

Zugangsvoraussetzungen

Der Fachhochschul-Magisterstudiengang Internationales Weinmarketing ist für Personen, die ein fach einschlägiges Studium an einer anerkannten inländischen oder ausländischen postsekundären Bildungseinrichtung abgeschlossen haben, zugänglich.

Relevante facheinschlägige Studien

Folgende **Studien** kommen als Vorbildung für den Fachhochschul-Magisterstudiengang Internationales Weinmarketing in Frage:

- Fachhochschul-Bakkalaureatsstudiengang Internationales Weinmanagement
- Fachhochschul-Bakkalaureatsstudiengang / Fachhochschul-Diplomstudiengang Internationale Wirtschaftsbeziehungen
- Fachhochschul- und Universitätsstudien im sozial- und wirtschaftswissenschaftlichen Bereich
- Fachhochschul- und Universitätsstudien aus dem naturwissenschaftlichen oder technischen Bereich

Die Erfüllung der Zugangsvoraussetzung durch nicht im Anerkennungsbescheid geregelte Studienabschlüsse wird im Einzelfall durch die Leitung des Fachhochschul-Magisterstudienganges Internationales Weinmarketing oder das Fachhochschulkollegium geprüft.

Sprachkenntnisse

Die **Beherrschung der deutschen Sprache** ist nachzuweisen.

Die **Beherrschung der englischen Sprache** ist nachzuweisen, wobei insbesondere der Aktualität der Englischkenntnisse große Bedeutung zukommt, da Englisch auch als Unterrichtssprache zum Einsatz kommt. Die geforderten Englischkenntnisse, sowie die letztmalige Englischausbildung müssen von den Studierenden spätestens zum Zeitpunkt des Studienbeginns nachgewiesen werden. Die Überprüfung der Englischkenntnisse ist Teil des Aufnahmegesprächs. Werden in diesem Rahmen Defizite hinsichtlich des geforderten Englischniveaus festgestellt, so kann von den Studienwerbern eine Einstufungsprüfung am Fachhochschul-Magisterstudiengang Internationale Wirtschaftsbeziehungen absolviert werden, die vom Fachhochschul-Magisterstudiengang als geeigneter Nachweis der Fremdsprachenkenntnisse in Englisch anerkannt wird.

Unterrichtssprache

Als Unterrichtssprache des Fachhochschul-Magistersstudienganges Internationales Weinmarketing wird vorwiegend **Deutsch** verwendet, wobei in einzelnen, international orientierten Lehrveranstaltungen auch **Englisch** als Unterrichtssprache verstärkt zur Anwendung kommt.