

Merkblatt V. 1.0 – 14.07.2023

MBA Marketing and Business Development

Merkblatt zu den Modulprüfungen im MBA Marketing and Business Development

1. Ausgangslage

Diese Wegleitung gibt einen Überblick über die Modulprüfungen im MBA Marketing and Business Development und soll die Vorbereitung auf die Prüfungen erleichtern.

2. Gegenstand und Form der Modulprüfungen

Der MBA umfasst fünf schriftliche Modulprüfungen:

- a) *Prüfung in Modul I: Market, Business und Customer Insights*
- b) *Prüfung in Modul II: Strategisches Marketing und Business Development*
- c) *Prüfung in Modul III: Marketinginstrumente und -prozesse*
- d) *Prüfung in Modul IV: Digitale Transformation im Marketing und Business Development*
- e) *Prüfung in Modul V: Nachhaltige Entwicklung und Wandel im Marketing und Business Development*

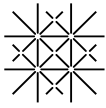
Jede Modulprüfung beinhaltet vier Teile, von denen zwei Teile zu bearbeiten sind. Zu jedem Teil werden drei Aufgaben gestellt, von denen zwei Aufgaben zu bearbeiten sind. Die *Stoffabgrenzung* erfolgt jeweils durch die verantwortlichen Dozierenden.

Die Prüfungen beinhalten folgende *Aufgabentypen*:

- Wissensaufgaben haben deskriptiven Charakter und fragen das in den Kursen vermittelte Wissen ab (z. B. „Nennen Sie drei konstitutive Merkmale von Dienstleistungen!“).
- Transferaufgaben erwarten eine Übertragung des Lernstoffes in einen neuen bzw. unbekanntem Zusammenhang (z. B. „Eine Hotelkette plant eine Kundenbindungsstrategie. Wie würden Sie vorgehen?“).
- Bei einer Diskussionsaufgabe gilt es, sich mit einer Aussage, einem Konzept oder anderem kritisch auseinanderzusetzen und die Vor- und Nachteile bzw. Stärken und Schwächen gegenüberzustellen (z. B. „Diskutieren Sie kritisch den SERVQUAL-Ansatz zur Messung der Dienstleistungsqualität!“).

Die schriftlichen Prüfungen dauern jeweils 90 Minuten. Als Hilfsmittel für die Prüfungen ist lediglich ein nicht-programmierbarer Taschenrechner zugelassen.

Die Prüfungen finden in Präsenz an der Universität Basel statt.



3. Bewertung der Modulprüfungen

Die Modulprüfungen werden von den verantwortlichen Dozierenden benotet. Die *Notenskala* reicht von 6 (sehr gut) bis 1 (mangelhaft), wobei 4 genügend ist. Die Benotung kann in ganzen oder halben Noten erfolgen.

Jede Prüfung kann *einmal wiederholt* werden. Bei einem zweiten Nichtbestehen kann der Studierende den MBA weiterhin absolvieren, erhält jedoch am Schluss kein Diplom, sondern einen Leistungsnachweis.

Aus den fünf Noten der Modulprüfungen wird das arithmetische Mittel gebildet.

Zur Berechnung der Gesamtnote des MBA geht das arithmetische Mittel der Modulprüfungen mit doppelter Gewichtung (zwei Drittel) und der Durchschnitt aus schriftlicher Studienarbeit und mündlicher Prüfung geht mit einfacher Gewichtung (ein Drittel) ein.

4. Rekurs

Gegen Entscheide, die gestützt auf das Studiengangreglement des MBA Marketing and Business Development gefällt werden, kann innert 30 Tagen bei der Studiengangkommission des MBA Marketing and Business Development Einsprache erhoben werden.

Einspracheentscheide sind, mit einer Rechtsmittelbelehrung versehen, mitzuteilen und können bei der vom Universitätsrat eingesetzten Rekurskommission angefochten werden.