

# Anerkennung von im Ausland erbrachten Studienleistungen



**GfK-Lehrstuhl für Marketing Intelligence**  
Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer



**FRIEDRICH-ALEXANDER  
UNIVERSITÄT  
ERLANGEN-NÜRNBERG**

**FACHBEREICH WIRTSCHAFTS-  
WISSENSCHAFTEN**

---

## Einpassung eines Auslandssemesters in das Master in Marketing Studium

---

**Grundsätzlich sind alle Semester für ein Auslandsstudium geeignet, meist wird jedoch aufgrund von Bewerbungsfristen das 3. und 4. Semester gewählt**

- Das Marketingseminar wird auch im Sommersemester angeboten (eventuell im Wechsel zwischen den Master-Lehrstühlen) und kann somit auch im 2. oder 4. Semester absolviert werden, falls das Auslandssemester im 3. Semester stattfindet. Allerdings muss das Marketingseminar vor Beginn der Masterarbeit bestanden sein.
- Sonstige Pflichtveranstaltungen und Wahlmodule können
  - bei Äquivalenz auch im Ausland absolviert werden. Bitte schließen Sie hierfür vor Beginn Ihres Auslandsstudiums ein Learning Agreement mit dem jeweiligen Veranstaltungsbetreuer ab (Einlösung der Learning Agreements nach dem Auslandsaufenthalt erfolgt dagegen bei der Masterkoordinatorin)
  - ein Jahr früher bzw. später in Nürnberg besucht werden
  - eventuell als Nachholklausur ohne Besuch der Vorlesung geschrieben werden, falls die betroffene Veranstaltung dies zulässt
- Im Wahlbereich kann außerdem das Auslandsmodul belegt werden. Hierfür kann ein beliebiger Kurs mit Bezug zum Master in Marketing im Ausland belegt werden (auch hierfür sollte ein Learning Agreement abgeschlossen werden)

---

## Allgemeine Hinweise zur Anerkennung von Studienleistungen

---

- Die Anerkennung von im Ausland erbrachten Studienleistungen erfolgt auf Veranstaltungsebene, d.h. für einzelne Module. Ansprechpartner sind daher die jeweiligen Veranstaltungsbetreuer.
- *Inhaltliche Anforderungen:*  
Anerkannt werden nur solche Leistungen, die dem Studenten eine hochkarätige Ausbildung garantieren und gleichzeitig dem wissenschaftlichen Anspruchsniveau des Lehrstuhls entsprechen.  
Die inhaltliche Äquivalenz der im Ausland besuchten Veranstaltungen muss durch den Studierenden dargelegt werden und wird durch den jeweiligen Veranstaltungsbetreuer beurteilt.
- *Kursniveau:*  
Das Niveau der im Ausland besuchten Veranstaltungen muss dem Masterniveau an der Universität Erlangen-Nürnberg entsprechen. In der Regel erfüllen nur Kurse ab der „Graduate“-Stufe ausländischer Universitäten diese Anforderung, wie z.B. MBA- oder PhD-Kurse einer amerikanischen Universität.

---

## Anerkennung für Marketing Management (Bachelor)

---

- In der Veranstaltung Marketingmanagement muss mindestens einer der vier behandelten Teilbereiche inhaltlich abgedeckt werden, diese sind:
  - B2B Marketing / Industrial Management
  - Retailing
  - Service Marketing
  - International Marketing
- Zur Anrechnung müssen Leistungen im Umfang von mindestens 5 ECTS erbracht werden
- Müssen zur Herstellung inhaltlicher Adäquanz zwei Kurse belegt werden, kann auch eine Teilanrechnung erfolgen (z.B. 2 x 2,5 ECTS)
- Eine Teilanrechnung ist ebenfalls bei Kursen >5 ECTS möglich, sofern diese die inhaltlichen Voraussetzungen erfüllen
- Verbleibende ECTS können an anderen Lehrstühlen zur Anrechnung genutzt werden (Hinweis: Eine Mehrfachanrechnung ist grundsätzlich nicht möglich und wird vom Prüfungsamt zurückgewiesen)
- Für Diplom-Studierende der ABWL sowie im Ergänzungsbereich der SBWL Marketing gelten dieselben Bestimmungen.

---

## Notwendige Schritte im Rahmen der Vorbereitung

---

- Einreichung von Unterlagen, die detailliert Aufschluss geben über
    - Universität und Austauschprogramm
      - z.B. University of North Carolina, DAAD-Stipendium
    - Kursniveau
      - z.B. MBA-Kurs, Core-Course im zweiten Jahr des MBA-Programms
    - Kursinhalt
      - detaillierter Syllabus mit Beschreibung des Kursablaufs sowie der Kursinhalte
    - Kursdauer
      - z.B. 8 Wochen mit 3 Stunden/Woche Vorlesung und 1 Stunde/Woche Übung
- sowie
- ein (bereits vom Studenten vollständig ausgefülltes) Learning Agreement
- im Rahmen der Sprechstunde des jeweiligen Veranstaltungsbetreuers.
- Nach Prüfung der Unterlagen durch den Veranstaltungsbetreuer: Abholung des unterzeichneten Learning Agreements beim Betreuer oder im Lehrstuhlsekretariat.

# Übersicht Veranstaltungsbetreuer (1)

Veranstaltung	Veranstaltungsbetreuer
<b>Produkt- und Preismanagement</b>	<b>Tobias Maiberger, M.Sc.</b> Telefon: +49 (0)911 5302 792 Email: tobias.maiberger@fau.de Sprechzeiten: Di. 14.30-16.30 Uhr, Raum 6.214  <b>Yamina Scheinkönig, M.Sc.</b> Telefon: +49 (0)911 5302 103 Email: yamina.scheinkoenig@fau.de Sprechzeiten: Di. 14.30-16.30 Uhr, Raum 6.215
<b>Marketing Management</b>	<b>Marina Rupp, Cand. M.Sc.</b> Telefon: +49 (0)911 5302 606 Email: marina.angelika.rupp@fau.de Sprechzeiten: Di. 14.30-16.30, Raum 6.217  <b>David Schindler, M.Sc.</b> Telefon: +49 (0)911 5302 619 Email: david.schindler@fau.de Sprechzeiten: Di. 14.30-16.30 Uhr, Raum 6.216

## Übersicht Veranstaltungsbetreuer (2)

Veranstaltung	Veranstaltungsbetreuer
<b>Advanced Topics in Marketing</b>	<b>Dipl.-Psych. Elisabeth Schwille</b> Telefon: +49 (0)911 5302 755 Email: elisabeth.schwille@fau.de Sprechzeiten: Di. 14.30-16.30 Uhr, Raum 6.217
<b>Markenmanagement</b>	<b>David Schindler, M.Sc.</b> Telefon: +49 (0)911 5302 619 Email: david.schindler@fau.de Sprechzeiten: Di. 14.30-16.30 Uhr, Raum 6.216
<b>Finanzmarktkommunikation, Marktforschungsmanagement, Auslandsmodul</b>	<b>Christoph Mai, M.Sc.</b> Telefon: +49 (0)911 5302 740 Email: christoph.mai@fau.de Sprechzeiten: Di. 14.30-16.30 Uhr, Raum 6.227
<b>Marktforschung: Datenanalyse</b>	<b>Dr. Fabian Buder</b> Email: fabian.buder@gfk-verein.org Sprechzeiten: n.V.