

**Anhang zum MAS-Studienreglement vom 31. Juli 2009 der Hochschule
Luzern - Wirtschaft, geltend für die MAS Communication
Management und MAS Brand and Marketing Management**

*Die Studienleitungen der MAS Communication Management und MAS Brand and
Marketing Management,*

*gestützt auf Art. 7 Absatz 2, Art. 7 Abs. 5 sowie Art. 10 Abs. 5 des MAS-
Studienreglements vom 31. Juli 2009 der Hochschule Luzern – Wirtschaft*

beschliessen:

Inhaltsverzeichnis

1. Grundsatz	2
2. Struktur und Modulangebot	2
3. Anerkennung von CAS-Kursen	2
4. Abschluss und Titel	3
5. Zulassungsbedingungen	3
6. Promotion.....	4
7. Rückzug der Anmeldung und Reservierung von Studienplätzen	4
8. ECTS-Credits	4
9. Leistungsnachweise zum Abschluss der CAS-Kurse.....	5
10. Leistungsnachweise zum Abschluss der MAS-Programme	5
10.1. Masterarbeit	6
10.2. Mündliche Masterprüfung.....	6
10.3. Transferarbeit als Praxisnachweis	6
11. Notenberechnung.....	7
12. Inkrafttreten.....	7
13. Übergeordnetes Recht.....	7
14. Rechtsmittel	7
15. Übergangsbestimmungen	7

Anhang: Modulangebot

1. Grundsatz

Dieser Anhang betreffend die Weiterbildungsangebote des Instituts für Kommunikation und Marketing (nachfolgend „IKM“) spezifiziert das Studienreglement für die Weiterbildungsangebote an der Hochschule Luzern Wirtschaft vom 31. Juli 2009. Er regelt im Detail die Rechte und Pflichten des IKM sowie deren Studierenden in der Weiterbildung.

2. Struktur und Modulangebot

¹Das Weiterbildungsangebot umfasst inhaltlich abgegrenzte CAS-Kurse. Jeder CAS-Kurs kann einzeln belegt und mit einem Zertifikat der Hochschule Luzern abgeschlossen werden. Durch die individuelle Kombination von drei CAS-Kursen sowie die anschliessende Belegung eines Diplomsemesters können die Studierenden bei erfolgreicher Absolvierung der Leistungsnachweise (siehe nachfolgende Ziffern 9 und 10) einen MAS-Abschluss der Hochschule Luzern erwerben.

²Welchen MAS-Abschluss die Studierenden erwerben, hängt von der Wahl der CAS-Kurse ab. Die Wahlmöglichkeiten für den MAS Communication Management und den MAS Brand and Marketing Management sind **im Anhang** geregelt.

³Wenn nach Abschluss eines MAS-Programmes noch ein weiteres MAS-Programm belegt wird, ist zur Erlangung eines weiteren MAS-Abschlusses die Absolvierung von drei weiteren CAS-Kursen plus Diplomsemester sowie die erfolgreiche Absolvierung der Leistungsnachweise notwendig.

3. Anerkennung von CAS-Kursen

¹Für die MAS-Programme werden nur CAS-Kurse der Hochschule Luzern sowie anderer Schweizer und ausländischer Hochschulen sowie Angebote von Kooperationspartnern (z.B. MAZ) anerkannt, die inhaltlich auf Themengebiete des Marketing oder der Kommunikation fokussieren, bzw. diese zweckmässig ergänzen und beim Start des MAS-Programmes vor maximal zwei Jahren abgeschlossen wurden. Über die Anerkennung externer CAS-Kurse entscheidet die Studienleitung.

²Es kann maximal ein CAS-Kurs eines anderen Institutes der Hochschule Luzern, einer anderen Hochschule oder eines Kooperationspartners zur Erlangung eines MAS-Abschlusses eingebracht werden. Dieser Kurs muss mit mindestens 10 ECTS-Punkten dotiert sein bzw. muss vom Umfang her mit jenen des IKM vergleichbar sein. Zur Erlangung eines MAS-Abschlusses sind am IKM insofern mindestens zwei CAS-Kurse sowie das Diplomsemester zu absolvieren. Die Erlassung einzelner Themengebiete aufgrund vorhandener Kenntnisse oder vorliegender Weiterbildungen ist nicht möglich. Studienleistungen eines anderen Institutes der Hochschule Luzern, einer anderen Hochschule oder eines Kooperationspartners in einem geringeren Umfang als ein CAS-Kurs (mindestens 10 ECTS Punkte) können nicht in die MAS-Programme des IKM eingebracht werden.

³Für eingebrachte CAS-Kurse zwischen 10 und 14 ECTS-Punkten oder deren Umfang nicht mit jenen des IKM vergleichbar sind, sind zur Erreichung des Umfangs der 15 ECTS-Punkte der CAS-Kurse des IKM Kompensationsleistungen in Form einer schriftlichen Arbeit erforderlich. Pro fehlendem ECTS-Punkt (bzw. fehlendem vergleichbarem Umfang) sind schriftliche Leistungen im Umfang von 25-30 Arbeitsstunden zu erbringen sowie ein finanzieller Betrag in der Höhe von CHF 450.00 zu entrichten.

⁴Eingebrachte CAS-Kurse mit mehr als 15 ECTS-Punkten bedingen nicht die Möglichkeit, Teile der CAS-Kurse des IKM nicht zu besuchen.

4. Abschluss und Titel

Der erfolgreiche Abschluss eines der MAS-Programme berechtigt zum Führen des Titels Master of Advanced Studies Hochschule Luzern/FHZ in Communication Management bzw. in Brand and Marketing Management.

5. Zulassungsbedingungen

¹In die CAS- und/oder MAS-Programme werden Personen aufgenommen, die die folgenden Kriterien erfüllen:

- Abschluss einer Hochschule (Universität/ETH, Fachhochschule, Technische Hochschule)
- Mindestens vier Jahre Berufserfahrung und Ausübung einer Führungs- bzw. Fachspezialistenfunktion in den Bereichen Marketing oder Kommunikation bzw. einem daran angrenzenden Bereich
- Mindestalter: 28 Jahre
- Gutes Beherrschen der deutschen Sprache

²Personen, die nicht über einen Hochschulabschluss gemäss Abs. 1 verfügen, können sich über ein Aufnahmegespräch sowie ein Motivationsschreiben für die Zulassung qualifizieren. Folgende Kriterien kommen für eine „Sur-Dossier-B-Aufnahme“ zur Anwendung:

- Erfolgreicher Abschluss einer eidg. «höheren Fachschule» (z.B. dipl. Betriebswirtschaftler HF, dipl. Tourismusfachfrau HF) oder einer eidg. «höheren Fachprüfung» z.B. als PR-Redaktor
- Umfassende Berufserfahrung (mindestens 6 Jahre) und Ausübung einer Führungs- bzw. Fachspezialistenfunktion in den Bereichen Marketing oder Kommunikation bzw. einem daran angrenzenden Bereich
- Mindestalter: 30 Jahre
- Gutes Beherrschen der deutschen Sprache

³Personen, die nicht über einen Hochschulabschluss oder den Abschluss einer höheren Fachschule oder höheren Fachprüfung gemäss Abs. 2 verfügen, können sich in begrenzten Fällen über ein Aufnahmegespräch sowie ein Motivationsschreiben für die Zulassung qualifizieren. Folgende Kriterien kommen für eine „Sur-Dossier-C-Aufnahme“ zur Anwendung:

- Erfolgreicher Abschluss eines eidg. «Fachausweises» (z.B. Marketingfachfrau)
- Umfassende Berufserfahrung (mindestens 10 Jahre) und Ausübung einer Führungs- bzw. Fachspezialistenfunktion in den Bereichen Marketing oder Kommunikation bzw. einem daran angrenzenden Bereich
- Mindestalter: 33 Jahre
- Gutes Beherrschen der deutschen Sprache

6. Promotion

¹Zum erfolgreichen Abschluss eines CAS-Kurses und der Erreichung der 15 ECTS-Credits sind folgende Voraussetzungen zu erfüllen:

- Besuch von mindestens 80% der Unterrichtslektionen
- Bestandene Qualifikationsschritte zum Abschluss des CAS-Kurses

²Zum erfolgreichen Abschluss eines MAS-Programmes und der Erreichung der 60 ECTS-Credits sind folgende Voraussetzungen zu erfüllen:

- Bestandene Qualifikationsschritte zum Abschluss der drei besuchten CAS-Kurse
- Erfolgreicher Abschluss der Masterarbeit
- Bestandene mündliche Masterprüfung
- Erfolgreiche Erstellung der Transferarbeit

⁴Bei mehr als 20% Fehlzeiten am Kontaktunterricht gilt der CAS-Kurs als nicht erfolgreich abgeschlossen. Bei schwer wiegenden Gründen für eine Abwesenheit von mehr als 20% am Kontaktunterricht kann bei der Studienleitung ein Antrag auf Kompensation der Fehlzeiten gestellt werden. Für jeden Tag zusätzliche Abwesenheit vom Unterricht sind Kompensationsleistungen in Form einer schriftlichen Arbeit im Umfang von 15 Stunden zu erbringen. Die Studienleitung entscheidet abschliessend über die Genehmigung des Kompensationsantrages.

⁵Ist den Studierenden die Anwesenheit an einem Unterrichtstag nicht möglich, ist dies dem Sekretariat des IKM im Voraus mitzuteilen.

7. Rückzug der Anmeldung und Reservierung von Studienplätzen

¹Eine Abmeldung zu einem CAS-Kurs oder einem MAS-Programm nach Aufnahmebestätigung oder ein Abbruch hat mit eingeschriebenem Brief an die Studienleitung zu erfolgen. Bei einer Abmeldung nach Aufnahmebestätigung bis Studienbeginn sowie einem Abbruch des Studiums sind die gesamten Studiengebühren zu bezahlen. Falls der Studienplatz bis 1 Monat vor Kursbeginn anderweitig vergeben werden kann, bei schwer wiegenden Gründen oder wenn ein Studierender das Studium zu einem späteren Zeitpunkt beginnen wird, entscheidet die Studienleitung über die Zahlung der Studiengebühren.

²Provisorisch reservierte Studienplätze müssen zwingend vier Monate vor dem Start eines CAS-Programmes definitiv bestätigt werden, ansonsten wird der Studienplatz freigegeben.

³Es können keine CAS parallel (d.h. mit Start im gleichen Halbjahr) reserviert werden. Zudem können nur für maximal zwei weitere CAS-Kurse Plätze gebucht werden.

8. ECTS-Credits

¹In jedem CAS-Kurs werden nach dessen erfolgreichen Abschluss 15 ECTS-Credits vergeben.

²Für den erfolgreichen Abschluss eines MAS-Programmes werden 60 ECTS-Credits vergeben. Diese setzen sich aus 45 ECTS-Credits für die erfolgreiche Absolvierung der drei CAS-Kurse, 10 ECTS-Credits für die erfolgreiche Erstellung der Masterarbeit und Absolvieren der mündlichen Prüfung und 5 ECTS-Credits für den Transfer des Gelernten in die Praxis im Rahmen der beruflichen Tätigkeit zusammen, der in Form einer Transferarbeit dokumentiert wird.

9. Leistungsnachweise zum Abschluss der CAS-Kurse

¹Zur Erreichung der 15 ECTS-Credits eines CAS-Kurses sind neben dem Besuch von mindestens 80% der Unterrichtslektionen die Qualifikationsschritte erfolgreich abzuschliessen.

²Jeder Qualifikationsschritt kann bei Nichtbestehen einmal wiederholt werden.

³Für die Festlegung und Bewertung der Qualifikationsschritte zum Abschluss der CAS-Kurse sind die Kursleitenden des jeweiligen CAS-Kurses bzw. durch sie beauftragte Dozierende verantwortlich.

⁴Als ungenügend beurteilte Leistungsausweise oder Teile davon werden von einer zweiten Person überprüft.

⁵Die erfolgreiche Absolvierung der Qualifikationsschritte in drei CAS-Kursen bildet neben dem Besuch von mindestens 80% der Unterrichtslektionen in jedem der drei CAS-Kurse die Grundlage für die Zulassung zum Diplomsemester.

10. Leistungsnachweise zum Abschluss der MAS-Programme

¹Zur Erreichung der 60 ECTS-Credits eines MAS-Programmes sind neben der erfolgreichen Absolvierung der Qualifikationsschritte in drei CAS-Kursen im Rahmen eines im Anschluss an die drei CAS-Kurse zu absolvierenden Diplomsemesters eine Masterarbeit erfolgreich zu erstellen sowie eine mündliche Masterprüfung erfolgreich zu absolvieren. Darüber hinaus ist über den gesamten Studienzeitraum hinweg eine Transferarbeit zu erstellen und im Rahmen des Diplomsemesters einzureichen.

²Die Masterarbeit kann auf Antrag in inhaltlich begründeten Ausnahmefällen bereits nach dem Abschluss von zwei CAS-Kursen erstellt werden, wenn nach dem Abschluss des zweiten CAS-Kurses nicht direkt der dritte CAS-Kurs belegt wird. Die Erstellung der Masterarbeit parallel zum Besuch eines CAS-Kurses ist nicht möglich. Die mündliche Masterprüfung findet obligatorisch innerhalb des Diplomsemesters nach erfolgreichem Abschluss des dritten CAS statt.

³Die erfolgreiche Absolvierung der Masterarbeit bildet die Grundlage der Zulassung zur mündlichen Masterprüfung.

⁴Die Masterarbeit sowie die mündliche Masterprüfung können im nachfolgenden Diplomsemester je einmal wiederholt werden. Bei der Masterarbeit kann anstelle der Neuerstellung auch eine Überarbeitung in einem Zeitraum von acht Wochen verlangt werden. Im Falle einer ungenügenden Beurteilung der Transferarbeit besteht die Möglichkeit diese zu überarbeiten und im nachfolgenden Diplomsemester nochmals einzureichen.

⁵Bei Unredlichkeiten im Rahmen von Leistungsnachweisen, wie der nicht selbständigen Erarbeitung einer Projekt- oder Masterarbeit sowie einer Präsentation, der Herstellung und Benutzung von Plagiaten im Rahmen von Projekt- oder Masterarbeiten sowie einer Präsentation oder dem Verwenden unerlaubter Hilfsmittel bei Prüfungen, wird der Leistungsnachweis für nicht bestanden und gegebenenfalls bereits ausgestellte Zeugnisse für ungültig erklärt.

10.1. Masterarbeit

¹Im Rahmen der Masterarbeit erarbeiten die Studierenden eine theoretisch-fundierte, praxisrelevante Lösung zu einer selbst zu wählenden aktuellen Problemstellung aus den Bereichen Marketing bzw. Kommunikation.

²Die Masterarbeit kann im Rahmen einer Einzelarbeit oder einer Gruppenarbeit mit maximal zwei Mitgliedern erstellt werden.

³Die Masterarbeit wird von einem Referenten sowie einem Koreferenten betreut und bewertet. Die Bewertung erfolgt nach deren Inhalt und Form. Näheres zur Betreuung und Bewertung der Masterarbeit regelt die Unterlage „Informationen zum Diplomsemester“.

⁴Erkrankt ein Studierender während der Erarbeitung der Masterarbeit, so dass ihm eine Fortsetzung der Arbeit nicht mehr möglich ist, ist die Studienleitung sofort zu benachrichtigen und innerhalb von 3 Tagen ein schriftliches Abmeldegesuch einzureichen. Der Krankheitsgrund ist durch ein ärztliches Zeugnis zu belegen, das innerhalb von 3 Tagen vorzulegen ist. Die Studienleitung entscheidet, ob für den Unterbruch eine entsprechende Verlängerung der Abgabefrist gewährt werden kann.

⁵Wird die Masterarbeit nicht fristgerecht eingereicht, gilt sie als nicht bestanden. Sie kann im anschliessenden Diplomsemester einmalig erneut eingereicht werden.

⁶Wird die Masterarbeit mit einer ungenügenden Note beurteilt, so haben die Ersteller die Möglichkeit, innerhalb einer Frist von acht Wochen die Arbeit in der Weise zu überarbeiten, dass sie als genügend und damit als genehmigt beurteilt werden kann. Alternativ besteht auch die Möglichkeit, im nächsten Diplomsemester eine neue Masterarbeit zu einem anderen Thema zu erstellen. Eine zweite Überarbeitung bzw. Wiederholung ist nicht möglich.

⁷Weitere Informationen zur Masterarbeit sind der Unterlage „Informationen zum Diplomsemester“ zu entnehmen.

10.2. Mündliche Masterprüfung

¹Im Rahmen der mündlichen Masterprüfung werden die Studierenden einzeln von ihrem Referenten der Masterarbeit sowie dem Studienleiter oder einer von ihm beauftragten Person in einem zeitlichen Umfang von 30 Minuten gleichgewichtig zu den Inhalten der Masterarbeit sowie zu den Inhalten der besuchten CAS-Kurse befragt.

²Basis der Zulassung zur mündlichen Prüfung ist die erfolgreiche Absolvierung der Masterarbeit.

³Die mündliche Prüfung gilt als bestanden, wenn mindestens 60% der Maximalpunktzahl bzw. mindestens die Note 4 erreicht wurde.

⁴Weitere Informationen zur mündlichen Masterprüfung sind der Unterlage „Informationen zum Diplomsemester“ zu entnehmen.

10.3. Transferarbeit als Praxisnachweis

¹Die Berufserfahrung / bzw. der Praxis-Kompetenznachweis wird durch eine Transferarbeit erbracht. In dieser wird reflektiert, inwiefern und mit welchen Ergebnissen Erkenntnisse aus dem Unterricht in die Praxis transferiert werden konnten, bzw. was an neuen Erkenntnissen über die eigene Arbeit erworben werden konnte.

²Weitere Informationen zur Transferarbeit sind der Unterlage „Leitfaden Transferarbeit als Praxisnachweis“ zu entnehmen.

11. Notenberechnung

¹Die Notenberechnung für die Qualifikationsschritte zum Abschluss der CAS-Kurse wird den Studierenden zu Beginn des jeweiligen CAS-Kurses bekannt gegeben.

²Die Notenberechnung für die Masterarbeit sowie die mündliche Masterprüfung wird den Studierenden zu Beginn des Diplomsemesters bekannt gegeben.

12. Inkrafttreten

Dieser Anhang zum MAS-Studienreglement der Hochschule Luzern Wirtschaft tritt am 1. Mai 2011 in Kraft.

13. Übergeordnetes Recht

Das übergeordnete Recht, namentlich die Aufnahme- und Prüfungsordnung für die Weiterbildungsangebote an den Teilschulen der Fachhochschule Zentralschweiz vom 31. März 2006 (SRL Nr. 521b) sowie das Studienreglement für die Master of Advanced Studies (MAS) und Diploma of Advanced Studies (DAS) und Certificate of Advanced Studies (CAS) an der Hochschule Luzern Wirtschaft vom 31. Juli 2009 gehen diesem Anhang zum MAS-Studienreglement vor.

14. Rechtsmittel

Gegen Entscheide basierend auf diesem Anhang zum MAS-Studienreglement kann gemäss Art. 27 der Aufnahme- und Prüfungsordnung für die Weiterbildungsangebote an den Teilschulen der Fachhochschule Zentralschweiz vom 31. März 2006 (SRL Nr. 521b) Verwaltungsbeschwerde geführt werden. Vorgängig ist bei der Studienleitung um Erlass einer anfechtbaren Verfügung zu ersuchen.

15. Übergangsbestimmungen

¹Dieser Anhang zum MAS-Studienreglement gilt für CAS-Kurse am IKM, die ab dem 1. August 2011 starten, bzw. ab dem Diplomsemester 1/2012.

²Studierende, welche im Diplomsemester 1/2012 ihr MAS-Programm abschliessen, müssen ihre Transferarbeit gemäss Ziffer 10.3 dieses Anhangs zum MAS-Studienreglement zeitgleich mit der MAS-Arbeit abgeben.

³Studierende in der Weiterbildung am IKM, die im Jahr 2011 das Diplomsemester absolvieren (Diplomsemester 1/2011 und 2/2011) schliessen gemäss alten Bestimmungen (geregelt in der „Information zum Diplomsemester vom 25. März 2010“ und der „Information zur schriftlichen Prüfung vom 30. März 2010“) ab.

⁴Für Repetenten der Diplomsemester 1/2011 und 2/2011 gelten ebenfalls die alten Bestimmungen gemäss Abs. 3.

⁵Studierende, welche den Qualifikationsschritt eines CAS, der zwischen dem 1. Januar 2011 und 31. März 2011 begonnen hat, nicht bestehen, können diesen gemäss den zu Beginn des CAS-Kurses kommunizierten Bedingungen wiederholen.

⁶Studierende, welche ihre Masterarbeit im Diplomsemester 1/2011 vorziehen oder im Diplomsemester 2/2011 vorziehen werden und die ihr MAS-Programm nicht spätestens im Diplomsemester 2/2011 abschliessen, müssen zwei mündliche Prüfungen absolvieren. In der einen werden sie gemäss alten Bestimmungen (geregelt in der „Information zum Diplomsemester vom 25. März 2010“) zu den Inhalten ihrer Masterarbeit befragt, in der zweiten werden sie gemäss Ziffer 10.2 dieses Anhangs zum MAS-Studienreglement 15 Minuten zu den absolvierten CAS-Kursen befragt. Die Note der mündlichen Prüfung setzt sich je zur Hälfte aus den beiden mündlichen Prüfungen zusammen. Zudem müssen diese

Studierenden im Diplomsemester, in dem sie das MAS-Programm abschliessen, eine Transferarbeit einreichen.

Luzern, 1. Mai 2011

Institut für Kommunikation und Marketing IKM

Prof. Dr. Michael Boenigk
Studienleiter MAS Communication Management

Dr. André Briw
Studienleiter MAS Brand and Marketing Management

Anhang: Modulangebot

¹Für den MAS Communication Management stehen derzeit sechs IKM-eigene CAS-Kurse zur Auswahl. Für den MAS Brand and Marketing Management fünf IKM-eigene CAS-Kurse. Die folgende Abbildung zeigt die Wahlmöglichkeiten im Überblick.

Wahlmodule für MAS Communication Management	Wahlmodule für beide MAS	Wahlmodule für MAS Brand and Marketing Management
Strategic Communication	Marketing Communication	Sales and Distribution Management
Corporate Communication	Brand Management	Marketing Intelligence
Internal Communication	Online Communication and Marketing	

²Wenn die drei CAS-Kurse gewählt werden, die sowohl für den MAS Communication Management als auch für den MAS Brand and Marketing Management anrechenbar sind, entscheidet die Studienleitung auf Antrag des Studierenden über den MAS-Titel. Massgebend dafür kann der Inhalt der Masterarbeit sein.

³Die gleichzeitige Wahl von CAS-Kursen, die ausschliesslich für den MAS Communication Management und den MAS Brand and Marketing Management anrechenbar sind, ist nicht möglich.