

Anlage 2: Verfahren zur Feststellung der studiengangspezifischen Eignung

1. Voraussetzung für die Teilnahme am Verfahren zur Feststellung der studiengangspezifischen Eignung ist eine vollständige, form- und fristgerechte Bewerbung und der Nachweis der Qualifikationsvoraussetzungen gemäß § 4.
2. Bewerber, die die Voraussetzungen nach § 4 erfüllen, erhalten eine Zulassung zum Bewerbungsverfahren.
3. Im Rahmen des Verfahrens zur Feststellung der studiengangspezifischen Eignung werden die eingereichten Unterlagen gesichtet und nach folgendem Schema bewertet.

	Prüfungsbestandteil	Prüfungskriterien	Erreichbare Einzelpunktzahl	Höchste erreichbare Punktzahl
1.	Prüfungsgesamtergebnis aus dem grundständigen wirtschafts- oder medienwissenschaftlichen BA-Erststudium (Erstabschluss)	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 3,1 3,2 3,3 3,4 3,5 3,6	= 60 = 58 = 56 = 54 = 52 = 50 = 48 = 46 = 44 = 42 = 40 = 38 = 36 = 34 = 32 = 30 = 28 = 26 = 24 = 22 = 20 = 19 = 18 = 17 = 16 = 15 = 14	60

Anlage 2 SPO Master Marketing, Vertrieb und Medien

		3,7	= 13	
		3,8	= 12	
		3,9	= 11	
		4,0	= 10	
		> 4,0	= 9	
2.	Im BA-Erststudium erfolgreich absolvierte Vertiefungskurse aus den Bereichen Marketing/Vertrieb/Medien von mind. 20 ECTS	Ja Nein	= 20 = 0	20
3.	Bachelorarbeit mit einem Thema aus den Bereichen Marketing/Vertrieb/Medien	Ja Nein	= 10 = 0	10
4.	Vorliegen praktischer Erfahrung im Kompetenzfeld MVM von mind. 10 Wochen Dauer (Praktikum oder Berufserfahrung)	Ja Nein	= 10 = 0	10

4. Die Eignung eines Bewerbers liegt vor, wenn mindestens 40 Punkte der maximal erzielbaren Punkte im Eignungsverfahren erreicht werden. Dabei wird davon ausgegangen, dass dadurch der durchschnittliche Bewerber Zugang erhält.