

Zulassungsordnung für den Master-Studiengang Marketing-Management im Tourismus am Baltic College, University of Applied Sciences

§ 1 Zugangsvoraussetzungen

(1) Die Zulassung zum Master-Studiengang Marketing-Management im Tourismus wird aufgrund eines Auswahlverfahrens vorgenommen. Über die Zulassung zum Masterstudium entscheidet der Aufnahmeausschuss Master-Programme des Baltic College aufgrund der fachlichen Eignung der Bewerber.

(2) Voraussetzungen für die Zulassung zum Auswahlverfahren sind:

- a) ein Studienabschluss „Bachelor“, oder „Diplom“ mit einer Gesamtbeurteilung von mindestens 2,5 in einem allgemeinen tourismuswissenschaftlichen Studiengang an einer deutschen oder ausländischen Hochschule mit einem Mindestumfang von 180 ECTS. Bei einer Prüfungsgesamtnote von schlechter als 2,5 entscheidet über Ausnahmen bei der Zulassung der Aufnahmeausschuss. Einschlägige Berufszeiten von mehr als einem Jahr können die Prüfungsgesamtnote anheben;
- b) der Nachweis von Praktika oder Berufserfahrung von mindestens 16 Wochen während oder nach dem Erststudium;
- c) der Nachweis über ausreichende Englischkenntnisse auf dem Niveau von B1 nach dem Europäischen Referenzrahmen bzw. durch Vorlage eines offiziellen TOEFL score reports oder IELTS score report;

§ 2 Zulassungsantrag

Der Zulassungsantrag zum Auswahlverfahren muss formlos schriftlich beim Baltic College gestellt sein. Dem Zulassungsantrag sind folgende Unterlagen beizufügen:

- a) Schriftliche Bewerbung gemäß § 3 (1)
- b) Portfolio gemäß § 3 (1)
- c) Amtlich beglaubigte Kopie vom Abschlusszeugnis des Erststudiums gemäß § 1 (2) Punkt a)
- d) Nachweis von Praktika oder Berufserfahrung gemäß § 1 (2) Punkt b)
- e) Nachweis über ausreichende Englischkenntnisse gemäß § 1 (2) Punkt c)

§ 3 Auswahlverfahren

(1) Dem Zulassungsantrag zum Masterstudium ist ein Portfolio und eine schriftliche Bewerbung beizufügen, die ausführlich die Studienmotivation, Studienziele und angestrebte Inhalte des Studiums, die der Bewerber/ die Bewerberin mit dem Masterstudium Marketing-Management im Tourismus verbindet,

begründet. Aus dieser Bewerbung muss deutlich werden, dass die Entscheidung für das Masterstudium Marketing-Management im Tourismus aufgrund der bisherigen Studieninhalte und Studienleistungen nachvollziehbar ist und dass der Bewerber/die Bewerberin sich anhand einer Studienzielplanung mit dem weiteren Studienweg auseinandergesetzt hat. Das Portfolio muss eine Zusammenfassung der wichtigsten Arbeiten des vorangegangenen Studiums und die Arbeitsergebnisse der Bachelor-Thesis oder der Diplomarbeit enthalten.

(2) Das Auswahlverfahren basiert auf der schriftlichen Bewerbung. Das Auswahlverfahren ist nachvollziehbar anhand festgelegter Kriterien durchzuführen. Diese Kriterien leiten sich aus den Bewerbungsunterlagen gemäß § 2 a) - e) her.

(3) Aus der Gruppe der Lehrenden im Studiengang Marketing-Management im Tourismus wird ein Aufnahmeanusschuss gebildet, der für die Durchführung des Auswahlverfahrens sowie die Prüfung der Zugangsvoraussetzungen zuständig ist. Dem Aufnahmeanusschuss gehören mindestens zwei Professoren des Studiengangs an. Der Aufnahmeanusschuss entscheidet anhand der schriftlichen Bewerbung über die Zulassung zum Auswahlverfahren sowie über die Zulassung oder Ablehnung des Bewerbers.

§ 4 Zulassungsentscheid

(1) Im Zulassungsentscheid bestimmt das Baltic College einen Termin, bis zu dem der Bewerber zu erklären hat, ob er die Zulassung annimmt. Liegt dem Baltic College die Erklärung bis zu diesem Termin nicht vor, wird der Zulassungsentscheid unwirksam.

(2) Bewerber/ Bewerberinnen, die nicht zugelassen werden, erhalten einen Ablehnungsentscheid.

§ 5 Inkrafttreten

Diese Ordnung tritt mit Beschlussfassung durch den Akademischen Senat des Baltic College in Kraft.