

**Studienplan Master of Arts in Marketing, Dienstleistungs- und Kommunikationsmanagement /
Marketing, Services and Communication Management (MSC)**

(gestützt auf Art. 6 der Studienordnung für die Master-Stufe der Universität St. Gallen vom 30. Juni 2003 (Stand am 17. Oktober 2016))¹

Ordnung 18

Lehrveranstaltung	Sem	SWS		Credits	Prüfungsform	Zeitpunkt der Prüfung *	Wahlber. für andere Master-Progr. **	Bemerkungen
		Ko-Stu	Se-Stu					
1 Fachstudium - Pflichtbereich								
1.1 Customer Value and Communication Management I	7	4	2	6	Schriftliche Klausur	VZ	Nein	
1.2 Consumer Behaviour und Market Research	7	4	2	6	Schriftliche Klausur	VZ	Nein	
1.3 Anwendungsprojekt I	7		4	4	Mündliche Präsentation	VZ	Nein	
1.4 Customer Value and Communication Management II	8	6		6	Schriftliche Klausur	VZ	Nein	
1.5 Anwendungsprojekt II	8		4	4	Mündliche Präsentation	VZ	Nein	
1.6 Anwendungsprojekt III	9		4	4	Schriftlicher Bericht	VZ	Nein	
Total Pflichtbereich		14	16	30				
2 Fachstudium - Pflichtwahlbereich	7-9			12				Werden mehr Kurse belegt, werden diese im unabhängigen Wahlbereich angerechnet
Total Master-Bereich				42				
3 Fachstudium - Unabhängiger Wahlbereich				12				
Total Fachstudium				54				

¹ Nach Art. 123 US ist nur die deutschsprachige Version dieses Erlasses rechtlich bindend.

4	Master-Arbeit				18			
5	Kontext-Studium							
5.1	Fokusbereiche				12-18			min. 12 Credits; max. 18 Credits
5.2	Skills				0-6			min. 0 Credits; max. 6 Credits (Skills sind fakultativ)
	Total Kontext-Studium				18			
	Total Master-Studium				90			

* VfZ = Vorlesungsfreie Zeit / VZ = Vorlesungszeit (Abgabezeitpunkt einer Arbeit kann in die VfZ hineinverlegt werden)

** Die Veranstaltung(sgruppe) kann von den Studierenden anderer Master-Programme im unabhängigen Wahlbereich belegt werden

Master-Arbeit

Das Thema der Master-Arbeit kann sowohl aus dem Fach- wie auch aus dem Kontext-Studium stammen. Es muss aber einen Bezug zu den Hauptthemen des Masters (Marketing, Dienstleistungen und Kommunikation) und / oder zu den im Pflichtwahlbereich angebotenen Anwendungsfeldern aufweisen.

Austausch

Ein Austauschsemester ist im ersten Semester der Master-Stufe nicht möglich, unabhängig davon, ob das Studium im Herbst- oder im Frühjahrssemester begonnen worden ist. Ein Austauschsemester wird im 8. oder im 9. Semester empfohlen.

Beginn des Studiums

Studierende mit einem HSG Erstabschluss können das Masterprogramm sowohl per Herbst- als auch per Frühjahrssemester aufnehmen. Studierende mit einem Abschluss einer anderen Hochschule können das Masterprogramm nur per Herbstsemester aufnehmen (Art. 9 des Zulassungsreglements für die betriebswirtschaftlichen Masterprogramme MAccFin, MUG, MSC und MBI).

Übergangsregelung

Die neue Struktur des Kontextstudiums wird per Herbstsemester 2018 für alle Studierenden eingeführt. Studierende, welche mit Ende des Frühjahrssemesters 2018 das Studium nach der alten Studienplanordnung nicht abgeschlossen haben, werden in die Ordnung O18 umgebucht. Der Studiensekretär erlässt detaillierte Regelungen für die Umbuchung der Leistungen, welche vor dem Herbstsemester 2018 im Bereich des Kontextstudiums absolviert wurden.