

# Verkündungsblatt

der Hochschule Hamm-Lippstadt – Amtliche Mitteilungen

Jahrgang 10

Hamm/Lippstadt, den 01. Juni 2018

Seite 48

Nr. 16

## **Fachprüfungsordnung (Studiengangsspezifische Bestimmungen) für den Masterstudiengang Biomedizinisches Management und Marketing an der Hochschule Hamm-Lippstadt vom 01.06.2018**

Aufgrund des § 2 Absatz 4 und des § 64 Absatz 1 des Gesetzes über die Hochschulen des Landes Nordrhein - Westfalen (Hochschulgesetz – HG) vom 16.09.2014 (GV. NW S. 547) hat die Hochschule Hamm-Lippstadt die folgende Prüfungsordnung erlassen. Diese Ordnung gilt nur in Verbindung mit der Rahmenprüfungsordnung für die Masterstudiengänge an der Hochschule Hamm-Lippstadt.

### **§ 1 Ziel des Studiums und Zweck der Prüfungen**

- (1) Das Ziel des Studiums „Biomedizinisches Management und Marketing“ ist es, die in den vorangegangenen „Ingenieur-, Naturwissenschaftlichen oder Managementwissenschaftlichen“ Studiengängen (B.Eng. oder B.Sc.) erworbenen Kompetenzen zu vertiefen und auf praxisrelevante Fragestellungen des biomedizinischen Produktmanagements und des damit zusammenhängenden Marketings anzuwenden.
- (2) Neben dem Erwerb fachlicher Kenntnisse und der Fähigkeit zum wissenschaftlichen Arbeiten zielt das Masterstudium auf eine Förderung von sozialen Kompetenzen und von teamorientiertem Denken und Arbeiten. Durch die Masterabschlussprüfung soll festgestellt werden, ob die Studierenden die notwendigen fachlichen und sozialen Kompetenzen erworben haben, um durch selbstständiges methodisches und wissenschaftliches Vorgehen Aufgaben im Bereich des biomedizinischen Managements und Marketings zu übernehmen. Darüber hinaus ermöglicht der Masterabschluss den Beginn eines weiterführenden Promotionsstudiums.
- (3) Sind alle erforderlichen Prüfungsleistungen im Rahmen des Masterstudiums erbracht, verleiht die Hochschule Hamm-Lippstadt im Studiengang „Biomedizinisches Management und Marketing“ den akademischen Grad Master of Science (M. Sc.), worüber eine Urkunde ausgestellt wird.

### **§ 2 Zugangsvoraussetzungen**

- (1) Voraussetzung für die Zulassung zum Masterstudiengang „Biomedizinisches Management und Marketing“ ist ein erfolgreicher Abschluss der Bachelorstudiengänge „Technisches Management und Marketing“ oder „Biomedizinische Technologie“ oder vergleichbare Studiengänge mit der Mindestnote „gut“ (2,3). Der vorausgegangene Studiengang muss dabei einen Mindestumfang von 210 ECTS Kreditpunkten vorweisen. Falls diese Kreditpunkte nicht vorliegen, können diese durch Belegen zusätzlicher Module der oben genannten Studiengänge nachgeholt werden. Im Einzelfall entscheidet der Prüfungsausschuss über erforderliche Maßnahmen.
- (2) Die unter § 4 mit dem Zusatz D/E näher gekennzeichneten Module beinhalten englischsprachige Anteile. Sowohl einzelne Lehreinheiten als auch einzelne Prüfungen können sowohl in deutscher als auch in englischer Sprache stattfinden. Nähere Angaben werden im Modulhandbuch geregelt. Empfohlen werden Sprachkenntnisse der Niveaustufe B2.

### **§ 3 Regelstudienzeit, Umfang des zu absolvierenden Modulangebots**

Das Studium kann sowohl als Vollzeitstudium als auch als Teilzeitstudium absolviert werden. Im Vollzeitstudium beträgt die Regelstudienzeit drei Semester mit einem durchschnittlichen Studienvolumen von 30 Leistungspunkten (ECTS) pro Semester.

Im Teilzeitstudium beträgt die Regelstudienzeit sechs Semester mit einem durchschnittlichen Studienvolumen von 15 Leistungspunkten (ECTS) pro Semester.

- (1) Für die gesamte Arbeitsbelastung des Studiums einschließlich der Präsenzzeiten, Praktika, Vor- und Nachbereitungen sowie der Masterarbeit werden insgesamt 90 Leistungspunkte vergeben.
- (2) Davon entfallen 60 Leistungspunkte auf die Module der ersten beiden Semester (in der Teilzeitvariante: auf die ersten vier Semester) sowie 30 Leistungspunkte auf die Masterarbeit.
- (3) Der Studienverlauf mit den einzelnen Angaben zu den Modulen und den zu vergebenden Leistungspunkten ist als Studienplan dieser Prüfungsordnung als Anlage beigefügt.
- (4) Das Studium kann zum Sommersemester und zum Wintersemester aufgenommen werden.

### **§ 4 Masterprüfung**

Die Masterprüfung besteht insgesamt aus den Abschlussprüfungen der einzelnen Module der Semester sowie der Masterarbeit. Module mit ihren vorgesehenen Leistungspunkten (ECTS) sind:

- Advanced Strategic Management D/E, 7 LP
- Gesundheitsökonomie und Wertketten D/E, 8 LP
- (Bio-)Signalerfassung D/E, 8 LP
- Scientific Skills D/E, 7 LP
- Strategisches Produkt- und Marketingmanagement D/E, 8 LP
- Strategisches IP Management D/E, 7 LP
- Management Skills D/E, 7 LP
- Angewandte Medizin D/E, 8 LP
- Master-Thesis D/E, 30 LP

Im Rahmen eines Vollzeitstudiums ergibt sich daher folgender Modulplan:

**Biomedizinisches Management und Marketing**  
**Abschluss: Master of Science**  
**Modulplan | Studienverlauf | Präsenzstudium**



<b>Semester 3</b>	Master-Thesis CP 30			
<b>Semester 2</b> (Herbst/Wintersemester)	Strategisches IP-Management CP 7	Strategisches Produkt- und Marketingmanagement CP 8	Angewandte Medizin CP 9	Management Skills CP 7
<b>Semester 1</b> (Herbst/Sommersemester)	Advanced Strategic Management CP 7	Gesundheitsökonomie und Wertketten CP 8	(Bio-)Signalerfassung CP 9	Scientific Skills CP 7

Hochschule Hamm-Lippstadt | info@hsl.de | www.hsl.de  
 Änderungen vorbehalten | Stand: 05/2018

Im Rahmen eines Teilzeitstudiums ergibt sich daher folgender Modulplan:

**Biomedizinisches Management und Marketing**  
**Abschluss: Master of Science**  
**Modulplan | Studienverlauf | Teilzeit-Variante**



<b>Semester 6</b>	Master Thesis CP 30	
<b>Semester 5</b>		
<b>Semester 4</b> (Herbst/Sommersemester)	Angewandte Medizin CP 9	Management Skills CP 7
<b>Semester 3</b> (Herbst/Sommersemester)	(Bio-)Signalerfassung CP 9	Scientific Skills CP 7
<b>Semester 2</b> (Herbst/Wintersemester)	Strategisches IP-Management CP 7	Strategisches produkt- und Marketing-Management CP 8
<b>Semester 1</b> (Herbst/Sommersemester)	Advanced Strategic Management CP 7	Gesundheitsökonomie und Wertketten CP 8

Hochschule Hamm-Lippstadt | info@hsl.de | www.hsl.de  
 Änderungen vorbehalten | Stand: 05/2018

**§ 5 In-Kraft-Treten**

Diese Fachprüfungsordnung für den Master-Studiengang "Biomedizinisches Management und Marketing" tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung in Kraft. Sie gilt für alle Studierenden des genannten Master-Studiengangs, die ihr Studium ab dem Wintersemester 2018/19 aufgenommen haben.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Departmentrats des Departments Hamm 1 vom 01.06.2018.

Hamm, den 13.06.2018

gez. Prof. Dr. Klaus Zeppenfeld  
 Präsident der Hochschule Hamm-Lippstadt