unterlagen form- und fristgerecht, unter Einhaltung der Regeln guter wissenschaftlicher Praxis sowie vollständig vorliegen. ²Zur Feststellung, ob die Regeln guter wissenschaftlicher Praxis eingehalten wurden, wird das Essay mit einer speziellen Plagiatsprüfungssoftware überprüft.

- 4.2 ¹Wer die erforderlichen Voraussetzungen nach Nr. 4.1 erfüllt, wird im Eignungsverfahren gemäß Nr. 5 geprüft. ²Andernfalls ergeht ein mit Gründen und Rechtsbehelfsbelehrung versehener Ablehnungsbescheid. ³Kommt die Auswahlkommission zu dem Ergebnis, dass die Regeln guter wissenschaftlicher Praxis erheblich verletzt wurden, wird die Bewerberin oder der Bewerber vom laufenden Bewerbungsverfahren ausgeschlossen. ⁴Satz 2 gilt entsprechend.

5. Durchführung des Eignungsverfahrens

5.1 Erste Stufe der Durchführung des Eignungsverfahrens

- 5.1.1 ¹Es wird anhand der gemäß Nr. 2.3 geforderten schriftlichen Bewerbungsunterlagen beurteilt, ob die Bewerberinnen und Bewerber die Eignung zum Studium gemäß Nr. 1 besitzen (Erste Stufe der Durchführung des Eignungsverfahrens). ²Die eingereichten Unterlagen werden auf einer Skala von 0 bis 60 Punkten bewertet, wobei 0 das schlechteste und 60 das beste zu erzielende Ergebnis ist. ³Negative Punkte werden nicht vergeben.

Folgende Beurteilungskriterien gehen ein:

a) **Fachliche Qualifikation**

¹Die curriculare Analyse erfolgt dabei nicht durch schematischen Abgleich der Module, sondern auf der Basis von Kompetenzen. ²Sie orientiert sich an den in der folgenden Tabelle aufgelisteten elementaren Fächergruppen des Bachelorstudiengangs Technologie- und Managementorientierte Betriebswirtschaftslehre der Technischen Universität München.

Kernmodulgruppe	Punkte
Fachliche Grundlagen in den Themenfeldern Statistik, Empirische Forschungsmethoden, Quantitative Methoden, Mathematik im Umfang von mindestens 15 ECTS	10
Wissenschaftliche Ausarbeitung im Rahmen einer Bachelorarbeit, eines Projekts, eines wissenschaftlichen Aufsatzes oder einer vergleichbaren Leistung im Umfang von mindestens 5 ECTS, in der die Bewerberin oder der Bewerber ein Thema wissenschaftlich bearbeitet hat und die Methoden und Fachwissen ihrer oder seiner Fachrichtung angewendet hat	10
Module aus dem Bereich Betriebswirtschaftslehre/Management im Umfang von mindestens 10 ECTS oder Module aus dem Bereich Sozial-/Kommunikationswissenschaften im Umfang von 10 ECTS	10
Module aus dem Bereich Volkswirtschaftslehre im Umfang von mindestens 5 ECTS oder Module aus dem Bereich Consumer Behavior im Umfang von mindestens 5 ECTS	10
GESAMT	40

³Wenn festgestellt wurde, dass keine wesentlichen Unterschiede hinsichtlich der erworbenen Kompetenzen (Lernergebnisse) bestehen, werden maximal 40 Punkte vergeben. ⁴Bei fehlenden Kompetenzen werden für den jeweiligen Gruppentyp 0 Punkte vergeben. ⁵Ist gemäß § 36 Abs. 1 Nr. 3 ein GMAT-Score vorzulegen, wird bei entsprechendem erfolgreichem Nachweis davon ausgegangen, dass hinsichtlich der im Erstabschluss nachgewiesenen Kompetenzen keine wesentlichen Unterschiede bezüglich des Niveaus gegenüber der unter Nr. 5.1.1 a) Satz 2 genannten Referenzstudiengängen vorliegen und die curriculare Analyse entsprechend den o. g. Kriterien durchgeführt wird.

b) **Abschlussnote**

¹Für jede 2/10-Note, die der über Prüfungsleistungen im Umfang von 140 Credits errechnete Schnitt besser als 3,0 ist, wird ein Punkt vergeben. ²Die Maximalpunktzahl beträgt 10. ³Negative Punkte werden nicht vergeben. ⁴Bei ausländischen Abschlüssen oder wenn das Notensystem nicht mit dem der TUM übereinstimmt, wird die über die bayerische Formel umgerechnete Note herangezogen. ⁵Liegt zum Zeitpunkt der Bewerbung ein Transcript of Records mit mehr als 140 Credits vor, erfolgt die Beurteilung auf der Grundlage der am besten benoteten Module im Umfang von 140 Credits. ⁶Es obliegt den Bewerberinnen und

Bewerbern, diese im Rahmen des Antrags aufzulisten sowie die Richtigkeit der gemachten Angaben schriftlich zu versichern. ⁷Insoweit dies erfolgt, wird der Schnitt aus den besten benoteten Modulprüfungen im Umfang von 140 Credits errechnet. ⁸Der Schnitt wird als gewichtetes Notenmittel der Module errechnet. ⁹Die Notengewichte der einzelnen Module entsprechen den zugeordneten Credits. ¹⁰Fehlen diese Angaben, wird die von der Bewerberin oder dem Bewerber vorgelegte Gesamtdurchschnittsnote herangezogen.

Note	1,0/1,1	1,2/1,3	1,4/1,5	1,6/1,7	1,8/1,9	2,0/2,1	2,2/2,3	2,4/2,5	2,6/2,7	2,8/2,9	≥3,0
Punkte	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	0

c) **GMAT Score**

Der GMAT Score wird auf einer Skala von 0 bis 10 Punkten nach folgenden Kriterien bewertet:

GMAT certificate Percentile Ranking (%)	≤ 65 bis 71	von 72 bis 74	von 75 bis 79	von 80 bis 84	von 85 bis 88	von 89 bis 92	≥ 93
Punkte	0	1	2	4	6	8	10

5.1.2 Die Punktzahl der ersten Stufe ergibt sich aus der Summe der Einzelbewertungen, wobei auf ganze Punktzahlen aufgerundet wird.

5.1.3 Wer mindestens 50 Punkte erreicht hat, hat das Eignungsverfahren bestanden.

5.1.4 Wer weniger als 39 Punkte erreicht hat, hat das Eignungsverfahren nicht bestanden.

5.2 Zweite Stufe der Durchführung des Eignungsverfahrens

5.2.1 ¹Bei den übrigen Bewerberinnen und Bewerbern wird als zweite Stufe das Essay evaluiert. ²Im Rahmen der zweiten Stufe des Eignungsverfahrens werden die im Erststudium erworbenen fachlichen Qualifikationen, die Abschlussnote und das Ergebnis des Essays bewertet, wobei die im Erststudium erworbene Qualifikation mindestens gleichrangig zu berücksichtigen ist. ³Das Essay wird von beiden Auswahlkommissionsmitgliedern auf einer Skala von 0 bis 40 Punkten bewertet. ⁴Der Inhalt des Essays wird nach folgenden Kriterien bewertet:

⁵Die Bewerberinnen und Bewerber sollen in der Lage sein,

1. Fähigkeiten zu wissenschaftlich-logischer Argumentation mit grundlagen- und methodenorientiertem Textaufbau darzustellen sowie den Aufsatz in wissenschaftlicher Art und Weise unter korrekter Angabe von Quellen zu verfassen,
2. die Fragestellung im Kontext des Consumer Science einzuordnen,
3. sich in englischer Sprache auszudrücken.

5.2.2 Jedes Auswahlkommissionsmitglied bewertet unabhängig jedes der drei Kriterien, wobei die Kriterien wie folgt gewichtet werden:

1. Fähigkeiten zu wissenschaftlich-logischer Argumentation mit grundlagen- und methodenorientiertem Textaufbau darzustellen sowie den Aufsatz in wissenschaftlicher Art und Weise unter korrekter Angabe von Quellen zu verfassen: maximal 20 Punkte,
2. die Fragestellung im Kontext des Consumer Science einzuordnen: maximal 10 Punkte,
3. englischsprachige Ausdrucksfähigkeit: maximal 10 Punkte.

5.2.3 ¹Die Bewertung des Essays wird von der Auswahlkommission durchgeführt. ²Die beiden Auswahlkommissionsmitglieder bewerten unabhängig voneinander jedes der drei Kriterien. ³Die Punktzahl pro Auswahlkommissionsmitglied ergibt sich aus der Summe der gewichteten Bewertungen der einzelnen Kriterien. ⁴Die Gesamtbewertung ergibt sich aus dem arithmetischen Mittel der Bewertungen der zwei Auswahlkommissionsmitglieder, wobei auf ganze Punktzahlen aufgerundet wird. ⁵Die Maximalpunktzahl beträgt 40.

5.2.4 ¹Die Gesamtpunktzahl der zweiten Stufe ergibt sich als Summe der Punkte aus Nr. 5.2.3 sowie der Punkte aus Nr. 5.1.1 a) (fachliche Qualifikation) und Nr. 5.1.1 b) (Abschlussnote). ²Wer 69 oder mehr Punkte erreicht, hat das Eignungsverfahren bestanden. ³Bewerberinnen oder Bewerber mit einer Gesamtbewertung von weniger als 69 Punkten haben das Eignungsverfahren nicht bestanden.

5.3 Feststellung und Bekanntgabe des Ergebnisses

¹Das Ergebnis des Eignungsverfahrens wird anhand der erreichten Punktzahl festgestellt und durch einen Bescheid bekannt gegeben. ²Ablehnungsbescheide sind zu begründen und mit einer Rechtsbehelfsbelehrung zu versehen.

5.4. Die festgestellte Eignung gilt bei allen Folgebewerbungen für diesen Studiengang.

6. Dokumentation

Der Ablauf des Eignungsverfahrens ist zu dokumentieren, insbesondere müssen aus der Dokumentation die Namen der an der Entscheidung beteiligten Personen, die Namen der Bewerberinnen und Bewerber, die Beurteilung der ersten und zweiten Stufe, das Gesamtergebnis, sowie die wesentlichen Gründe für die Bewertung des Essays hervorgehen; die wesentlichen Gründe können stichwortartig aufgeführt werden.

7. Wiederholung

Wer das Eignungsverfahren nicht bestanden hat, kann sich einmal erneut zum Eignungsverfahren anmelden.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Akademischen Senats der Technischen Universität München vom 20. März 2024 sowie der Genehmigung durch den Präsidenten der Technischen Universität München vom 28. März 2024.

München, 28. März 2024

Technische Universität München

gez.
Thomas F. Hofmann
Präsident

Diese Satzung wurde am 28. März 2024 digital auf der Internetseite „<https://www.tum.de/satzungen>“ amtlich veröffentlicht. Zudem ist die Einsichtnahme zu den Dienstzeiten in den Räumlichkeiten des TUM Center for Study and Teaching - Recht, Arcisstraße 21, 80333 München, Raum 0561 gewährleistet. Der Tag der Bekanntmachung ist daher der 28. März 2024.