

**Dritte Satzung zur Änderung der Studien- und Prüfungsordnung für den
berufsbegleitenden Weiterbildungsstudiengang Marketing Management am
Fachbereich Wirtschafts- und Sozialwissenschaften der Friedrich-Alexander-
Universität Erlangen-Nürnberg (FAU) – PO MMM –**

Vom 3. Februar 2020

Aufgrund von Art. 13 Abs. 1 in Verbindung mit Art. 43 Abs. 5 Satz 2 und Art. 58 Abs. 1 sowie Art. 61 Abs. 2 des Bayerischen Hochschulgesetzes (BayHSchG) erlässt die FAU folgende Änderungssatzung:

§ 1

Die Studien- und Prüfungsordnung für den berufsbegleitenden Weiterbildungsstudiengang Marketing Management am Fachbereich Wirtschafts- und Sozialwissenschaften der FAU vom 18. Februar 2014, zuletzt geändert durch Satzung vom 15. August 2019, wird wie folgt geändert:

1. In der Bezeichnung der Satzung werden die Worte „**Marketing Management**“ durch die Worte „**Marketing- und Vertriebsmanagement**“ sowie die Abkürzung „**PO MMM**“ durch die Abkürzung „**PO MVM**“ ersetzt.
2. § 1 wird wie folgt geändert:
 - a) In Abs. 1 werden die Worte „Marketing Management“ durch die Worte „Marketing- und Vertriebsmanagement“ und die Worte „„Master of Marketing Management““ durch die Worte „„Master of Science““ ersetzt.
 - b) In Abs. 2 werden die Worte „„Master of Marketing Management““ durch die Worte „„Master of Science““ ersetzt.
3. In § 2 werden in Satz 1 die Worte „„Master of Marketing Management““ durch die Worte „„Master of Science““ und die Abkürzung „„MMM““ durch die Abkürzung „„M.Sc.““ ersetzt.
4. § 3 wird wie folgt geändert:
 - a) In Abs. 3 Satz 1 werden die Worte „Marketing Management“ durch die Worte „Marketing- und Vertriebsmanagement“ ersetzt.
 - b) Abs. 4 wird wie folgt geändert:
 - aa) In Satz 3 werden das Wort „drei“ durch das Wort „zwei“ und der Klammerzusatz „(Marketing, Vertrieb oder Marktforschung)“ durch den Klammerzusatz „(Marketing oder Vertrieb)“ ersetzt.
 - bb) Satz 4 wird gestrichen.

5. In § 5 Abs. 4 Satz 1 werden die Worte „Marketing Management“ durch die Worte „Marketing- und Vertriebsmanagement“ ersetzt.
6. Die Regelung in § 6 erhält folgende neue Fassung:

„(1) ¹Die Qualifikation für den Weiterbildungsstudiengang Marketing- und Vertriebsmanagement wird nachgewiesen durch:

1. einen ersten berufsqualifizierenden Abschluss in einem wirtschaftswissenschaftlichen oder i. S. d. Satz 2 fachverwandten Studiengang einer Hochschule bzw. einen sonstigen hinsichtlich des im jeweiligen Abschluss vermittelten Kompetenzprofils nicht wesentlich unterschiedlichen in- oder ausländischen gleichwertigen Abschluss mit mindestens der Note 3,20 oder besser mit in der Regel mindestens sechs Semestern Regelstudienzeit und mindestens 180 ECTS-Punkten zzgl. des Bestehens einer Sondereignungsfeststellungsprüfung zur Erreichung des Eingangsniveaus von 210 ECTS-Punkten gemäß **Anlage 4** oder sieben Semestern Regelstudienzeit und 210 ECTS-Punkten,
2. eine mindestens einjährige qualifizierte Berufstätigkeit in i. S. d. Satz 4 einschlägigen Betätigungsfeldern und
3. das Bestehen des Qualifikationsfeststellungsverfahrens gemäß der **Anlage 3**.

²Als fachverwandte Abschlüsse i. S. d. Satz 1 Nr. 1 werden insbesondere Bachelorabschlüsse in einem

1. sozioökonomischen Studiengang, soweit mit Studiengängen in Satz 1 Nr. 1 vergleichbare fachspezifische wirtschaftswissenschaftliche Kompetenzen im Umfang von 20 ECTS-Punkten (exklusive Bachelorarbeit), davon mindestens 5 ECTS-Punkte in Statistik, nachgewiesen werden, und
2. nicht-wirtschaftswissenschaftlichen bzw. nicht sozioökonomischen Studiengang, soweit fachspezifische wirtschaftswissenschaftliche Kenntnisse im Umfang von 40 ECTS-Punkten (exklusive Bachelorarbeit), davon mindestens 5 ECTS-Punkte in Statistik, nachgewiesen werden,

anerkannt. ³Für Abschlüsse, die ein abweichendes Notensystem aufweisen, gelten § 11 Abs. 3 Sätze 1 bis 3 entsprechend. ⁴Als einschlägige Betätigungsfelder i. S. d. Satz 1 Nr. 2 gelten insbesondere die Bereiche Marketing und Vertrieb sowie sonstige verwandte Bereiche. ⁵Soweit der Nachweis einer mindestens einjährigen qualifizierten Berufstätigkeit in einschlägigen Betätigungsfeldern nach Satz 1 Nr. 2 i. V. m. Satz 4 zum Zeitpunkt der Bewerbung noch nicht erbracht werden kann, kann eine Zulassung zum Masterstudium unter der auflösenden Bedingung erfolgen, dass der Nachweis abweichend von § 4 Abs. 5 Nr. 12 der Satzung der FAU über die Immatrikulation, Rückmeldung, Beurlaubung und Exmatrikulation (ImmaS) spätestens zum 30. September eines jeden Jahres nachgereicht sein muss.

(2) ¹Die Abschlüsse nach Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i. V. m. Abs. 1 Satz 2 dürfen zu der fachspezifischen Bachelorprüfung nach der Fachprüfungsordnung für den Bachelorstudiengang Wirtschaftswissenschaften am Fachbereich Wirtschafts- und Sozialwissenschaften an der Rechts- und Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der FAU – FPO BA WiWi – vom 10. August 2017 in der jeweils geltenden Fassung hinsichtlich des im jeweiligen Abschluss vermittelten Kompetenzprofils nicht wesentlich unterschiedlich sein. ²Sind ausgleichsfähige Unterschiede vorhanden, kann der Prüfungsausschuss den Zugang unter der Bedingung aussprechen, dass zusätzliche vom Prüfungsausschuss festzulegende Leistungen im Umfang von bis zu maximal 20 ECTS-Punkten spätestens innerhalb eines Jahres nach Aufnahme des Masterstudiums nachzuweisen sind. ³Für die Feststellung der Anerkennungsfähigkeit von in- und ausländischen Abschlüssen gilt Art. 63 BayHSchG.“

7. In § 16 Abs. 1 Satz 1 werden die Worte „Marketing Management“ durch die Worte „Marketing- und Vertriebsmanagement“ ersetzt.
8. § 23 wird wie folgt geändert:
- a) In Abs. 1 Satz 1 wird der Klammerzusatz „(Marketing, Vertrieb oder Marktforschung)“ durch den Klammerzusatz „(Marketing bzw. Vertrieb)“ ersetzt.
 - b) In Abs. 2 werden die Worte „„Master of Marketing Management““ durch die Worte „„Master of Science““ ersetzt.
9. In § 26 Abs. 5 Satz 1 werden die Worte „Marketing Management“ durch die Worte „Marketing- und Vertriebsmanagement“ ersetzt.
10. In § 27 Abs. 1 Satz 2 werden die Worte „Marketing Management“ durch die Worte „Marketing- und Vertriebsmanagement“ ersetzt.
11. In **Anlagen 1 und 2** werden jeweils wie folgt geändert:
- a) Die Zeilen 12 und 13 (Vertiefungsmodule „Managementbezogene Fragestellungen der Marktforschung“ und „Methodenbezogene Fragestellungen der Marktforschung“ sowie 17 („Marktforschungs-Seminar“) werden gestrichen.
 - b) Die Erläuterungen 2 und 3 unterhalb der Tabellen erhalten folgende neue Fassung:

„² Es sind vier Module zu wählen.
³ Es ist ein Modul zu wählen. Es besteht die Möglichkeit, eine von zwei Spezialisierungen (Marketing oder Vertrieb) zu wählen. Je nach gewählter Spezialisierung ist ein Seminar auszuwählen.“
12. Die Regelung in **Anlage 3** erhält folgende neue Fassung:
- „(1) Das Verfahren zur Feststellung der Qualifikation für den berufsbegleitenden Weiterbildungsstudiengang „Marketing- und Vertriebsmanagement“ (Master of Science) wird bei Bedarf, mindestens jedoch einmal pro Jahr vor Beginn der allgemeinen Vorlesungszeit zum Wintersemester durchgeführt.
- (2) ¹Der Antrag auf Zugang zum Qualifikationsfeststellungsverfahren ist spätestens bis zu einem ortsüblich bekanntgemachten Termin bei der bzw. dem Vorsitzenden des Prüfungsausschusses einzureichen; danach eingehende Anträge können nur für den Beginn im nächsten Wintersemester berücksichtigt werden. ²Dem Antrag sind beizufügen:
1. Anschreiben und Lebenslauf,
 2. ein Nachweis über einen Abschluss gemäß § 6 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 oder § 6 Abs. 1 Satz 2 (Zeugnis, Transcript of Records, Diploma Supplement oder vergleichbare Dokumente),
 3. soweit der Abschluss in einem sozialökonomischen Studiengang erfolgt ist (§ 6 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1), ein Nachweis über an einer Hochschule bzw. in einem sonstigen gleichwertigen in- oder ausländischen Abschluss erworbene vergleichbare fachspezifische wirtschaftswissenschaftliche Kompetenzen im Umfang von 20 ECTS-Punkten (exklusive Bachelorarbeit), davon mindestens 5 ECTS-Punkte in Statistik,

4. soweit der Abschluss in einem nicht-wirtschaftswissenschaftlichen bzw. nicht-sozial-ökonomischen Studiengang erfolgt ist (§ 6 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1), ein Nachweis über an einer Hochschule bzw. in einem sonstigen gleichwertigen in- oder ausländischen Abschluss erworbene fachspezifische wirtschaftswissenschaftliche Kenntnisse im Umfang von 40 ECTS-Punkten (exklusive Bachelorarbeit), davon mindestens 5 ECTS-Punkte in Statistik,
5. ggf. Nachweis über studiengangsbezogene Auslandsaufenthalte (Zeiten, Leistungsnachweise) und Englischkenntnisse,
6. Nachweis über die bisherige Berufserfahrung gemäß § 6 Abs. 1 Satz 1 Nr. 2 i. V. m. § 6 Abs. 1 Sätzen 4 und 5 sowie
7. Nachweis deutscher Sprachkenntnisse auf dem Niveau B2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen (GER), insbesondere Nachweis der deutschen Sprachprüfung für den Hochschulzugang (DSH) der Niveaustufe 2 oder entsprechende Nachweise, sofern der erste berufsqualifizierende Abschluss bzw. die Hochschulzugangsberechtigung nicht in deutscher Sprache erworben worden ist.

(3) ¹Die Feststellung der Qualifikation obliegt gemäß § 10 dem Prüfungsausschuss für den berufsbegleitenden Weiterbildungsstudiengang „Marketing- und Vertriebsmanagement“. ²Der Prüfungsausschuss kann die Koordination und Durchführung des Verfahrens einzelnen von ihm beauftragten Mitgliedern übertragen, soweit nichts anderes bestimmt ist.

(4) ¹Der Zugang zum Qualifikationsfeststellungsverfahren setzt voraus, dass die in Abs. 2 genannten Unterlagen fristgerecht und vollständig vorliegen. ²Mit den Bewerberinnen und Bewerbern, die die erforderlichen Voraussetzungen erfüllen, wird das Qualifikationsfeststellungsverfahren gemäß Abs. 5 ff. durchgeführt. ³Bewerberinnen und Bewerber, die nicht zugelassen werden, erhalten einen mit Gründen und Rechtsbehelfsbelehrung versehenen Ablehnungsbescheid.

(5) ¹Der Prüfungsausschuss beurteilt in der ersten Stufe des Qualifikationsfeststellungsverfahrens anhand der schriftlichen Antragsunterlagen, ob eine Bewerberin bzw. ein Bewerber die Eignung zum Masterstudium besitzt. ²Dazu werden die schriftlichen Unterlagen zunächst vom Prüfungsausschuss gesichtet und in ihrer Gesamtheit selbständig nach folgenden Kriterien bewertet:

1. Studienleistungen (max. 55 Punkte):
 - a) Qualität der Note des Erstabschlusses (max. 40 Punkte),
 - b) Marketingkenntnisse (Beurteilung erfolgt anhand des Umfangs der erworbenen ECTS-Punkte) (max. 10 Punkte),
 - c) Statistikkenntnisse (Beurteilung erfolgt anhand des Umfangs der erworbenen ECTS-Punkte) (max. 5 Punkte).
2. Auslandsaufenthalte / Englischkenntnisse (max. 15 Punkte):
 - a) qualifizierte Auslandserfahrung (Beurteilung erfolgt anhand der Dauer des Aufenthalts) (max. 10 Punkte),
 - b) Niveau der Englischkenntnisse (Beurteilung erfolgt anhand einer Einteilung in drei Qualitätsstufen nach Satz 4) (max. 5 Punkte).

³Die Bewertung nach Satz 2 Nrn. 1 und 2 a) erfolgt anhand folgender Maßstäbe:

1. Studienleistungen (max. 55 Punkte):
 - a) Note Bachelorabschluss (max. 40 Punkte):

Bachelornote		
Von	Bis	Punkte
1,0	1,19	40
1,2	1,39	39
1,4	1,59	38
1,6	1,79	37
1,8	1,99	36
2,0	2,19	35
2,2	2,29	34

2,3	2,39	33
2,4	2,49	32
2,5	2,59	31
2,6	2,69	30
2,7	2,79	29
2,8	2,89	28
2,9	2,99	27
3,0	3,09	26
3,1	3,2	25

b) Marketingkenntnisse (max. 10 Punkte):

Umfang Marketingkenntnisse		
Von (ECTS)	Bis (ECTS)	Punkte
≥ 10,5		10
8	10	8
5,5	7,5	6
3	5	4
0,5	2,5	2
0	0	0

c) Statistikkenntnisse (max. 5 Punkte):

Umfang Statistikkenntnisse		
Von (ECTS)	Bis (ECTS)	Punkte
≥ 5,5		5
3	5	3
0,5	2,5	1
0	0	0

2. Qualifizierte Auslandserfahrung (max. 10 Punkte):

Umfang Auslandserfahrung		
Von (Wochen)	Bis (Wochen)	Punkte
≥ 11		10
9	10	8
6	8	6
3	5	4
1	2	2
0	<1	0

⁴Das Niveau der Englischkenntnisse nach Satz 2 Nr. 2 b) wird wie folgt bewertet:

1. Bewerberinnen und Bewerber, die Kenntnisse auf dem Niveau B2 (selbstständige Sprachverwendung) nachweisen können, erhalten 1 Punkte.
2. Bewerberinnen und Bewerber, die Kenntnisse auf dem Niveau C1 (fachkundige Sprachkenntnisse) nachweisen können, erhalten 3 Punkte.
3. Bewerberinnen bzw. Bewerber, die darüber hinaus vertiefte Englischkenntnisse durch Auslandsaufenthalte, eine Tätigkeit in einem mehrsprachigen Unternehmen, o. Ä. oder das Niveau C2 des GER nachweisen können, erhalten 5 Punkte.

⁵Der Prüfungsausschuss kann insgesamt 70 Punkte vergeben. ⁶Die Gesamtpunktzahl ergibt sich aus der Addition der in den einzelnen Kriterien nach Sätzen 2 bis 4 vergebenen Punkte. ⁷Bewerberinnen und Bewerber, die mindestens 40 Punkte erreicht haben, werden zu einem Qualifikationsfeststellungsgespräch nach Abs. 6 eingeladen; Bewerberinnen und Bewerber mit weniger als 40 Punkten erhalten einen mit Gründen und Rechtsbehelfsbelehrung versehenen ablehnenden Bescheid.

(6) ¹In der zweiten Stufe des Qualifikationsfeststellungsverfahrens wird mit den Bewerberinnen und Bewerbern, die in der ersten Stufe 40 oder mehr Punkte erreicht haben, ein Qualifikationsfeststellungsgespräch mit einer Dauer von ca. 30 Minuten durchgeführt; es können maximal 30 Punkte vergeben werden. ²Der Termin wird mindestens eine Woche vorher bekannt gegeben. ³Der festgesetzte Termin des Gesprächs ist von der Bewerberin bzw. dem Bewerber einzuhalten. ⁴Ist die Bewerberin bzw. der Bewerber aus von ihr bzw. ihm nicht zu vertretenden Gründen an der Teilnahme am Qualifikationsfeststellungsgespräch verhindert, so kann auf begründeten Antrag ein Nachtermin bis spätestens zwei Wochen vor Vorlesungsbeginn anberaumt werden. ⁵Das Qualifikationsfeststellungsgespräch ist für jede Bewerberin bzw. jeden Bewerber einzeln durchzuführen. ⁶Es kann in begründeten Ausnahmefällen und mit Einverständnis der Bewerberin bzw. des Bewerbers

auch bildtelefonisch geführt werden. ⁷Das Qualifikationsfeststellungsgespräch wird von mindestens einem Mitglied des Prüfungsausschusses in Anwesenheit einer Beisitzerin bzw. eines Beisitzers durchgeführt. ⁸Soweit das Qualifikationsfeststellungsgespräch von mehreren Mitgliedern des Prüfungsausschusses geführt wird, vergibt jedes der Mitglieder auf das Ergebnis des Qualifikationsfeststellungsgesprächs maximal 30 Punkte. ⁹Die Punktzahl des Qualifikationsfeststellungsgesprächs ergibt sich aus der Bewertung bzw. dem arithmetischen Mittel der Einzelbewertungen nach Satz 7 bzw. 8, wobei sich aus der Berechnung ergebende Nachkommastellen aufgerundet werden.

¹⁰Bewerberinnen und Bewerber, die einschließlich des Punktwerts aus der ersten Stufe 70 oder mehr Punkte erreicht haben, werden als qualifiziert eingestuft.

¹¹Das Qualifikationsfeststellungsgespräch erstreckt sich auf folgende gewichtete Kriterien:

1. Kompetenzen (max. 25 Punkte)
 - a) Fachliche Kompetenz (z. B. Kenntnis der Grundlagen des Marketings, insbesondere Kundenorientierung, Wettbewerbsorientierung) (max. 12,5 Punkte),
 - b) Methodenkompetenz (z. B. Management- und Marktforschungsmethoden) (max. 12,5 Punkte).
2. positive Prognose aufgrund steigender Leistungen im bisherigen Studium; Besprechung anhand der Dokumente des Erstabschlusses (insbesondere Transcript of Records); besondere Beachtung erhält dabei die Note der Bachelorarbeit im Vergleich zu den sonstigen und insbesondere anfänglichen Leistungen (max. 5 Punkte).

¹²Die Bewertung nach Satz 11 erfolgt anhand folgender Maßstäbe:

1. Kompetenzen (max. 25 Punkte):
 - a) Fachliche Kompetenz (max. 12,5 Punkte):

Kompetenz-Niveau	Punkte
Keine fachliche Kompetenz (Keine Kenntnisse über fachliche Inhalte aus den Bereichen Marketing und Vertrieb)	0
Grundlegende fachliche Kompetenz (Taxonomie-Stufen Wissen und Verstehen; fachliche Inhalte aus den Bereichen Marketing und Vertrieb können beschrieben und erläutert werden)	1-5
Fortgeschrittene fachliche Kompetenz (Taxonomie-Stufen Wissen, Verstehen, Anwenden und Analysieren; fachliche Inhalte aus den Bereichen Marketing und Vertrieb können beschrieben, erläutert, übertragen und diskutiert werden)	6-9
Spezialisierte fachliche Kompetenz (Taxonomie-Stufen Wissen, Verstehen, Anwenden, Analysieren, Evaluieren und Erschaffen; fachliche Inhalte aus den Bereichen Marketing und Vertrieb können beschrieben, erläutert, übertragen, diskutiert, bewertet und gestaltet werden)	10-12,5

- b) Methodenkompetenz (max. 12,5 Punkte):

Kompetenz-Niveau	Punkte
Keine Methodenkompetenz (Keine Kenntnisse über Managementmethoden)	0
Grundlegende Methodenkompetenz (Taxonomie-Stufen Wissen und Verstehen; Managementmethoden können beschrieben und erläutert werden)	1-5

Fortgeschrittene Methodenkompetenz (Taxonomie-Stufen Wissen, Verstehen, Anwenden und Analysieren; Managementmethoden können beschrieben, erläutert, übertragen und diskutiert werden)	6-9
Spezialisierte Methodenkompetenz (Taxonomie-Stufen Wissen, Verstehen, Anwenden, Analysieren, Evaluieren und Erschaffen; Managementmethoden können beschrieben, erläutert, übertragen, diskutiert, bewertet und gestaltet werden)	10-12,5

2. Positive Prognose aufgrund steigender Leistungen im bisherigen Studium (max. 5 Punkte):

Prognose	Punkte
Keine positive Prognose (<u>Keine</u> Hinweise auf steigende Leistungen)	0
Leichte positive Prognose (Hinweise auf <u>leicht steigende</u> Leistungen)	1-2
Mittelstarke positive Prognose (Hinweise auf <u>mittelstark steigende</u> Leistungen)	3-4
Starke positive Prognose (Hinweise auf <u>stark steigende</u> Leistungen)	5

(7) ¹Das Ergebnis des Qualifikationsfeststellungsverfahrens wird der Bewerberin bzw. dem Bewerber schriftlich mitgeteilt. ²Ein Ablehnungsbescheid ist mit einer Begründung und einer Rechtsbehelfsbelehrung zu versehen.

(8) Die Bewerberin bzw. der Bewerber trägt die eigenen Kosten des Qualifikationsfeststellungsverfahrens selbst.

(9) ¹Über die Art und den Ablauf des Qualifikationsfeststellungsverfahrens in der ersten und in der zweiten Stufe ist eine Dokumentation anzufertigen, aus der Tag, Dauer und Ort der Feststellung, die Namen der Prüfungsausschussmitglieder, die Namen der Bewerberin bzw. des Bewerbers und die Beurteilung sowie das Gesamtergebnis ersichtlich sein müssen. ²Aus der Dokumentation müssen die wesentlichen Gründe für die Entscheidung hervorgehen.

(10) ¹Im Qualifikationsfeststellungsverfahren ist auf Art und Schwere einer Behinderung Rücksicht zu nehmen. ²Wer durch ein ärztliches Zeugnis glaubhaft macht, wegen länger andauernder oder ständiger Behinderung, die nicht das abgeprüfte Leistungsbild betrifft, nicht in der Lage zu sein, die Prüfung ganz oder teilweise in der vorgesehenen Form abzulegen, hat Anspruch darauf, dass die bzw. der Vorsitzende des Prüfungsausschusses gestattet, den Nachteil durch entsprechende Verlängerung der Arbeitszeit oder eine andere Gestaltung des Prüfungsverfahrens auszugleichen, wobei auf den Nachweis von Kompetenzen, die zum Qualifikationsziel der abzulegenden Prüfung gehören, nicht verzichtet werden darf.

(11) Die Bestätigung über das bestandene Qualifikationsfeststellungsverfahren hat unbeschränkte Gültigkeit, sofern sich der Masterstudiengang nicht wesentlich geändert hat.“

13. **Anlage 4** wird wie folgt geändert:

- a) In Abs. 1 Satz 3 werden das Wort „Vorlesungsbeginn“ durch die Worte „30. September eines jeden Jahres“ und nach dem Wort „nachgewiesen“ im Klammerzusatz die Zahl „2“ durch die Zahl „5“ ersetzt.
- b) In Abs. 2 Satz 4 Buchstabe f) wird nach dem Wort „Nachweise“ folgender neuer Klammerzusatz angefügt:

„(alle Nachweise, die Qualifikationen betreffen, die für den Studiengang relevant sind, aber nicht durch die Punkte a) bis e) abgedeckt sind (beispielsweise Teilnahmebestätigungen für Kurse oder Workshops)“.

§ 2

Diese Änderungssatzung tritt am Tag nach ihrer Bekanntmachung in Kraft und gilt für alle Studierenden, die das Studium ab dem Wintersemester 2020/2021 aufnehmen werden.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Senats der Universität Erlangen-Nürnberg vom 27. November 2019 und der Genehmigungsfeststellung des Präsidenten Prof. Dr.-Ing. Joachim Hornegger vom 3. Februar 2020.

Erlangen, den 3. Februar 2020

Prof. Dr.-Ing. Joachim Hornegger
Präsident

Die Satzung wurde am 3. Februar 2020 in der Universität Erlangen-Nürnberg niedergelegt; die Niederlegung wurde am 3. Februar 2020 durch Anschlag in der Universität Erlangen-Nürnberg bekannt gegeben. Tag der Bekanntmachung ist der 3. Februar 2020.