

**Prüfungs- und Studienordnung für den Master-Onlinestudiengang  
Sales Management  
der Hochschule Wismar  
University of Applied Sciences: Technology, Business and Design**

Vom 16. Januar 2026

Aufgrund des § 2 Absatz 1 in Verbindung mit § 13 Absatz 5, § 38 Absatz 1 und § 39 Absatz 1 des Landeshochschulgesetzes in der Fassung der Bekanntmachung vom 25. Januar 2011 (GVOBl. M-V S. 18), das zuletzt durch das Sechste Gesetz zur Änderung des Landeshochschulgesetzes vom 21. Juni 2021 (GVOBl. M-V S. 1018) geändert worden ist, und § 1 Absatz 2 der Rahmenprüfungsordnung der Hochschule Wismar, University of Applied Sciences: Technology, Business and Design vom 19. Oktober 2012 (Mittl.bl. BM M-V S. 1159), die zuletzt durch die Achte Satzung zur Änderung der Rahmenprüfungsordnung der Hochschule Wismar, University of Applied Sciences: Technology, Business and Design vom 19. Juli 2024 (Hochschulanzeiger der Hochschule Wismar, Sonderausgabe vom 26. Juni 2025) geändert worden ist, hat die Hochschule Wismar, University of Applied Sciences: Technology, Business and Design die folgende Prüfungs- und Studienordnung erlassen:

## **Inhaltsverzeichnis**

### **I. Allgemeine Bestimmungen**

§ 1 Geltungsbereich

### **II. Allgemeines**

§ 2 Regelstudienzeit

§ 3 Abschlussgrad

§ 4 Zugangsvoraussetzungen

### **III. Prüfungen**

§ 5 Prüfungsausschuss

§ 6 Arten der Prüfungsleistungen

§ 7 Ablegen von Modulprüfungen

§ 8 Bewertung der einzelnen Prüfungsleistungen, Bildung von Noten

§ 9 Wiederholung von Prüfungen

### **IV. Masterarbeit, Mastersymposium**

§ 10 Masterarbeit, Mastersymposium

§ 11 Bestehen der Masterprüfung und Bildung der Gesamtnote

### **V. Studienordnung**

§ 12 Zweck der Studienordnung

§ 13 Ziele des Studiums

§ 14 Studienbeginn

§ 15 Gliederung des Studiums

§ 16 Inhalt des Studiums

§ 17 Lehr- und Lernformen

§ 18 Studienberatung

### **VI. Schlussbestimmungen**

§ 19 Übergangsbestimmungen

§ 20 Inkrafttreten

Anlage 1 Prüfungsplan

Anlage 2 Studienplan

## **I. Allgemeine Bestimmungen**

### **§ 1**

#### **Geltungsbereich**

(§ 1 Rahmenprüfungsordnung)

Diese Prüfungs- und Studienordnung gilt für den weiterbildenden Master-Onlinestudiengang Sales Management der Hochschule Wismar, University of Applied Sciences: Technology, Business and Design. Die Rahmenprüfungsordnung der Hochschule Wismar ist unmittelbar anzuwenden, soweit diese Prüfungs- und Studienordnung keine eigenen Vorschriften enthält.

## **II. Allgemeines**

### **§ 2**

#### **Regelstudienzeit**

(§ 2 Rahmenprüfungsordnung)

Die Regelstudienzeit beträgt vier Semester. Sie umfasst die theoretischen Studiensemester, die Modulprüfungen sowie die Bearbeitungszeit für die Master-Thesis.

### **§ 3**

#### **Abschlussgrad**

(§ 3 Rahmenprüfungsordnung)

Aufgrund der bestandenen Masterprüfung wird der akademische Grad „Master of Arts“ (M.A.) verliehen.

### **§ 4**

#### **Zugangsvoraussetzungen**

(§ 4 Rahmenprüfungsordnung)

(1) Voraussetzung für die Zulassung zum weiterbildenden Masterstudium Sales Management ist ein erster akademischer Abschluss mit mindestens 210 Credits, der an einer nationalen oder internationalen Hochschule erworben wurde. Kann die Anzahl von 210 Credits nicht nachgewiesen werden, ist es möglich, auf Antrag eine zu den Zugangsvoraussetzungen zusätzliche einschlägige Berufspraxis von einem halben Jahr (in Vollzeit) oder einem Jahr (in Teilzeit) mit maximalen 30 Credits anzurechnen. Im Einzelfall ist es auch möglich, über den Besuch von Veranstaltungen an der Hochschule Wismar vor Aufnahme des Studiums weitere Credits zu erwerben. Hierüber entscheidet der Prüfungsausschuss auf Antrag. Die zu wählenden Module werden vom Studiengangverantwortlichen festgelegt. Weiterhin ist für die Zulassung eine mindestens einjährige einschlägige Berufspraxis nachzuweisen. Im Zweifelsfall entscheidet der Prüfungsausschuss, ob die Zulassungsvoraussetzungen erfüllt sind.

(2) Im Rahmen des vorherigen Hochschulstudiums und der Anrechnung einschlägiger Berufspraxis müssen mindestens so viele Leistungspunkte erworben worden sein, dass deren Summe unter Einschluss der 90 Credits für den Master insgesamt mindestens 300 Credits ergeben.

### III. Prüfungen

#### § 5 Prüfungsausschuss (§ 5 Rahmenprüfungsordnung)

An der Hochschule Wismar wird ein Prüfungsausschuss für das Fernstudium gebildet. Er ist für alle das Prüfungsverfahren betreffende Aufgaben und Entscheidungen des Prüfungswesens sowie für die weiteren durch diese Ordnung zugewiesenen Aufgaben zuständig.

#### § 6 Arten der Prüfungsleistungen (§ 6 Rahmenprüfungsordnung)

(1) Die Prüfungsart und der Umfang sind im Prüfungsplan (Anlage 1) festgelegt. Folgende Arten von Prüfungsleistungen können erbracht werden:

- a) Mündliche Prüfung,
- b) Schriftliche Prüfung (Klausur 120 Minuten),
- c) Alternative Prüfungsleistung (APL), insbesondere
  - Referat,
  - Planspiel,
  - Projektarbeit/ Case Study,
  - Hausarbeit/ Präsentation.

(2) Die Modulprüfungen setzen sich aus den im Prüfungsplan (Anlage 1) angegebenen Prüfungsleistungen zusammen.

#### § 7 Ablegen von Modulprüfungen (§ 12 Rahmenprüfungsordnung)

(1) Die Kandidaten müssen sich zu den Modulprüfungen anmelden. Die Anmeldung erfolgt mit dem Antritt zur Prüfung. Bei Alternativen Prüfungsleistungen erfolgt die Anmeldung und der Prüfungsantritt mit dem Empfang der Themenstellung.

(2) Die Unterrichtssprache in den einzelnen Modulen des Studiengangs und bei der Abnahme von Prüfungen ist Deutsch.

#### § 8 Bewertung der einzelnen Prüfungsleistungen, Bildung von Noten (§ 16 Rahmenprüfungsordnung)

(1) Prüfungsleistungen sind wie folgt zu bewerten:

1,0; 1,3	= sehr gut	= eine hervorragende Leistung,
1,7; 2,0; 2,3	= gut	= eine Leistung, die erheblich über den durchschnittlichen Anforderungen liegt,
2,7; 3,0; 3,3	= befriedigend	= eine Leistung, die durchschnittlichen Anforderungen entspricht,
3,7; 4,0	= ausreichend	= eine Leistung die trotz ihrer Mängel noch den Anforderungen entspricht,
5,0	= nicht ausreichend	= eine Leistung, die wegen ihrer Mängel den Anforderungen nicht mehr genügt.

(2) Besteht eine Modulprüfung aus mehreren Prüfungsleistungen, errechnet sich die Modulnote aus dem Durchschnitt der Noten der einzelnen Prüfungsleistungen unter Berücksichtigung ihrer Gewichtung gemäß der Credits.

(3) Die Bewertung einer schriftlichen Prüfungsleistung ist spätestens sechs Wochen nach Erbringung der Prüfungsleistung bekannt zu geben.

**§ 9**  
**Wiederholung von Prüfungen**  
(§ 19 Rahmenprüfungsordnung)

Nicht bestandene Modulprüfungen können zweimal wiederholt werden.

**IV. Masterarbeit, Mastersymposium**

**§ 10**  
**Masterarbeit, Mastersymposium**  
(§§ 20 und 21 Rahmenprüfungsordnung)

(1) Zur Master-Thesis wird zugelassen, wer mindestens 54 Credits erworben hat. Das Kolloquium darf erst nach Erreichen von 72 Credits durchgeführt werden.

(2) Die Bearbeitungszeit der Master-Thesis beträgt 20 Wochen. Auf begründeten Antrag des Kandidaten kann der Prüfungsausschuss die Bearbeitungszeit verlängern. Im Regelfall soll die Verlängerung nicht mehr als vier Wochen betragen. In besonderen Härtefällen, in denen der Kandidat durch von ihm nicht zu vertretende Gründe an der fristgemäßen Fertigstellung der Master-Thesis gehindert ist, soll die Verlängerung die Hälfte der Bearbeitungszeit nicht überschreiten.

(3) Das Thema der Arbeit kann nur einmal und innerhalb der ersten vier Wochen der Bearbeitungszeit zurückgegeben werden. Der Prüfungsausschussvorsitzende stellt sicher, dass der Kandidat das neue Thema innerhalb von sechs Wochen erhält.

(4) Die Master-Thesis ist in deutscher oder englischer Sprache abzufassen.

(5) Die Master-Thesis ist fristgemäß in zweifacher schriftlicher Ausfertigung und einer für die elektronische Datenverarbeitung geeigneten Fassung abzugeben.

(6) Die Master-Thesis ist innerhalb von sechs Wochen nach ihrer Abgabe zu bewerten.

(7) Die Note des Kolloquiums geht mit einem Anteil von 25 % in die Note für die Master-Thesis ein.

**§ 11**  
**Bestehen der Masterprüfung und Bildung der Gesamtnote**  
(§ 22 Rahmenprüfungsordnung)

(1) In die Gesamtnote fließen die nach Credits gewichteten Modulnoten und die gewichtete Gesamtnote der Master-Thesis ein.

(2) Bei der Gesamtnote wird nur die erste Stelle hinter dem Komma berücksichtigt; alle weiteren Stellen werden ohne Rundung gestrichen.

## V. Studienordnung

### § 12 Zweck der Studienordnung

Die Studienordnung dient der Information und Beratung der Studierenden im Hinblick auf eine sinnvolle Gestaltung des Studiums. Sie ist zugleich Grundlage für die studienbegleitende fachliche Beratung der Studierenden und für die Planung des Lehrangebots durch die Fakultät.

### § 13 Ziele des Studiums

(1) Das Masterstudium Sales Management ist als berufsbegleitendes und berufsintegrierendes Fernstudium konzipiert, wobei die Teilnehmer neben dem Selbststudium auch an regelmäßigen Online-Tutorien teilnehmen.

(2) Die Hochschule Wismar vermittelt durch das Masterstudium die Zusammenhänge des Faches und versetzt Studierende in die Lage, selbstständig auch komplexe Probleme im Kontext der betriebswirtschaftlichen Projektarbeit zu analysieren, Beurteilungen und Lösungen wissenschaftlich fundiert zu erarbeiten und in einem sozialen/unternehmerischen Umfeld zu realisieren. Ziel ist es, den Studierenden auf Basis von wissenschaftlichen Erkenntnissen die Themen Sales, Vertriebsrecht und Controlling näher zu bringen. Das Studium vermittelt das Wissen für eine Sales Managerin beziehungsweise einen Sales Manager und antizipiert mit KI und Sustainability im Vertrieb die Zukunft in diesem Bereich. Daher soll die zukünftige Ausbildung von Wirtschaftsfachkräften im Bereich Sales Management insbesondere auf verschiedenen Perspektiven beruhen:

1. Der psychologischen Komponente, um das Erleben und Verhalten im Verkaufsprozess zu beleuchten, aber auch um emphatische, kooperative und partizipative Sales Management Kompetenzen zu vermitteln.
2. Der rechtlichen Komponente, um die zukünftigen Rahmenbedingungen aus Berichtspflichten, HGB und sonstigen den Vertrieb betreffenden Gesetzen zu beleuchten.
3. Der Controlling Komponente, um internationale Aktivitäten, Key Accounts und CRM Einsätze bezüglich Zielerreichung zu optimieren.

(3) Der Studiengang widmet sich zugleich wissenschaftlich analytisch als auch anwendungsorientiert diesen drei Themenfeldern und deren Schnittstellen. Es zeigt sich ein grundlegender Wandel bezüglich der Fähigkeiten im Sales Bereich. In vergangener Zeit wurden Vertriebsmitarbeiter darauf trainiert zu überzeugen. Zukünftig sind Perspektivenübernahme gegenüber dem Kunden ein Erfolgsfaktor. Es gibt kaum noch eine Produkt- oder Dienstleistungskategorie, bei der ein Kunde noch keine Erfahrungen oder Informationen gesammelt hat. Daher sollten Sales Mitarbeitende in der Lage sein, die Erfahrungswelt aus Kundenperspektive zu antizipieren, um daraus eine sinnvolle Kaufentscheidung abzuleiten. Dabei hilft verkaufpsychologisches Wissen. Darüber hinaus ist es für die zukünftigen Managerinnen ratsam, die marktseitige Komplexität zu verstehen und gegengleich komplexe Lösungen auf Unternehmensseite zu etablieren. Dabei helfen moderne Management- und Controlling Methoden, um die Zielerreichung sicherzustellen. Eine weitere Herausforderung besteht im Nachhaltigkeits-Reporting und damit einhergehende Bestrebungen, externe Kosten zu identifizieren und zu internalisieren (GuV). Damit geht nicht nur eine neue Regulationsordnung einher, sondern ein genereller Wertewandel. Wirtschaftliches Handeln und insbesondere der Vertrieb werden zukünftig neben dem Gewinn auch auf Basis von Ressourceneffizienz, menschenwürdigen Arbeitsbedingungen und Gemeinwohlsteigerungen gemessen.

## **§ 14 Studienbeginn**

Das Studium kann zum Wintersemester sowie zum Sommersemester aufgenommen werden.

## **§ 15 Gliederung des Studiums**

(1) Das Studium gliedert sich in vier Semester. Im den Semestern 1 bis 3 werden je 24 Credits und im vierten Semester 18 Credits nach dem Europäischen System zur Anrechnung von Studienleistungen (ECTS) vergeben, insgesamt also 90 Credits; ein Credit entspricht einer studentischen Arbeitsbelastung von 25 Zeitstunden.

(2) Das Studium ist in Module untergliedert. Module sind in sich abgeschlossene Lehreinheiten, in denen thematisch zusammengehörige Lehrinhalte zusammengefasst sind. Der erfolgreiche Abschluss eines Moduls wird durch eine Modulprüfung dokumentiert, deren Bestehen Voraussetzung für die Vergabe der für dieses Modul ausgewiesenen Credits ist.

## **§ 16 Inhalt des Studiums**

Das Lehrangebot umfasst die im Modulhandbuch näher beschriebenen Pflichtmodule.

## **§ 17 Lehr- und Lernformen**

(1) Es werden folgende Lehr- und Lernformen eingesetzt:

1. Seminaristischer Unterricht: Vermittlung des Lehrstoffes, die in Form von Präsenzveranstaltungen und/oder Onlinelehre erfolgen kann,
2. Selbststudium: eigenständige Auseinandersetzung mit studien- und prüfungsrelevanten Inhalten unter Zuhilfenahme ausgehändigter Studienmaterialien, einschließlich der Vor- und Nachbereitung des vermittelten Lehrstoffes der Lehrveranstaltungen. Eine weitere Unterstützung des Selbststudiums kann durch Online-Angebote erfolgen.

(2) Aus welchen dieser Lehr- und Lernformen sich die einzelnen Module zusammensetzen, ist dem Studienplan (Anlage 2) zu entnehmen.

## **§ 18 Studienberatung**

(1) Alle Studierenden können sich in allgemeinen Angelegenheiten ihres Studiums vom Zulassungs- und Prüfungsamt für Fernstudienangelegenheiten der Hochschule Wismar beraten lassen.

(2) Die Hochschule Wismar informiert außerdem im Rahmen der allgemeinen Studienberatung über die von ihr getragenen Studienmöglichkeiten.

(3) Die Beratung zu Fragen der Studiengestaltung einschließlich aller spezifischen Prüfungsangelegenheiten wird von der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften durchgeführt. Die Studienfachberatung sollte insbesondere zu Beginn des Studiums, bei nicht bestandenen Prüfungen und bei Studiengangwechsel in Anspruch genommen werden.

(4) Die Beratung zu Fragen einzelner Fachmodule liegt in der Verantwortung der jeweiligen Modulverantwortlichen.

## **VI. Schlussbestimmungen**

### **§ 19 Übergangsbestimmungen**

Diese Prüfungs- und Studienordnung gilt erstmalig für Studierende, die ab dem Wintersemester 2026/2027 in dem Master-Onlinestudiengang Sales Management eingeschrieben werden.

Studienbewerberinnen und Studienbewerber können auf Antrag noch bis einschließlich zum Sommersemester 2027 unter Anwendung der bis zum Inkrafttreten geltenden Fassung der Prüfungs- und Studienordnung des Master-Fernstudiengangs Vertrieb und Marketing / Sales and Marketing in ein höheres Fachsemester eingestuft und immatrikuliert werden.

### **§ 20 Inkrafttreten**

Diese Prüfungs- und Studienordnung tritt am Tag nach ihrer Veröffentlichung im Hochschulanzeiger der Hochschule Wismar in Kraft.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Senats der Hochschule Wismar vom 15. Januar 2026 sowie der Genehmigung des Rektors vom 16. Januar 2026.

Wismar, den 16. Januar 2026

**Der Rektor  
der Hochschule Wismar  
University of Applied Sciences: Technology, Business and Design  
Prof. Dr. Bodo Wiegand-Hoffmeister**

## Anlage 1 Prüfungsplan

PM	Nr.	Fach	1. Sem.		2. Sem.		3. Sem.		4. Sem.		Summe
			Prüfung	CR	Prüfung	CR	Prüfung	CR	Prüfung	CR	CR
	01	Wissenschaftliche Methoden	K120	6							6
	02	Sustainable Sales	K120	6							6
	03	Vertriebscontrolling	K120	6							6
	04	Digitaler Vertrieb und KI	K120 o. APL	6							6
	05	Customer Relationship Management			K120	6					6
	06	Verhandlungspsychologie			APL	6					6
	07	Nachhaltigkeits-Reporting			APL	6					6
	08	Vertriebsrecht			K120	6					6
	09	Internationaler Vertrieb					K120	6			6
	10	Verkaufpsychologie					K120	6			6
	11	Sales und After Sales Management					APL	6			6
	12	B2B und Key Account Management					K120 o. APL	6			6
	13	Master-Thesis und Kolloquium							Thesis + Kolloquium	18	18
	Σ			24		24		24		18	90

Erläuterungen:

CR Credit Points

PM Pflichtmodul

APL Alternative Prüfungsleistung

K Klausur, Zeiteinheiten nach K entsprechen Minuten

## Anlage 2 Studienplan

PM		1. Sem.		2. Sem.		3. Sem.		4. Sem.		Summe
Nr.	Fach	SU + S	CR	SU + S	CR	SU + S	CR	SU + S	CR	CR
01	Wissenschaftliche Methoden	4 + 146	6							6
02	Sustainable Sales	4 + 146	6							6
03	Vertriebscontrolling	4 + 146	6							6
04	Digitaler Vertrieb und KI	4 + 146	6							6
05	Customer Relationship Management			4 + 146	6					6
06	Verhandlungspsychologie			4 + 146	6					6
07	Nachhaltigkeits-Reporting			4 + 146	6					6
08	Vertriebsrecht			4 + 146	6					6
09	Internationaler Vertrieb					4 + 146	6			6
10	Verkaufpsychologie					4 + 146	6			6
11	Sales und After Sales Management					4 + 146	6			6
12	B2B und Key Account Management					4 + 146	6			6
13	Master-Thesis und Kolloquium							450 inkl. Kolloquium	18	18
Σ			24		24		24		18	90

### Erläuterungen:

CR Credit Points

PM Pflichtmodul

S Selbststudium inklusive asynchroner Onlinelehre

SU Seminaristischer Unterricht in Form von Onlinelehre  
(Online-Tutorien, Konsultationen, Beratung und  
Unterstützung durch Lehrende)