
Verkündungsblatt

der Hochschule Hamm-Lippstadt – Amtliche Mitteilungen

Jahrgang 7

Hamm/Lippstadt, den 23.11.2015

Seite 52

Nr. 16

Fachprüfungsordnung (Studiengangsspezifische Bestimmungen) für den Masterstudiengang: Biomedizinisches Management und Marketing der Hochschule Hamm-Lippstadt vom 19.10.2015

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 teamorientierten 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

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.

§ 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 Teizeitvariante: innerhalb der 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 nur zum Sommersemester 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 7LP
- Gesundheitsökonomie und Wertketten 8LP
- (Bio-)Signalerfassung 8LP
- Scientific Skills 7LP
- Strategisches IP Management 7LP
- Strategisches Produkt- und Marketingmanagement 8LP
- Angewandte Medizin 8LP
- Management Skills 7LP

Im Rahmen eines Vollzeitstudiums ergibt sich daher folgender Modulplan:



Im Rahmen eines Teilzeitstudiums ergibt sich daher folgender Modulplan:



§ 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 Sommersemester 2015 aufgenommen haben.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Departmentrats Hamm 1 vom 19.10.2015.

Hamm, den 23.11.2015

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