

Prüfungsordnung
(Satzung) der Fachhochschule Westküste
für den Master-Studiengang International Tourism Management
Vom 27. Juni 2017

Aufgrund § 52 Abs. 1 des Gesetzes über die Hochschulen und das Universitätsklinikum Schleswig-Holstein (Hochschulgesetz - (HSG) in der Fassung der Bekanntmachung vom 5. Februar 2016 (GVOBl. Schl.-H. S. 39), zuletzt geändert durch Artikel 1 des Gesetzes vom 14. März 2017 (GVOBl. Schl.-H. S. 142), wird nach Beschlussfassung durch den Konvent des Fachbereichs Wirtschaft vom 17. Mai 2017 und mit Genehmigung des Präsidiums der Fachhochschule Westküste vom 26. Juni 2017 die folgende Satzung erlassen.

§ 1
Allgemeine Bestimmungen

Es gelten die Prüfungsverfahrensordnung und die fächerübergreifenden Bestimmungen für Prüfungen (Satzung) der Fachhochschule Westküste in der Fassung 11. April 2017

§ 2
Studienziele

(1) Das Master-Studium International Tourism Management (ITM) qualifiziert die Studierenden für die Übernahme von verantwortungsvollen Führungspositionen des Managements in in- und ausländischen Unternehmen des globalen Tourismusmarktes. Das Studium vermittelt umfassende branchenspezifische Grundlagen, fachspezifisches betriebs- und tourismuswirtschaftliches Wissen sowie Schlüsselqualifikationen in den Bereichen Sozial-, Methoden- und Lernkompetenz. Die Studierenden sollen auf einem hohen wissenschaftlichen Niveau praxisrelevante Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten erwerben, um den Anforderungen des globalen Arbeitsmarktes gerecht zu werden.

(2) Die speziellen Studienziele liegen entsprechend den beruflichen Anforderungen in der Vermittlung von

- **Fachkompetenz:** Die Fachkompetenz umfasst die vertiefende Sach- und Fachwissensvermittlung in den Bereichen Tourismus und Betriebswirtschaftslehre. Der Absolventin / dem Absolventen eröffnen sich dadurch vielfältige Einsatzmöglichkeiten in verschiedenen tourismusrelevanten Bereichen.
- **Führungskompetenz:** Neben der Vermittlung von Fachkenntnissen werden im Studium die Persönlichkeitsbildung sowie der Erwerb von Führungswissen und Führungstechniken zur Übernahme von Leitungsaufgaben gefördert. Die Absolventinnen und Absolventen sollen befähigt werden, in Unternehmen Führungsaufgaben zu übernehmen.
- **Methodenkompetenz:** Mithilfe vertiefender wirtschafts- und sozialwissenschaftlicher Methodenkenntnisse werden die Absolventinnen und Absolventen befähigt, Möglichkeiten und Grenzen von Problemlösungstechniken zu erkennen, gegeneinander abzuwägen und fallspezifisch anzuwenden.

- Sozialkompetenz: Das Studium beinhaltet Elemente zur gezielten Förderung von Team-, Kommunikations-, Integrations- sowie Konfliktfähigkeit, Präsentations- und Moderationstechnik. Die Vermittlung von Verantwortungsbewusstsein sowie sozialer Kompetenz sind ebenfalls fester Bestandteil des Lehrplans.
- Lernkompetenz: Die Studierenden bauen ihre Fähigkeit zur eigenständigen Weiterentwicklung von Fach-, Methoden- und Sozialkompetenzen aus.
- Internationale Kompetenz: Durch das mehrsprachige (deutsche und englische) Lehrangebot sowie die Vermittlung von interkulturellem Management wird die Internationale Kompetenz der Studierenden vertieft und weiterentwickelt.

(3) Ziel des ITM Master-Studienganges ist die branchenspezifische Vertiefung und Spezialisierung auf dem Gebiet des International Tourism Management auf Basis allgemeiner betriebswirtschaftlicher oder fachverwandter Vorkenntnisse. Im Mittelpunkt des Programms steht die Verknüpfung problemlösungsorientierter Methodenkompetenz mit tourismus-spezifischen Kenntnissen und funktionsübergreifenden Managementtheorien internationaler Ausrichtung. Die Anwendung des erworbenen Wissens erfolgt in Fallstudienpraktika, um die wissenschaftlich-theoretischen Methodenkenntnisse am Beispiel der internationalen Tourismusbranche in praxisrelevante Managementfähigkeiten und -fertigkeiten zu überführen. Die anwendungsorientierte Vermittlung von tourismusmanagementbezogenem Fachwissen und Methodenkenntnissen wird durch den Erwerb von Schlüsselqualifikationen in den Bereichen Sozial- und Lernkompetenz ergänzt. Die Studierenden sollen fundierte Kenntnisse und insbesondere die Fähigkeit zu Einsatz und Weiterentwicklung anspruchsvoller wissenschaftlicher Methoden erwerben. Sie werden zu selbstständigem, wissenschaftlichem Arbeiten, konzeptionellem Denken und der Fähigkeit einer kritischen Reflexion über wissenschaftliche Erkenntnisse und deren fachliche Einordnung in Gesamtzusammenhänge befähigt. Nach Abschluss des Master-Studiums sollen die Absolventen in der Lage sein, die erworbenen methodisch-analytischen Fähigkeiten eigenständig in unterschiedlichen berufsfeld-spezifischen Kontexten einzusetzen und weiter zu entwickeln, um den komplexen Anforderungen an eine leitende Tätigkeit in einer globalen Branche gerecht werden zu können.

§ 3 Akademischer Grad

Die Fachhochschule Westküste verleiht für das erfolgreich abgeschlossene Master-Studium einen „Master of Arts“ (M.A.) für das Studienfach „International Tourism Management“ (ITM).

§ 4 Aufbau des Studiums

(1) Die Regelstudienzeit für das Master-Studium beträgt 4 Semester, die sich aus drei Fachsemestern sowie einer einsemestrigen Masterarbeit zusammensetzt und umfasst 38 Semesterwochenstunden (SWS).

(2) Der Regelstudienplan (Anlage) gibt eine tabellarische Übersicht über die Fächer und Module, ihre Semesterwochenstunden und die für die erfolgreiche Teilnahme vergebenen Anrechnungspunkte sowie Art und Umfang der Prüfungen. Die Anlage ist Teil dieser Prüfungsordnung.

(3) Das Studium kann entweder in englischer Sprache (Einschreibung in diesem Fall jeweils zum Sommersemester), oder in deutscher Sprache (Einschreibung dann zum Wintersemester) absolviert werden.

§ 5

Umfang des Studiums und Fächergliederung

(1) Im ersten Semester werden in Pflichtmodulen aktuelle und internationale tourismuswirtschaftliche Grundlagen aus den Bereichen Internationales und Interkulturelles Tourismusmanagement, Digitalisierung, Theorien und Arbeitstechniken der Tourismuswissenschaft sowie quantitative und qualitative Forschungsmethoden vermittelt.

(2) Im zweiten und dritten Semester findet durch eine Mischung aus Pflicht- und Wahlmodulen eine Verbreiterung und Vertiefung des Wissens statt. Im Rahmen der Pflichtmodule liegt der Schwerpunkt auf Nachhaltigkeit, Marketing, Führung, Tourismuspolitik, Netzwerk- und Kooperation sowie Controlling. Die Wahlmodule setzen sich aus Unternehmensfallstudien, empirischen Forschungsprojekten und ausgewählten Aspekten des Tourismus zusammen.

(3) Für die Studierenden besteht kein Anspruch auf bestimmte Wahlmodule sowie ebenso kein Anspruch auf eine spezifische Gruppe bei Pflichtmodulen.

§ 6

Master-Prüfung

(1) Durch Prüfungen im Rahmen des Master-Studiums soll festgestellt werden, ob die bzw. der Studierende die Fähigkeiten und Kenntnisse gemäß § 2 erworben hat.

(2) Die Master-Abschlussarbeit soll eine touristisch relevante Themenstellung behandeln. Sie ist in einem Zeitraum von 22 Wochen anzufertigen. Wird die Master-Abschlussarbeit in einer Einrichtung außerhalb der Hochschule durchgeführt oder handelt es sich um eine Arbeit, die in größerem Umfang die Erhebung empirischer Daten erforderlich macht, so kann die Bearbeitungszeit entsprechend verlängert werden, höchstens jedoch auf insgesamt 26 Wochen. Die Verlängerung bedarf einer schriftlichen Antragstellung beim Prüfungsausschuss.

(3) Die Masterarbeit wird im Rahmen eines Master-Seminars geschrieben und in einem Kolloquium präsentiert.

(4) Zur Masterarbeit wird nur zugelassen, wer alle bis einschließlich dem 2. Semester vorgesehenen Prüfungs- und Studienleistungen erbracht hat.

§7

Kolloquium

(1) Das Kolloquium ist eine besondere Form der fächerübergreifenden mündlichen Prüfung, die den Themenkreis der Abschlussarbeit und verwandte Studieninhalte umfasst. Die Studierenden sollen darin zeigen, dass sie

- die Ergebnisse der Arbeit selbstständig erläutern und vertreten können,
- darüber hinaus in der Lage sind, mit dem Thema der Arbeit zusammenhängende wissenschaftliche und praktische Probleme zu erkennen und Lösungsmöglichkeiten aufzuzeigen, und
- die bei der Arbeit gewonnenen wissenschaftlichen Erkenntnisse praktisch anwenden können.

(2) Das Kolloquium dauert mindestens 30 Minuten und maximal 45 Minuten. Die Prüfungsleistung soll von den Prüfern für die Abschlussarbeit abgenommen werden. Die anwesenden Prüfer prüfen gleichberechtigt.

(3) Das Kolloquium soll spätestens 6 Wochen nach Abgabe der Abschlussarbeit durchgeführt werden.

§ 8

Anrechnungspunkte nach ECTS

(1) Für den Master-Abschluss werden insgesamt 120 Anrechnungspunkte vergeben.

(2) Die Vergabe der Anrechnungspunkte für die einzelnen Prüfungsleistungen sind dem Regelstudien- und Prüfungsplan (Anlage) zu entnehmen.

(3) Auf die Master-Abschlussarbeit, die Präsentation bzw. das Kolloquium und das dazugehörige Master-Seminar entfallen 30 Anrechnungspunkte.

§ 9

Auslandssemester im Master-Studiengang

(1) Die Studierenden können ein Studiensemester an einer (Partner-) Hochschule außerhalb des Heimatlandes absolvieren.

(2) Voraussetzung für die Anerkennung des Studiensemesters im Ausland ist der erfolgreiche Abschluss von zwei Modulen mit mindestens 15 ECTS an der ausländischen (Partner-) Hochschule. Einzelheiten zur Anrechnung von Prüfungs- und Studienleistungen regelt §19 PVO.

§ 10

Zulassung zum Master-Studiengang

(1) Zum Master-Studium wird zugelassen, wer den Grad des "Bachelor of Arts" mit der Studienfachbezeichnung "International Tourism Management" an der Fachhochschule Westküste mit der Gesamtnote 2,5 oder besser erworben hat.

(2) Zum Master-Studium wird zugelassen, wer den Grad Bachelor oder Diplom in artverwandten Fächern (z.B. Ökonomie, Raumwissenschaften oder Kulturwissenschaften) an einer Fachhochschule, Universität oder gleichgestellten Hochschule im Geltungsbereich des Hochschulrahmengesetzes mit der Gesamtnote von 2,5 oder besser erworben hat.

Dabei sind jeweils 20 Leistungspunkte bzw. ein entsprechender Anteil an Semesterwochenstunden in tourismuswissenschaftlichen und in betriebswirtschaftlichen Veranstaltungen (bspw. BWL, VWL, etc.) nachzuweisen. Tourismuswissenschaftliche Veranstaltungen sind solche, die in den Modulen des Bachelor-Studiengangs International Tourism Management abgebildet sind. Einzelheiten zur Anrechnung von Studienleistungen regelt §19 PVO.

Durch Praktika erworbene ECTS finden keine Berücksichtigung.

Zur Zulassung für den englischsprachigen Master müssen Bewerberinnen und Bewerber über ausreichende Kenntnisse der englischen Sprache verfügen. Ausreichende Englischkenntnisse sind für Bewerberinnen und Bewerber, deren Muttersprache nicht Englisch ist oder deren Erststudium nicht vollständig auf Englisch absolviert wurde, durch Mindestleistungen in einem international anerkannten Test mindestens auf der Stufe B2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens (Common European Framework of References for Languages; CEFR)

nachzuweisen. Nur folgende Sprachnachweise mit folgender Punktzahl werden als Nachweis akzeptiert:

- Paper Based Test of English as a Foreign Language (TOEFL PBT) mit mind. 567 Punkten
- Internet Based Test of English as a Foreign Language (TOEFL iBT) mit mind. 87 Punkten
- International English Language Testing System (IELTS) mit mind. Niveaustufe Band 6
- Cambridge Certificate in Advanced English (CAE) mit mind. 173 Punkten
- Cambridge First English Certificate (FCE) mit mind. Grade B
- Test of English for International Communication (TOEIC) mit mind. 785 Punkten
- University Certificate (UNlcert) mit mind. Niveaustufe II
- Business Language Testing Service (BULATS) mit mind. 68 Punkten

Ein erfolgreicher Abschluss des Studiums ist **ohne** Kenntnisse der deutschen Sprache möglich.

(3) Zum Master-Studium können Bewerber unter Vorbehalt zugelassen werden, die jeweils weniger als 20 aber jeweils mindestens 10 Leistungspunkte bzw. einen entsprechenden Anteil an Semesterwochenstunden in tourismuswissenschaftlichen und in betriebswirtschaftlichen Veranstaltungen (bspw. BWL, VWL, etc.) nachweisen können. Diese müssen entsprechend den fehlenden Kenntnissen im ersten Semester einen Einführungskurs „Brückenkurs Tourismus“ und / oder einen Einführungskurs „Brückenkurs Betriebswirtschaftslehre“ belegen und darin erfolgreich eine Prüfung ablegen.

(4) Zum Master-Studium kann probenhalber zugelassen werden, wer

(a) einen nicht in den Abs. 1 und 2 genannten akademischen Grad an einer Fachhochschule, Universität oder gleichgestellten Hochschule im Geltungsbereich des Hochschulrahmengesetzes mit der Gesamtnote von 2,5 oder besser erworben hat und

(b) mindestens 3 Jahre berufspraktische Erfahrungen bei einem touristischen Leistungsträger oder einer touristischen Institution in verantwortlicher Position mit z.B. Budget- und/oder Personalverantwortung durch qualifizierte Arbeitszeugnisse nachweisen kann oder eine Kombination aus einer Ausbildung im touristischen Bereich (z.B. Hotel- oder Tourismuskaufräu) und einen Bachelor-Abschluss in der BWL nachweisen kann und

(c) hinreichende Kenntnisse der englischen Sprache nach Abs. 2 nachweist.

Näheres zum Studium auf Probe regelt § 10.

(5) Abs. 1 bis 4 gelten sinngemäß für Absolventinnen und Absolventen ausländischer Hochschulen mit als gleichwertig anerkannten Abschlüssen. Ein Bachelor-Grad muss mit mindestens 180 Anrechnungspunkten abgeschlossen worden sein.

§ 11 Zulassung auf Probe

(1) Studierende, die auf Probe zugelassen werden, müssen mindestens die Prüfungsleistungen in den Pflichtmodulen „Aktuelle Themen des Internationalen Tourismusmanagements“, „Interkulturelles Management im Tourismus“ und „Digitalisierung im Kontext internationaler Unternehmensführung“ in einem der ersten beiden Prüfungszeiträume Wintersemester II oder Sommersemester I ihres Studiums nach dieser Prüfungsordnung ablegen.

(2) Wurden die Prüfungsleistungen gemäß Abs. 1 erbracht, so erfolgt die Einschreibung auf Dauer.

(3) Wurden die Prüfungsleistungen gemäß Abs. 1 nicht erbracht, so endet das Studium auf Probe durch Exmatrikulation.

§ 12 In-Kraft-Treten

(1) Diese Prüfungsordnung tritt am Tag nach ihrer Bekanntgabe in Kraft.

(2) Sie gilt erstmals für alle Studierenden, die im Wintersemester 2017/18 das Studium im Master-Studiengang International Tourism Management aufnehmen.

(3) Ein Anrecht auf bestimmte Lehrangebote besteht nur im 1 Rahmen der semesterweisen Einführung der vorliegenden Prüfungsordnung.

Heide, den 27. Juni 2017

Prof. Dr. Thomas Haack
Dekan des Fachbereichs Wirtschaft

Anlage:
Regelstudienplan für den Master-Studiengang International Tourism Management (MA ITM)

Anlage: Regelstudien- und Prüfungsplan für den Master-Studiengang International Tourism Management

Modul	SWS				ECTS-Punkte				Prüfungsleistung			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Brückenkurs Tourismus 1) <i>Upgrading Course Tourism</i>												
Brückenkurs Betriebswirtschaft 1) <i>Upgrading Course Economics</i>												
Aktuelle Themen des Internationalen Tourismusmanagements <i>(Current issues in international tourism management)</i>	4				10				PL			
Interkulturelles Management im Tourismus <i>(Intercultural management)</i>	2				5				PL			
Digitalisierung im Kontext internationaler Unternehmensführung <i>(Digitalisation in the context of international business management)</i>	2				5				PL			
Theorien und Arbeitstechniken in den Tourismuswissenschaften <i>(Theories and methods of tourism sciences)</i>	2				5				HA			
Quantitative und Qualitative Forschungsmethoden <i>(Quantitative and qualitative research methods)</i>	2				5				K			
Regionales und Globales Nachhaltigkeitsmanagement im Tourismus <i>(Regional and global sustainable management in tourism)</i>		2				5				K		
Internationales Tourismusmarketing <i>(International tourism marketing)</i>		2				5				HA		
Leadership <i>(Leadership)</i>		2				5				K		
Entrepreneurship & Planung und Führung Internationaler Projekte <i>(Entrepreneurship & planning and management of international projects)</i>		2				5				PL		
WM Seminar zu Unternehmensfallstudien I <i>(Seminar on corporate case studies I)</i>		2				5				PL		
WM Empirisches Forschungsprojekt I <i>(Empirical research project I)</i>		2				5				PL		
Tourismuspolitik, Planung, Governance <i>(Tourism politics and international planning and governance)</i>			2				5				HA	
Management Accounting <i>(Management accounting)</i>			2				5				K	
Management von Kooperationen und Netzwerken <i>(Network management)</i>			2				5				PL	
WM Seminar zu Unternehmensfallstudien II <i>(Seminar on corporate case studies II)</i>			4				10				PL	
WM Empirisches Forschungsprojekt II <i>(Empirical research project II)</i>			2				5				PL	
Ausgewählte Aspekte im Tourismus <i>(Selected aspects of tourism)</i>			2				5				PL	
Masterseminar 2) <i>(Master seminar)</i>				2				30				MA
Insgesamt	12	12	12	2	30	30	30	30				

Hinweise

1) Zusätzlich Einführungskurs "Brückenkurs Tourismus" bzw. Einführungskurs "Brückenkurs Betriebswirtschaft" im 1. Semester, sofern nicht vergleichbare Leistung anerkannt wurde.

2) Die Master-Arbeit wird im Rahmen eines Seminars geschrieben und präsentiert.

Die folgenden Formen von Prüfungsleistungen (PL) sind möglich: K = Klausur (120 Min), HA = Hausarbeit, PL = Prüfungsleistung, MA = Masterarbeit