

**Satzung zur Änderung der Studien- und Prüfungsordnung für den
Masterstudiengang Marketing, Vertrieb und Medien an der Technischen
Hochschule Ingolstadt vom**

13.12.2021

Aufgrund von Art. 13 Abs. 1 Satz 2, 58 Abs.1 und Art. 61 Abs. 2 Satz 1 des Bayerischen Hochschulgesetzes – BayHSchG – in der jeweils geltenden Fassung erlässt die Technische Hochschule Ingolstadt folgende Satzung:

§ 1

Die Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Marketing, Vertrieb und Medien an der Technischen Hochschule Ingolstadt vom 27.06.2011 in der Fassung der Änderungssatzung vom 19.04.2021 wird wie folgt geändert:

Die Anlagen erhalten folgende Fassung:

Die Anlagen der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Marketing, Vertrieb und Medien an der Technischen Hochschule Ingolstadt erhalten die Fassung der Anlagen dieser Änderungssatzung.

§ 2

Diese Änderungssatzung tritt mit Wirkung vom 01. Oktober 2022 in Kraft. Sie gilt für Studierende, die ihr Studium in diesem Studiengang ab dem Wintersemester 2022/2023 im ersten Studiensemester aufnehmen.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Senats der Technischen Hochschule Ingolstadt vom 13.12.2021, des Beschlusses des Hochschulrates vom 22.02.2022 und durch den Präsidenten genehmigt.

Ingolstadt, den 04.03.2022

Prof. Dr. Walter Schober
Präsident

Diese Satzung wurde am 04.03.2022 in der Technischen Hochschule Ingolstadt niedergelegt. Die Niederlegung wurde am 04.03.2022 durch Aushang bekannt gegeben. Tag der Bekanntgabe ist daher der 04.03.2022.