

**Einrichtung neuer Studiengänge: MA-Stg. Global Brand Management**

Bezug: Vorlage Nr. XX/147

Der AS beschließt:

1. Der Akademische Senat beschließt die Einrichtung des Masterstudiengangs „Global Brand Management“ zum WS 2005/06 mit einer Regelstudienzeit von 2 Jahren gemäß den Anlagen.  
Der Akademische Senat nimmt zur Kenntnis, dass der Fachbereich für den Studiengang den Profiltyp „stärker forschungsorientiert“ und als Abschlussbezeichnung den Grad „Master of Science“ gewählt hat.  
Der Akademische Senat geht davon aus, dass die Zuordnung zum Profiltyp und die Abschlussbezeichnung im Rahmen des Akkreditierungsverfahrens überprüft und abschließend festgestellt werden.
2. Der Akademische Senat beschließt die Einrichtung des Masterstudiengangs „Global Brand Management“ mit der Auflage, dass der Fachbereich 7 spätestens bis Ende Juli 2005 die von der Akkreditierungsagentur geforderten Unterlagen vorlegt.
3. Die Zulassungszahlen für den bisherigen einjährigen Masterstudiengang „Business Studies“ werden ab dem WS 2005/06 auf „Null“ gesetzt.  
Für die im Sommersemester 2005 in diesem Studiengang immatrikulierten Studierenden, die das Studium nicht bis zum 1.10.2005 abgeschlossen haben, wird der Masterprüfungsausschuss Äquivalenzveranstaltungen im Bereich des neuen Studiengangs „Global Brand Management“ definieren, damit die Studierenden die nach der Prüfungsordnung des Studiengangs „Business Studies“ erforderlichen Prüfungsleistungen erbringen und ablegen können.  
Die im Sommersemester 2005 im Studiengang „Business Studies“ immatrikulierten Studierenden können sich spätestens bis zum 30.9.2006 auf der Grundlage der geltenden Prüfungsordnung vom 13. Januar 1999 zur letzten Abschlussprüfung melden.  
Der zuständige Prüfungsausschuss kann Studierende, die ohne eigenes Verschulden den letzten Meldetermin versäumt haben, im Einzelfall noch später zur letzten Prüfung zulassen, wenn das Lehrangebot und die Abnahme der Prüfungen gesichert sind.

Abstimmungsergebnis: einstimmig

**Abstimmungsergebnis:**