

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

Vom 10. März 2009

**Lesbare Gesamtversion
in der Fassung der 8. Änderungssatzung vom 23. August 2013**

Sie gilt für alle Studierenden, die ab dem Wintersemester 2013/2014 ihr Fachstudium an der Technischen Universität München aufnehmen.

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

Vorbemerkung zum Sprachgebrauch

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

Inhaltsverzeichnis:

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

Anlage 1: Prüfungsmodule

Anlage 2: Eignungsverfahren

§ 34

Geltungsbereich, akademischer Grad

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

§ 35

Studienbeginn, Regelstudienzeit, ECTS

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

§ 36

Qualifikationsvoraussetzungen

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

- g) einen an einer inländischen Berufsakademie erworbenen Abschluss in einem akkreditierten Bachelor- oder Masterstudiengang in den unter a) genannten Studiengängen,
2. das Bestehen des Eignungsverfahrens für den Masterstudiengang Consumer Affairs gemäß Anlage 2, und
 3. adäquate Kenntnisse der englischen Sprache. ¹Hierzu ist von Studierenden, deren Muttersprache bzw. Ausbildungssprache nicht Englisch ist, der Nachweis durch einen anerkannten Sprachtest (gemäß gemeinsamen europäischen Referenzrahmen Kompetenzstufe C1) wie den „Test of English as a Foreign Language“ (TOEFL), das „International English Language Testing System“ (IELTS) oder die „Cambridge Main Suite of English Examinations“ zu erbringen. ²Alternativ kann der Nachweis durch eine gute Note in Englisch (entsprechend mindestens 10 von 15 Punkten) in einer inländischen Hochschulzugangsberechtigung erbracht werden. ³Würden in dem grundständigen Studiengang Prüfungen im Umfang von 12 Credits in englischsprachigen Prüfungsmodulen erbracht, so sind hiermit ebenfalls adäquate Kenntnisse der englischen Sprache nachgewiesen.
- (2) Ein im Sinne von Abs. 1 Nr. 1 qualifizierter Hochschulabschluss liegt vor, wenn dieser die Ablegung von Prüfungsleistungen umfasst, die Prüfungsleistungen im wissenschaftlich orientierten einschlägigen Bachelorstudiengang gleichwertig sind und die den fachlichen Anforderungen des Masterstudiengangs Consumer Affairs entsprechen.
- (3) ¹Zur Feststellung nach Abs. 2 wird der Modulkatalog der einschlägigen in Abs. 1 Nr. 1 genannten Bachelorstudiengänge herangezogen, aus denen Vorlesungen im Umfang von 30 Credits nachzuweisen sind, die im Umfang und Anspruch gleichwertig zu entsprechenden Veranstaltungen der Technischen Universität München oder vergleichbaren Hochschulen sind. ²Wird dieser Nachweis nicht erbracht, so kann die Kommission zum Eignungsverfahren nach Anlage 2 Nr. 3 fordern, dass zum Nachweis der Qualifikation nach Abs. 1 diese Prüfungen als zusätzliche Grundlagenprüfungen gemäß Anlage 2 Nr. 5.1.4. abzulegen sind. ³Gegebenenfalls ist der Studienbewerber über diese Auflage nach Sichtung der Unterlagen im Rahmen der ersten Stufe des Eignungsverfahrens zu informieren.
- (4) Über die Vergleichbarkeit des Studiengangs, über die Feststellung der speziellen fachlichen Eignung sowie über die Gleichwertigkeit der an ausländischen Hochschulen erworbenen Hochschulabschlüsse entscheidet der Prüfungsausschuss unter Beachtung des Art. 63 Bayerisches Hochschulgesetz.

§ 37

Modularisierung, Modulprüfung, Lehrveranstaltungen, Studienrichtungen, Unterrichtssprache

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

- (4) Die Unterrichtssprache im Masterstudiengang Consumer Affairs ist Englisch, Ausnahmen werden in Anlage 1 aufgeführt.

§ 37a

Projektarbeit (Consumer oriented project work)

- (1) ¹Die Projektarbeit (Consumer oriented project work) besteht aus einer aktiven Mitarbeit an einem Praxis- oder Forschungsprojekt, das in Zusammenhang mit den Inhalten des Studienganges steht. ²Es ist von einer Gruppe, bestehend aus mindestens zwei Studierenden, abzulegen. ³Je nach Umfang und Arbeitsaufwand der Projektarbeit werden 6 oder 12 Credits vergeben. Für die Bewertung der Projektarbeit gilt § 17 APSO. ⁴Mit Projektarbeiten können im Rahmen der Wahlpflichtmodule insgesamt maximal 12 Credits erbracht werden.
- (2) Die Projektarbeit wird von einem hauptamtlichen Prüfer im Sinne der APSO betreut.

§ 37b

Allgemeinbildendes Modul

¹Insgesamt 6 Credits können als Wahlmodul aus dem Gesamtangebot der Technischen Universität München erbracht werden, sofern dies eine sinnvolle Ergänzung zum Studium darstellt. ²Der Studierende spricht dies mit einem von der Fakultät beauftragten Mentor ab.

§ 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 Semesters erfolgreich abgelegt werden. ²Bei Fristüberschreitung gilt § 10 Abs. 5 APSO.

§ 39

Prüfungsausschuss

Die für Entscheidungen in Prüfungsangelegenheiten zuständige Stelle gemäß § 29 APSO ist der Masterprüfungsausschuss der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften.

§ 40

Anrechnung von Studienzeiten, Studien- und Prüfungsleistungen

- (1) Die Anrechnung von Studienzeiten, Studien- und Prüfungsleistungen regelt § 16 APSO.
- (2) Abweichend von § 16 Abs. 2 APSO werden sämtliche Prüfungsleistungen, die im Rahmen des Master Programms EURECA an der Universität Aarhus (DK), der Universität Bologna (IT), der Universität Wageningen (NL) oder der Universität Warschau für Lebenswissenschaften (PL) erbracht werden, ohne Gleichwertigkeitsprüfung anerkannt.

§ 41

Studienbegleitendes Prüfungsverfahren

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

§ 42

Anmeldung und Zulassung zur Masterprüfung

- (1) ¹Mit der Immatrikulation in den Masterstudiengang Consumer Affairs gilt ein Studierender zu den Modulprüfungen der Masterprüfung als zugelassen. ²Die Master's Thesis darf nach dem Erwerb von insgesamt mindestens 75 Credits aus dem Masterstudiengang begonnen werden.
- (2) ¹Die Anmeldung zu einer Modulprüfung im Pflicht-, Wahlpflicht- und Wahlbereich regelt § 15 Abs. 1 APSO. ²Die Anmeldung zu einer entsprechenden Wiederholungsprüfung in einem nicht bestandenen Pflicht-/Wahlpflichtmodul regelt § 15 Abs. 2 APSO.
- (3) ¹Abweichend von Abs. 2 gilt der Studierende zu den studienbegleitenden Prüfungen in den Pflichtmodulen des Masterstudiengangs Consumer Affairs als gemeldet. ²Bei Nichterscheinen zum Prüfungstermin gilt die Modulprüfung als abgelegt und nicht bestanden, sofern nicht triftige Gründe gemäß § 10 Abs. 7 APSO vorliegen.

§ 43

Umfang der Masterprüfung

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

§ 44

Wiederholung, Nichtbestehen von Prüfungen

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

§ 45

Studienleistungen

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

§ 45 a Multiple-Choice- Verfahren

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

§ 46 Master's Thesis

- (1) ¹Gemäß § 18 APSO hat jeder Studierende im Rahmen der Masterprüfung eine Master's Thesis anzufertigen. ²Die Master's Thesis wird von einem Hochschullehrer der am EURECA-Programm beteiligten Universitäten bzw. einem am Masterstudiengang Consumer Affairs beteiligten Hochschullehrer der Technischen Universität München als fachkundigem Prüfenden im Sinne der APSO ausgegeben und betreut (Themensteller).
- (2) Die Master's Thesis darf frühestens nach § 42 Abs. 1 Satz 2, soll jedoch spätestens nach erfolgreicher Ablegung aller Modulprüfungen begonnen werden.
- (3) Die Zeit von der Ausgabe bis zur Ablieferung der Master's Thesis darf sechs Monate nicht überschreiten.
- (4) Die Master's Thesis soll in englischer Sprache abgefasst werden.
- (5) Für die Master's Thesis werden 30 Credits vergeben.

§ 47 Bestehen und Bewertung der Masterprüfung

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

§ 48 Zeugnis, Urkunde, Diploma Supplement

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

§ 49 Double Degree

- (1) ¹Die Technische Universität München, die Aarhus University, die Wageningen University und die Warsaw University of Life Sciences haben eine Kooperationsvereinbarung abgeschlossen. ²Im Masterstudiengang Consumer Affairs sollen Studienschwerpunkte im Rahmen des Masterprogramms EURECA an Partnerhochschulen gewählt werden. ³Die Wahlmodule der Studienschwerpunkte (Spezialisierungen) sind in der Regel nur an einer Hochschule in einem Semester zu wählen.
- (2) Für die Studierenden der Technischen Universität München (TUM), die an dem Double Degree Programm mit oben genannten Partnerhochschulen teilnehmen wollen, gelten die folgenden speziellen Regelungen:
 1. ¹Der Studierende hat das erste Fachsemester an der Technischen Universität München zu absolvieren. ²Er muss nach dem ersten Semester mindestens 24 Credits bzw. nach dem zweiten Semester mindestens 54 Credits erworben haben, um das Studium an einer in Abs. 1 Satz 1 genannten Partnerhochschule im zweiten bzw. dritten oder vierten Semester weiterzuführen.
 2. ¹Die erfolgreiche Teilnahme wird von den Hochschulen bestätigt. ²Die im Rahmen des Double Degree Programmes an den Partnerhochschulen zu erbringenden Leistungen richten sich nach den Prüfungsordnungen der jeweiligen Partnerhochschule.
- (3) Für Studierende der Partnerhochschulen, die an dem Double Degree Programm teilnehmen, gelten die folgenden speziellen Regelungen:
 1. Die Auswahl der Studierenden erfolgt über die Partnerhochschulen. Voraussetzung für die Auswahl ist ein mindestens sechssemestriger qualifizierter Bachelorabschluss in einschlägigen Fachgebieten.
 2. Die an der Partnerhochschule erbrachten Prüfungsleistungen im Umfang von mindestens 30 Credits und maximal 60 Credits werden gemäß § 40 Abs. 2 anerkannt.
 3. ¹An der Technischen Universität München sind Modulprüfungen aus dem in Anlage 1 aufgeführten Katalog der Wahlpflichtmodule im Umfang von mindestens 30 Credits erfolgreich abzulegen. ²Zusätzlich ist eine Master's Thesis zu bearbeiten, die von mindestens einem am Masterstudiengang Consumer Affairs beteiligten Hochschullehrer der Technischen Universität München als fachkundigem Prüfenden im Sinne der APSO ausgegeben und betreut wird. ³Alternativ zu den Bestimmungen in den Sätzen 1 und 2 können im Rahmen des Aufenthalts an der Technischen Universität München mindestens 60 Credits in den in Satz 1 genannten Wahlpflichtmodulen erworben werden.
- (4) § 35 Abs. 2 bleibt unberührt.

§ 50 In-Kraft-Treten

- (1) Diese Satzung tritt mit Wirkung vom 1. Oktober 2013 in Kraft. Sie gilt für alle Studierenden, die ab dem Wintersemester 2013/2014 ihr Fachstudium an der Technischen Universität München aufnehmen.

- (2) Abweichend von Abs. 1 Satz 2 gilt die Anlage 1 Prüfungsmodule bereits für Studierende, die ab dem Wintersemester 2011/2012 ihr Fachstudium aufgenommen haben.

Anlage 1: Prüfungsmodule

Prüfungsmodule der Technischen Universität München

Basics of Consumer Affairs (Pflichtmodule)

Für Teilnehmer, die an der Technischen Universität München beginnen, gilt: Die folgenden Pflichtmodule müssen erfolgreich absolviert werden.

Nr.	Modulbezeichnung	Modulart	Lehrform SWS/ V Ü P	Sem.	SWS	Credits	Prüfungsart	Prüfungsdauer	Unterrichtssprache
1	Consumer Economics & Policy	Pflicht	4 V	1. Sem.	4	6 Credits	Klausur	120 min	Englisch
2	Consumer Behaviour	Pflicht	3 V + 1 Ü	1. Sem.	4	6 Credits	Klausur	120 min	Englisch
3	Consumer Behaviour Research Methods	Pflicht	2 V + 2 Ü	1. Sem.	4	6 Credits	Klausur	120 min	Englisch
4	Research Methods	Pflicht	2 V + 2 Se	1. Sem.	4	6 Credits	Klausur, Seminararbeit, mdl. Prüfung, Hausarbeiten ¹⁾	150 min	Englisch

Elective Modules

Aus den „General Modules“, dem „General Knowledge Module“ und den Vertiefungen „Consumer, Technology and Innovation“ und „Sustainable Consumption“ sind insgesamt 66 Credits zu erbringen. Anbei ein beispielhafter Wahlkatalog; der geltende Wahlkatalog wird rechtzeitig vor Vorlesungsbeginn in geeigneter Weise durch die Fakultät für Wirtschaftswissenschaften bekannt gegeben.

General Modules in Consumer Affairs

Nr.	Modulbezeichnung	Modulart	Lehrform SWS/ V Ü P	Sem.	SWS	Credits	Prüfungsart	Prüfungsdauer	Unterrichtssprache
1	Verbraucherrecht	Wahl	4 V	1. Sem.	4	6 Credits	Klausur	120 min	Deutsch
2	German as a Foreign Language ³⁾	Wahl	4 Ü	1.-3. Sem.	4	6 Credits	Klausur	150 min	Deutsch
3	Applied Statistics	Wahl	1 V + 3 Se	2. Sem.	4	6 Credits	Klausur, Seminararbeit, mdl. Prüfung, Hausarbeiten ¹⁾	k.A.	Englisch
4	Consumer oriented project work Ia ⁴⁾	Wahl	k.A.	2./3. Sem.	k. A.	6 Credits	Klausur, Seminararbeit, mdl. Prüfung, Hausarbeiten ¹⁾	k.A.	Englisch

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

Spezialisierung Consumer, Technology and Innovation

Nr.	Modulbezeichnung	Modulart	Lehrform SWS/ V Ü P	Sem.	SWS	Credits	Prüfungsart	Prüfungsdauer	Unterrichtssprache
1	Consumer History	Wahl	2 V + 2 Se	2. Sem.	4	6 Credits	Präsentation, Bericht	k.A.	Englisch
2	Marketing and Innovation	Wahl	2 V + 2 Ü	2. Sem.	4	6 Credits	Klausur	120 min	Englisch
3	Case Study Seminar: Strategic Management of Technology and Innovation	Wahl	4 Se	2. Sem.	4	6 Credits	Hausarbeit, Präsentation	k.A.	Englisch
4	Food Economics	Wahl	2 V + 2 Se	3. Sem.	4	6 Credits	Klausur, Seminararbeit, mdl. Prüfung, Hausarbeiten ¹⁾	k.A.	Englisch
5	Advanced Technology and Innovation Management ⁵⁾	Wahl	4 V	3. Sem.	4	6 Credits	Klausur 90%, Präsentation 10%	120 min	Englisch
6	Life Science Economics and Policy	Wahl	4 V	3. Sem.	4	6 Credits	Klausur	90 min	Englisch
7	Regulatory Economics and Policy	Wahl	4 V	3. Sem.	4	6 Credits	Klausur	90 min	Englisch
8	Human Values and Business Ethics ⁶⁾	Wahl	3 V + 1 Se	3. Sem.	4	6 Credits	Klausur	120 min	Englisch

Spezialisierung Sustainable Consumption

Nr.	Modulbezeichnung	Modulart	Lehrform SWS/ V Ü P	Sem.	SWS	Credits	Prüfungsart	Prüfungsdauer	Unterrichtssprache
1	Transport Economy and Sociology	Wahl	5 V	1. Sem.	4	6 Credits	Zwei Klausuren	120 min	Englisch
2	Sustainability Marketing & Sustainable Consumption	Wahl	1 V + 3 Se	2. Sem.	4	6 Credits	Präsentation, Seminararbeit, Hausarbeit	k.A.	Englisch
3	Consumer Affairs Issues	Wahl	2 V + 2 Se	2. Sem.	4	6 Credits	Klausur Seminararbeit, Präsentation	120 min	Englisch
4	Environmental and Natural Resources Economics	Wahl	2 V + 2 Ü	2. Sem.	4	6 Credits	Klausur	120 min	Englisch
5	International Environmental Policy and Conflict Resolution	Wahl	3 V + 1 Se	2. Sem.	4	6 Credits	Hausarbeiten	k.A.	Englisch
6	Advanced Environmental and Natural Resource Economics	Wahl	2 V + 2 Se	3. Sem.	4	6 Credits	Klausur	120 min	Englisch
7	Transportation Policy	Wahl	4 Se	3. Sem.	4	6 Credits	Zwei Klausuren	120 min	Englisch
8	Value Chain Economics	Wahl	4 V	2. Sem.	4	6 Credits	Klausur	90 min	Englisch

General Knowledge Module (Elective Module)

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

Nr.	Modulbezeichnung	Modulart	Lehrform SWS/ V Ü P	Sem.	SWS	Credits	Prüfungsart	Prüfungsdauer	Unterrichtssprache
1	General Knowledge Module	Wahl	k.A.	1.-4. Sem.	k.A.	6 Credits	k.A.	k.A.	Englisch

Prüfungsmodule der Aarhus University

Basics of Consumer Affairs (Pflichtmodule):

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

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

Wahlmodule

Für Studierende, die am Austauschprogramm EURECA zwischen der Technischen Universität München und der Aarhus University teilnehmen, werden Kurse aus den Spezialisierungen „Marketing“ und „Consumer Affairs Management“ angeboten. Für Teilnehmer am Double Degree-Programm gilt: Es sind aus den Spezialisierungen „Marketing“ und „Consumer Affairs Management“ 30 Credits je Semester zu erbringen. Anbei ein beispielhafter Wahlkatalog; der geltende Wahlkatalog wird rechtzeitig vor Vorlesungsbeginn durch die Fakultät für Wirtschaftswissenschaften in geeigneter Weise bekannt gegeben.

Spezialisierung Marketing

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

Spezialisierung Consumer Affairs Management

Nr.	Modulbezeichnung	Modulart	Lehrform SWS/ V Ü P	Sem.	SWS	Credits	Prüfungsart	Prüfungsdauer	Unterrichtssprache
1	Consumer Affairs and Sustainability	Wahl	*	3. Sem.	*	5 Credits	Hausarbeit, Präsentation	k.A.	Englisch
2	European Consumer Law ⁸⁾	Wahl	*	3. Sem.	*	5 Credits	mdl. Prüfung	k.A.	Englisch
3	Social Marketing	Wahl	*	3. Sem.	*	5 Credits	Hausarbeit, Präsentation	k.A.	Englisch
4	Issues Management and Sustainability	Wahl	*	3. Sem.	*	5 Credits	Präsentation, Hausarbeit	k.A.	Englisch
5	Business Ethics ⁹⁾	Wahl	*	3. Sem.	*	5 Credits	Präsentation, Hausarbeit	k.A.	Englisch
6	European Consumer Policy	Wahl	*	3. Sem.	*	5 Credits	Präsentation, Hausarbeit	k.A.	Englisch
7	Advanced Topics in Consumer Affairs Management Ia	Wahl	*	3. Sem.	*	5 Credits	Klausur, Hausarbeit, mdl. Prüfung, Präsentation	k.A.	Englisch
8	Advanced Topics in Consumer Affairs Management Ib	Wahl	*	3. Sem.	*	5 Credits	Klausur, Hausarbeit, mdl. Prüfung, Präsentation	k.A.	Englisch
9	Advanced Topics in Consumer Affairs Management II	Wahl	*	3. Sem.	*	10 Credits	Klausur, Hausarbeit, mdl. Prüfung, Präsentation	k.A.	Englisch

Prüfungsmodule der Wageningen University

Consumer Studies

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

Spezialisierung Consumer Studies

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

Wahlmodule

Für Studierende, die am Austauschprogramm EURECA zwischen der Technischen Universität München und der Wageningen University teilnehmen, werden Wahlmodule angeboten. Für Teilnehmer am Double Degree-Programm gilt: Es sind aus diesen Wahlmodulen 30 Credits je Semester zu erbringen. Anbei ein beispielhafter Wahlkatalog; der geltende Wahlkatalog wird rechtzeitig vor Vorlesungsbeginn durch die Fakultät für Wirtschaftswissenschaften in geeigneter Weise bekannt gegeben.

Nr.	Modulbezeichnung	Modulart	Lehrform SWS/ V Ü P	Sem.	SWS	Credits	Prüfungsart	Prüfungsdauer	Unterrichtssprache
1	Academic Consultancy Training	Wahl	*	2. Sem.	*	9 Credits	Hausarbeit, Präsentation	k.A.	Englisch
2	Sensory Perception and Consumer Preference	Wahl	*	2. Sem.	*	6 Credits	Klausur	180 min	Englisch
3	Sustainable Marketing	Wahl	*	2. Sem.	*	6 Credits	Klausur	180 min	Englisch
4	Consumer Behavior: Concepts and Research Methods ¹⁰⁾	Wahl	*	2. Sem.	*	6 Credits	Klausur, Projektbericht	180 min	Englisch
5	Selected Themes in Marketing and Consumer Behaviour	Wahl	*	2. Sem.	*	6 Credits	Klausur	180 min	Englisch
6	Human oriented Product Design	Wahl	*	3. Sem.	*	6 Credits	Klausur, Projektbericht, Präsentation	180 min	Englisch
7	Academic Consultancy Training	Wahl	*	2./ 3. Sem.	*	9 Credits	Hausarbeit, Projektbericht, Präsentation	k.A.	Englisch
8	Capita Selecta Marketing and Consumer Behaviour	Wahl	*	3. Sem.	*	3 Credits	Klausur	180 min	Englisch
9	Food Law	Wahl	*	3. Sem.	*	6 Credits	Klausur, Seminararbeit, mdl. Prüfung, Hausarbeiten ¹⁾	180 min	Englisch
10	Product Properties and Consumer Wishes	Wahl	*	3. Sem.	*	6 Credits	Klausur 40%, Hausarbeit 60%	180 min	Englisch
11	Communication and Organizations	Wahl	*	3. Sem.	*	6 Credits	Klausur, Hausarbeit	180 min	Englisch
12	Advanced Topics in Consumer Studies	Wahl	*	2./ 3. Sem.	*	6 Credits	Klausur, Präsentation, Hausarbeit	k.A.	Englisch

Spezialisierung Marketing Management

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

Nr.	Modulbezeichnung	Modulart	Lehrform SWS/ V Ü P	Sem.	SWS	Credits	Prüfungsart	Prüfungsdauer	Unterrichtssprache
1	Advanced Communication Science	Wahl	*	1. Sem.	*	6 Credits	Hausarbeit, Präsentation	180 min	Englisch
2	Quantitative Data Analysis: Multivariate Techniques	Wahl	*	1. Sem.	*	6 Credits	Klausur, Seminararbeit, mdl. Prüfung, Hausarbeiten ¹⁾	180 min	Englisch
3	Seminar	Wahl	*	1. Sem.	*	6 Credits	Projektbericht, Präsentation	180 min	Englisch
4	Organization of the Agribusiness	Wahl	*	1. Sem.	*	6 Credits	Klausur, Seminararbeit, mdl. Prüfung, Hausarbeiten ¹⁾	180 min	Englisch
5	Modular Skills Training	Wahl	*	1./ 2. Sem.	*	3 Credits	Klausur, Präsentation, Hausarbeit	k.A.	Englisch
6	One optional course	Wahl	*	1. Sem.	*	6 Credits	Klausur	180 min	Englisch
7	Food Ethics	Wahl	*	1. Sem.	*	3 Credits	Hausarbeit, Präsentation	k.A.	Englisch

Wahlmodule

Für Studierende, die am Austauschprogramm EURECA zwischen der Technischen Universität München und der Wageningen University teilnehmen, werden Wahlmodule angeboten. Für Teilnehmer am Double Degree-Programm gilt: Es sind aus diesen Wahlmodulen 30 Credits je Semester zu erbringen. Anbei ein beispielhafter Wahlkatalog; der geltende Wahlkatalog wird rechtzeitig vor Vorlesungsbeginn durch die Fakultät für Wirtschaftswissenschaften in geeigneter Weise bekannt gegeben.

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

Prüfungsmodule der Warsaw University of Life Sciences

Pflichtmodule

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

Nr.	Modulbezeichnung	Modulart	Lehrform SWS/ V Ü P	Sem.	SWS	Credits	Prüfungsart	Prüfungsdauer	Unterrichtssprache
1	Mathematical Statistics	Pflicht	*	1. Sem.	*	4 Credits	Klausur, Präsentation, Hausarbeit	120 min	Englisch
2	Forecasting Business Processes	Pflicht	*	1. Sem.	*	5 Credits	Klausur, Hausarbeit	120 min	Englisch
3	Advanced Macroeconomics	Pflicht	*	1. Sem.	*	3 Credits	Klausur, Hausarbeit, Präsentation	120 min	Englisch
4	Business Law	Pflicht	*	1. Sem.	*	3 Credits	Klausur 60%, Präsentation, Seminararbeit 40%	120 min	Englisch
5	Financial and Capital Markets	Pflicht	*	1. Sem.	*	4 Credits	Klausur, Hausarbeit, Präsentation	120 min	Englisch
6	Managerial Economics	Pflicht	*	1. Sem.	*	4 Credits	Klausur	120 min	Englisch
7	Consumer Behaviour	Pflicht	*	1. Sem.	*	6 Credits	Klausur	120 min	Englisch

Wahlmodule

Für Studierende, die am Austauschprogramm EURECA zwischen der Technischen Universität München und der Warsaw University of Life Sciences teilnehmen, werden Kurse aus den Spezialisierungen „Economics and Management“ und „Food Policy and Management“ angeboten. Für Teilnehmer am Double Degree-Programm gilt: Es sind aus den Spezialisierungen „Economics and Management“ und „Food Policy and Management“ 30 Credits je Semester zu erbringen. Anbei ein beispielhafter Wahlkatalog; der geltende Wahlkatalog wird rechtzeitig vor Vorlesungsbeginn durch die Fakultät für Wirtschaftswissenschaften in geeigneter Weise bekannt gegeben.

Spezialisierung Economics and Management

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

Spezialisierung Food Policy and Management

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

Prüfungsmodule der University of Bologna

Basics of Consumer Affairs (Pflichtmodule):

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

Nr.	Modulbezeichnung	Modulart	Lehrform SWS/ V Ü P	Sem.	SWS	Credits	Prüfungsart	Prüfungsdauer	Unterrichtssprache
1	Consumer Behaviour and Research Methods	Pflicht	*	1. Sem.	*	6 Credits	Klausur	k.A.	Englisch
2	Consumer Economics and Policy	Pflicht	*	1. Sem.	*	6 Credits	Klausur	120 min	Englisch
3	European Union Consumer Law	Pflicht	*	1. Sem.	*	6 Credits	Klausur	120 min	Englisch
4	Research Methods in Economics/Colloquium in Economics	Pflicht	*	1. Sem.	*	12 Credits	Hausarbeit, Präsentation	k.A.	Englisch

Wahlmodule

Für Studierende, die am Austauschprogramm EURECA zwischen der Technischen Universität München und der University of Bologna teilnehmen, werden Kurse aus den Spezialisierungen „Consumer Economics“ und „Markets and Innovation“ angeboten. Für Teilnehmer am Double Degree-Programm gilt: Es sind aus den Spezialisierungen „Economics and Management“ und „Food Policy and Management“ 30 Credits je Semester zu erbringen. Anbei ein beispielhafter Wahlkatalog; der geltende Wahlkatalog wird rechtzeitig vor Vorlesungsbeginn durch die Fakultät für Wirtschaftswissenschaften in geeigneter Weise bekannt gegeben.

Spezialisierung Consumer Economics

Nr.	Modulbezeichnung	Modulart	Lehrform SWS/ V Ü P	Sem.	SWS	Credits	Prüfungsart	Prüfungsdauer	Unterrichtssprache
1	Advanced Mathematics for Economics	Wahl	*	1./3. Sem.	*	12 Credits	Klausur, mdl. Prüfung	120 min	Englisch
2	Applied Microeconomics	Wahl	*	1./3. Sem.	*	12 Credits	Klausur	120 min	Englisch
3	Public Law and Regulation	Wahl	*	1./3. Sem.	*	6 Credits	Klausur, Präsentation	120 min	Englisch
4	Environmental Economics	Wahl	*	1./3. Sem.	*	6 Credits	Klausur	120 min	Englisch
5	Econometrics	Wahl	*	2. Sem.	*	12 Credits	Klausur, Hausarbeit	120 min	Englisch
6	Managerial Accounting	Wahl	*	2. Sem.	*	12 Credits	Klausur	120 min	Englisch
7	Seminars	Wahl	*	2. Sem.		3 Credits	k.A.	k.A.	Englisch
8	Advanced Topics in Marketing I	Wahl	*	2./3. Sem.	*	6 Credits	Klausur, Hausarbeit, mdl. Prüfung, Präsentation	k.A.	Englisch
9	Advanced Topics in Marketing II	Wahl	*	2./3. Sem.	*	12 Credits	Klausur, Hausarbeit, mdl. Prüfung, Präsentation	k.A.	Englisch

Spezialisierung Markets and Innovation

Nr.	Modulbezeichnung	Modulart	Lehrform SWS/ V Ü P	Sem.	SWS	Credits	Prüfungsart	Prüfungsdauer	Unterrichtssprache
1	Advanced Mathematics for Economics	Wahl	*	1./3. Sem.	*	12 Credits	Klausur, mdl. Prüfung	120 min	Englisch
2	Applied Financial Economics	Wahl	*	1./3. Sem.	*	6 Credits	Klausur, Präsentation	120 min	Englisch
3	Development and Growth	Wahl	*	1./3. Sem.	*	6 Credits	Klausur	120 min	Englisch
4	Industrial Organization	Wahl	*	1./3. Sem.	*	6 Credits	Klausur	120 min	Englisch
5	Strategic Management	Wahl	*	1./3. Sem.	*	12 Credits	Klausur, Präsentation	120 min	Englisch
6	Applied Macroeconomics	Wahl	*	2. Sem.	*	6 Credits	Klausur, Präsentation	120 min	Englisch
7	Econometrics	Wahl	*	2. Sem.	*	12 Credits	Klausur, Präsentation	120 min	Englisch
8	Financial Risk Management	Wahl	*	2. Sem.	*	6 Credits	Klausur, Präsentation	120 min	Englisch
9	Seminars	Wahl	*	2. Sem.	*	3 Credits	Klausur, Präsentation	60 min	Englisch
10	Advanced Topics in Consumer Affairs Management I	Wahl	*	2./3. Sem.	*	6 Credits	Klausur, Hausarbeit, mdl. Prüfung, Präsentation	k.A.	Englisch
11	Advanced Topics in Consumer Affairs Management II	Wahl	*	2./3. Sem.	*	12 Credits	Klausur, Hausarbeit, mdl. Prüfung, Präsentation	k.A.	Englisch

Erläuterungen:

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

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

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

Anmerkungen:

- 1) Alle aufgeführten Prüfungsformen sind möglich. Näheres, insbesondere Anzahl, Umfang und Notenermittlung dieser Prüfungsleistung werden spätestens zwei Wochen vor Vorlesungsbeginn in geeigneter Weise den Studierenden verbindlich bekannt gegeben.
- 2) Die Lehrveranstaltungen innerhalb des Moduls können entweder in deutscher oder englischer Sprache abgehalten werden. Der Prüfende gibt den Studierenden die Unterrichtssprache spätestens zwei Wochen vor Vorlesungsbeginn in geeigneter Weise verbindlich bekannt.
- 3) Die Wahl des Sprachmoduls ist im Masterstudiengang Consumer Affairs auf insgesamt 6 Credits begrenzt. Das Sprachmodul wird für die Niveaus A1/1 bis B1/2 angeboten.
- 4) Die Wahl von Projektmodulen ist im Masterstudiengang Consumer Affairs auf insgesamt 12 Credits begrenzt.
- 5) Studierende, die an der Aarhus University den Kurs „Innovation Management“ belegt bzw. absolviert haben, können an der Technischen Universität München nicht den Kurs „Advanced Technology and Innovation Management“ belegen.
- 6) Studierende, die an der Aarhus University den Kurs „Business Ethics“ belegt bzw. absolviert haben, können an der Technischen Universität München nicht den Kurs „Human Values and Business Ethics“ belegen.
- 7) Studierende, die an der Technischen Universität München das Modul „Advanced Technology and Innovation Management“ belegt bzw. absolviert haben, können an der Aarhus University nicht den Kurs „Innovation Management“ belegen.
- 8) Studierende, die an der Technischen Universität München das Modul „Verbraucherrecht“ belegt bzw. absolviert haben, können an der Aarhus University nicht den Kurs „European Consumer Law“ belegen.
- 9) Studierende, die an der Technischen Universität München das Modul „Human Values and Business Ethics“ belegt bzw. absolviert haben, können an der Aarhus University nicht den Kurs „Business Ethics“ belegen.
- 10) Studierende, die an der Technischen Universität München das Modul „Consumer Behaviour“ bzw. „Consumer Behaviour Research Methods“ belegt bzw. absolviert haben, können an der Wageningen University nicht den Kurs „Consumer Behavior: Concepts and Research Methods“ belegen.

Creditbilanz der jeweiligen Semester

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

Semester	Credits Pflichtmodule	Credits Pflichtmodule Studienleistung	Credits Wahlpflichtmodule	Credits Wahlmodule	Credits Master's Thesis	SWS***	Gesamtcredits
1	24	0	6	0	0	20	30
2	0	0	30*/0**	0*/30**	0	20	30
3	0	0	30*/0**	0*/30**	0	20	30
4	0	0	0	0	30	0	30
						Gesamt:	120

Erläuterungen:

- * Bei Belegung des Semesters an der Technischen Universität München.
- ** Bei Belegung des Semesters an einer der Partnerhochschulen.
- *** Teilweise höhere Werte.

ANLAGE 2: Eignungsverfahren

Eignungsverfahren für den Masterstudiengang Consumer Affairs an der Technischen Universität München

1. Zweck des Verfahrens

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

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

2. Verfahren zur Prüfung der Eignung

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

- 2.2 ¹Die Anträge auf Zulassung zum Eignungsverfahren für das Wintersemester sind zusammen mit den Unterlagen nach Nr. 2.3.2 einschließlich 2.3.5 bis zum 31. Mai an die Technische Universität München zu stellen. ²Unterlagen gemäß Nr. 2.3.1 (insbesondere Transcript of Records) können für das Wintersemester bis zum 15. August nachgereicht werden. Zeugnis und Urkunde können für das Wintersemester bis zum 15. August nachgereicht werden.

2.3 Dem Antrag sind beizufügen:

- 2.3.1 ein Nachweis über einen Hochschulabschluss gemäß § 36; liegt dieser Nachweis zum Zeitpunkt der Antragstellung noch nicht vor, muss ein vollständiger Nachweis der Studien- und Prüfungsleistungen im Erststudium (Transcript of Records) beigefügt werden; der Nachweis über den Hochschulabschluss ist unverzüglich nach Erhalt vorzulegen,
- 2.3.2 ein tabellarischer Lebenslauf,
- 2.3.3 eine schriftliche Begründung von maximal 1 bis 2 DIN-A4 Seiten für die Wahl des Studiengangs Consumer Affairs an der Technischen Universität München, in der der Bewerber darlegt, aufgrund welcher spezifischer Begabungen und Interessen er sich für den Masterstudiengang Consumer Affairs an der Technischen Universität München besonders geeignet hält. Weitere Anhaltspunkte für die schriftliche Begründung liefern die in Nr. 1 Satz 3 aufgeführten Eignungsparameter;
- 2.3.4 ein in englischer Sprache abgefasster Aufsatz von 2.000 Wörtern. Der Vorsitzende der Kommission kann ein oder mehrere Themen zur Wahl stellen. Dies ist den Bewerbern spätestens bis zum 15. Februar bekannt zu geben;
- 2.3.5 eine Versicherung, dass der Bewerber die Begründung für die Wahl des Studiengangs und den Aufsatz selbständig und ohne fremde Hilfe angefertigt hat und die aus fremden Quellen übernommenen Gedanken als solche gekennzeichnet hat;

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

3. Kommission zum Eignungsverfahren

- 3.1 ¹Das Eignungsverfahren wird von einer Kommission durchgeführt, der in der Regel der für den Masterstudiengang Consumer Affairs zuständige Studiendekan bzw. der Vorsitzende der Eignungsfeststellungskommission, mindestens zwei Hochschullehrer und mindestens ein wissenschaftlicher Mitarbeiter angehören. ²Mindestens die Hälfte der Kommissionsmitglieder

müssen Hochschullehrer sein. ³Ein studentischer Vertreter wirkt in der Kommission beratend mit.

3.2 ¹Die Bestellung der Mitglieder erfolgt durch den Fakultätsrat im Benehmen mit dem Studiendekan. ²Mindestens ein Hochschullehrer wird als stellvertretendes Mitglied der Kommission bestellt. ³Den Vorsitz der Kommission führt in der Regel der Studiendekan. ⁴Für den Geschäftsgang gilt Art. 41 BayHSchG in der jeweils geltenden Fassung.

4. Zulassung zum Eignungsverfahren

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

4.2 Mit den Bewerbern, die die erforderlichen Voraussetzungen erfüllen, wird das Eignungsverfahren gemäß Nr. 5 durchgeführt.

4.3 Bewerber, die nicht zugelassen werden, erhalten einen mit Gründen und Rechtsbehelfsbelehrung versehenen Ablehnungsbescheid.

5. Durchführung des Eignungsverfahrens

5.1 Erste Stufe der Durchführung des Eignungsverfahrens

5.1.1 Die Kommission beurteilt anhand der eingehenden schriftlichen Bewerbungsunterlagen, ob ein Bewerber die Eignung zum Studium gemäß Nr. 1 besitzt (Erste Stufe der Durchführung des Eignungsverfahrens). ²Dazu werden die schriftlichen Unterlagen zunächst von jeweils zwei Kommissionsmitgliedern gesichtet und selbständig bewertet. ³Die Kommission prüft sodann auf der Grundlage der eingereichten Bewerbungsunterlagen, ob der Bewerber sich aufgrund seiner nachgewiesenen Qualifikation und seiner dargelegten spezifischen Begabungen und Fähigkeiten für das Studium eignet. ⁴Die Kommission hat die eingereichten Unterlagen auf einer Skala von 0 bis 15 Punkten zu bewerten, wobei 0 das schlechteste und 15 das beste zu erzielende Ergebnis ist.

5.1.2 Zur Berechnung der Punktzahl werden die folgenden Auswahlkriterien herangezogen:

a) Die Vorbildung wird berücksichtigt durch die Abschlussnote (10 Punkte) und die Forschungsorientierung des Vorstudiums (5 Punkte). Die Punkte werden im Einzelnen wie folgt vergeben: a) Erfolg im Erststudium (Abschlussnote aus dem Studium auf der Grundlage von §17 (7) APSO): Für Kategorie A werden 10 Punkte, für Kategorie B 4 Punkte und für Kategorie C oder schlechter 0 Punkte vergeben. Noten anderer Notenskalen sind nach §16 (9) bzw. §17 (7) APSO umzurechnen, Zwischennoten werden ggf. berücksichtigt. b) Im Erststudium erworbene Fähigkeiten zum wissenschaftlichen Arbeiten (wissenschaftliche Ausrichtung des Studiums (Universitätsstudium ja: 3 Punkte; nein: 0 Punkte) und durch belegte Fächer im Erststudium wie bspw. Statistik und empirische Forschungsmethoden; ja: 2 Punkte; nein: 0 Punkte); 2-fach.

b) Lebenserfahrung in den Bereichen Leben im Ausland, Berufserfahrung oder Praktika mit Relevanz für Consumer Affairs, Freiwilligenarbeit, Preise/ Auszeichnungen, erhaltene Stipendien (jeweils ja: 3 Punkte; nein: 0 Punkte); max. 15 Punkte

c) der Aufsatz für die Bewerbung zum Studiengang Consumer Affairs wird auf einer Skala von 0 bis 15 Punkten bewertet, wobei 0 Punkte das schlechteste und 15 Punkte das beste zu erzielende Ergebnis ist.

5.1.3 Die Gesamtpunktzahl für die erste Stufe des Eignungsverfahrens ergibt sich durch Addition der Einzelpunktzahlen von a) bis c) geteilt durch vier. ²Nichtverschwindende Kommastellen sind aufzurunden.

5.1.4 Bewerber die mindestens 11 Punkte erreicht haben, erhalten eine Bestätigung über das bestandene Eignungsverfahren. In Fällen, in denen gem. § 36 Abs. 4 festgestellt wurde, dass

formal Prüfungsleistungen im Bereich von Wirtschafts- und Sozialwissenschaften im Umfang von nicht mehr als 6 Credits fehlen, kann die Kommission zum Eignungsverfahren als Auflage fordern, dass diese Prüfungen als zusätzliche Grundlagenprüfungen abzulegen sind.²Dies ist auch bei einer Zulassung nach Satz 1 möglich. Meldet sich der Studierende zu diesen Grundlagenprüfungen nicht so rechtzeitig an, dass sie im ersten Studienjahr abgelegt werden können, so gelten sie als erstmals abgelegt und nicht bestanden.³Nicht bestandene Grundlagenprüfungen dürfen nur einmal zum nächsten Prüfungstermin wiederholt werden. Der Prüfungsausschuss kann die Zulassung zu einzelnen Modulprüfungen vom Bestehen der Grundlagenprüfungen abhängig machen.

5.1.5 Ungeeignete Bewerber mit weniger als 6 Punkten erhalten einen mit Gründen und Rechtsbehelfsbelehrung versehenen Ablehnungsbescheid, der von der Leitung der Hochschule zu unterzeichnen ist oder maschinell erstellt wird.²Die Unterschriftsbefugnis kann auf den Vorsitzenden der Kommission delegiert werden.

5.2 Zweite Stufe der Durchführung des Eignungsverfahrens

5.2.1 Die übrigen Bewerber werden zu einem Eignungsgespräch eingeladen. Der Termin für das Eignungsgespräch wird mindestens eine Woche vorher bekannt gegeben.²Zeitfenster für eventuell durchzuführende Eignungsgespräche müssen vor Ablauf der Bewerbungsfrist festgelegt sein.³Der festgesetzte Termin des Gesprächs ist vom Bewerber einzuhalten.⁴Ist der Bewerber aus von ihm nicht zu vertretenden Gründen an der Teilnahme am Eignungsgespräch verhindert, so kann auf begründeten Antrag ein Nachtermin bis spätestens zwei Wochen vor Vorlesungsbeginn anberaumt werden.

5.2.2 Das Eignungsgespräch ist für jeden Bewerber einzeln durchzuführen.²Das Gespräch wird in englischer Sprache geführt und umfasst eine Dauer von mindestens 20 und höchstens 30 Minuten je Bewerber. Mit Einverständnis des Bewerbers kann ein studentischer Vertreter als Zuhörer zugelassen werden.

5.2.3 Der Inhalt des Gespräches erstreckt sich auf folgende Schwerpunkte:

- Motivation für den Masterstudiengang Consumer Affairs
- Allgemeinkenntnisse von wirtschaftlichen und sozialwissenschaftlichen Sachverhalten
- Analysefähigkeit von wirtschaftlichen und sozialwissenschaftlichen Problemstellungen
- Wissenschaftliche und logische Ausdrucksfähigkeit
- Sprachliche Ausdrucksfähigkeit

Fachwissenschaftliche Kenntnisse die erst indem Masterstudiengang Consumer Affairs vermittelt werden sollen, entscheiden nicht. In dem Gespräch muss der Bewerber den Eindruck bestätigen, das er für den Studiengang geeignet ist.

5.2.4 Das Eignungsgespräch wird von mindestens zwei Mitgliedern der Kommission durchgeführt.²Jedes der Mitglieder bewertet unabhängig jeden der 5 Schwerpunkte auf einer Skala von 0 bis 15, wobei 0 das schlechteste und 15 das beste zu erzielende Ergebnis ist. Die Punktzahl des Bewerbers ergibt sich aus dem arithmetischen Mittel der summierten Einzelbewertungen geteilt durch fünf, wobei die fünf Schwerpunkte gleich gewichtet werden. Nichtverschwindende Kommastellen sind aufzurunden. Bewerber, die 11 Punkte oder mehr erreicht haben, werden als geeignet eingestuft.

5.2.5 Das Ergebnis des Eignungsverfahrens wird dem Bewerber – ggf. unter Beachtung der nach Nr. 5.1.4 Satz 2 bereits festgelegten Auflagen - schriftlich mitgeteilt.²Der Bescheid ist von der Leitung der Hochschule zu unterzeichnen oder wird maschinell erstellt.³Die Unterschriftsbefugnis kann auf den Vorsitzenden der Kommission übertragen werden.⁴Ein Ablehnungsbescheid ist mit Begründung und einer Rechtsbehelfsbelehrung zu versehen.

5.2.6 Zulassungen im Masterstudiengang Consumer Affairs gelten bei allen Folgebewerbungen in diesem Studiengang.

6. Niederschrift

¹Über den Ablauf des Eignungsverfahrens ist eine Niederschrift anzufertigen, aus der Tag, Dauer und Ort des Eignungsverfahrens, die Namen der Kommissionsmitglieder, die Namen der Bewerber und die Beurteilung der Kommissionsmitglieder sowie das Gesamtergebnis ersichtlich sein müssen.

²Aus der Niederschrift müssen die wesentlichen Gründe und die Themen des Gesprächs mit den Bewerbern ersichtlich sein; die wesentlichen Gründe und die Themen können stichwortartig aufgeführt werden.

7. Wiederholung

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