

24/07

04. Mai 2007

Amtliches Mitteilungsblatt

Seite

Zugangs- und Zulassungsordnung
für den konsekutiven Masterstudiengang
Wirtschaftskommunikation
im Fachbereich Wirtschaftswissenschaften II
vom 07. Februar 2007. 341

Studienordnung
für den konsekutiven Masterstudiengang
Wirtschaftskommunikation
im Fachbereich Wirtschaftswissenschaften II
vom 07. Februar 2007. 345

Prüfungsordnung
für den konsekutiven Masterstudiengang
Wirtschaftskommunikation
im Fachbereich Wirtschaftswissenschaften II
vom 07. Februar 2007. 359

fhtw.

**Fachhochschule für Technik
und Wirtschaft Berlin**

University of Applied Sciences

Herausgeber

Die Hochschulleitung der FHTW Berlin
Treskowallee 8
10318 Berlin

Redaktion

Rechtsstelle
Tel. +49 30 5019-2813
Fax +49 30 5019-2815

Zugangs- und Zulassungsordnung

für den konsekutiven Masterstudiengang

Wirtschaftskommunikation

im Fachbereich Wirtschaftswissenschaften II vom 07. Februar 2007

Auf Grund von § 17 Absatz 1 Satz 1 Nr. 1 der Satzung der Fachhochschule für Technik und Wirtschaft zu Abweichung von Bestimmungen des Berliner Hochschulgesetzes (AMBI. FHTW Berlin Nr. 27/02) in Verbindung mit § 10 Absatz 5 des Gesetzes über die Hochschulen im Land Berlin (Berliner Hochschulgesetz – BerIHG) in der Fassung vom 13. Februar 2003 (GVBl. S. 82), zuletzt geändert durch das Gesetz vom 06. Juli 2006 (GVBl. S. 713), und § 10 des Berliner Hochschulzulassungsgesetzes in der Fassung vom 18. Juni 2005 (GVBl. S.393), zuletzt geändert durch Gesetz vom 6. Juli 2006 (GVBl. S. 714), hat der Fachbereichsrat des Fachbereiches Wirtschaftswissenschaften II der Fachhochschule für Technik und Wirtschaft Berlin (FHTW Berlin) am 07. Februar 2007 die folgende Zugangs- und Zulassungsordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation beschlossen*:

Inhalt:

- § 1 Geltungsbereich
- § 2 Geltung der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation
- § 3 Zugangsvoraussetzungen
- § 4 Frist und Form der Bewerbung
- § 5 Aufgaben und Zusammensetzung der Auswahlkommission
- § 6 Auswahlverfahren
- § 7 Auswahlkriterien und Durchführung des Auswahlverfahrens
- § 8 Zulassung
- § 9 In-Kraft-Treten/Veröffentlichung

* Bestätigt durch die Senatsverwaltung für Bildung, Wissenschaft und Forschung am 23.04.2007

§ 1 Geltungsbereich

Die Vorschriften dieser Ordnung legen die Kriterien und das Verfahren für die Vergabe von Studienplätzen an Studienbewerber im konsekutiven Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation fest, die ab dem 01. Oktober 2007 an der FHTW im 1. Fachsemester immatrikuliert werden.

§ 2 Geltung der Studien- und Prüfungsordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation

Die Zugangs- und Zulassungsordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation wird ergänzt durch die Studienordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation vom 07. Februar 2007 und die Prüfungsordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation vom 07. Februar 2007.

§ 3 Zugangsvoraussetzungen

(1) Der Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation ist konsekutiv zum Bachelorstudiengang Wirtschaftskommunikation.

(2) Zugang zum Masterstudiengang erhält,

a) wer den erfolgreichen Abschluss eines ersten akademischen Grades mit mindestens 180 Leistungspunkten nachweist und

b) den ersten akademischen Grad in einem Bachelorstudiengang Wirtschaftskommunikation erworben hat oder wer einen Bachelorabschluss oder ein Hochschuldiplom in folgenden Studiengängen nachweist:

- Betriebswirtschaftslehre
- Kommunikationsdesign
- Internationale Medieninformatik
- Medienwissenschaft
- Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation
- Kulturarbeit
- Soziologie
- Wirtschaftsrecht

oder wer ein Bachelor- oder Master degree oder ein Hochschuldiplom in einem vergleichbaren Studiengang nachweist.

Über die Gleichwertigkeit von Abschlüssen anderer Studiengänge entscheidet die Auswahlkommission des Masterstudienganges Wirtschaftskommunikation.

§ 4 Frist und Form der Bewerbung

(1) Bewerbungen müssen für die Zulassung zum Wintersemester bis zum 20. August des Jahres vollständig bei der zuständigen Stelle der FHTW Berlin eingegangen sein. Bewerber und Bewerberinnen, die die Bewerbungsfrist versäumen oder die Bewerbung nicht innerhalb der Frist formgerecht mit den erforderlichen Unterlagen einreichen, können nur nachrangig nach Abschluss des regulären Zulassungsverfahrens nach Maßgabe freier Plätze zugelassen werden.

(2) Die Bewerbung für den konsekutiven Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation bedarf der Schriftform. Die vollständigen Bewerbungsunterlagen umfassen:

a) für den Studienzugang:

- ausgefülltes Bewerbungsformular der FHTW Berlin
- Kopie des Reisepasses oder des Personalausweises (Identitätsnachweis)

- Nachweis der Zugangsvoraussetzungen nach Maßgabe § 3 dieser Ordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation. Zeugnisse sind in Form beglaubigter Kopien beizufügen
 - Nachweis der Anzahl der erworbenen Leistungspunkte des ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschlusses
- b) für die Studienzulassung gemäß §§ 6 und 7 dieser Ordnung:
- Nachweis des Abschlussprädikats des ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschlusses (Durchschnittsnote mit einer Nachkommastelle)
 - Nachweis studiengangspezifischer Studienfächer, die über fachspezifische Motivation und Eignung Auskunft geben.

§ 5 Aufgaben und Zusammensetzung der Auswahlkommission

(1) Über die Zulassung von Bewerbern oder Bewerberinnen zum konsekutiven Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation befindet eine Auswahlkommission. Diese Auswahlkommission wird vom Fachbereichsrat bestellt.

(2) Die Auswahlkommission wird aus zwei, den konsekutiven Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation zugeordneten, hauptamtlichen Lehrkräften gebildet.

§ 6 Auswahlverfahren

Sofern für den Studiengang eine Zulassungszahl festgesetzt ist, richtet sich die Zulassung nach den folgenden Regelungen.

(1) Die Vergabe von Studienplätzen im konsekutiven Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation erfolgt nach folgenden Auswahlkriterien, die zu einer Messzahl zusammengefasst werden:

- a) Grad der im ersten akademischen Hochschulabschluss ausgewiesenen Qualifikation (Durchschnittsnote) als Faktor X_1 ,
- b) Nachweis studiengangspezifischer Studienfächer, die über fachspezifische Motivation und Eignung Auskunft geben als Faktor X_2 .

(2) Die Auswahl der Bewerber oder Bewerberinnen erfolgt aufgrund einer Rangfolge, die sich aus den Ergebnissen der Kriterien des Abs. 1 gemäß der Formel $X = 0,6 (X_1) + 0,4 (X_2)$ ergibt. Ergibt die so errechnete Messzahl für Bewerberinnen und Bewerber einen identischen Wert, ist das Verfahren bei Ranggleichheit nach §17 der Berliner Hochschulzulassungsverordnung anzuwenden.

(3) Der Anteil für das Auswahlverfahren gemäß Abs. 2 beträgt 80 v.H. Die übrigen 20 v.H. Studienplätze werden nach Wartezeit vergeben.

(4) Im Rahmen der 20 v.H. nach Wartezeit zu vergebenden Studienplätze können bis zu 5 v.H. der Studienplätze für Härtefälle vergeben werden.

§ 7 Durchführung des Auswahlverfahrens und Auswahlkriterien

(1) Die Bewertung der Qualifikation (Durchschnittsnote) erfolgt nach folgendem Schema:

Kriterium	Punkte/Messzahl
Durchschnittsnote von 1,0 bis 1,3	4
Durchschnittsnote von 1,4 bis 1,9	3
Durchschnittsnote von 2,0 bis 2,5	2
Durchschnittsnote von 2,6 bis 3,5	1
Durchschnittsnote ab 3,6	0

(2) Die Bewertung studiengangspezifischer Studienfächer, die über fachspezifische Motivation und Eignung Auskunft geben, wird durch die Auswahlkommission wie folgt geprüft:

Kriterium	Punkte/Messzahl
Marketing Vertiefung	1
Designmanagement	1
Strategien der Wirtschaftskommunikation	2

Über die Vergleichbarkeit von studiengangsspezifischen Studienfächern entscheidet die Auswahlkommission.

§ 8 Zulassung

(1) Im Zulassungsbescheid bestimmt die FHTW Berlin einen Termin, bis zu dem der Bewerber oder die Bewerberin die Einschreibung vorzunehmen hat. Erfolgt die Einschreibung nicht bis zu diesem Termin, wird der Zulassungsbescheid unwirksam.

(2) Bewerber oder Bewerberinnen, die nicht zum Studium für den Konsekutiven Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation zugelassen werden, erhalten einen Ablehnungsbescheid, der mit einer Rechtsbehelfsbelehrung versehen ist.

§ 9 In-Kraft-Treten/Veröffentlichung

Diese Ordnung tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung im Amtlichen Mitteilungsblatt der FHTW Berlin in Kraft.

Studienordnung

für den konsekutiven Masterstudiengang

Wirtschaftskommunikation

im Fachbereich Wirtschaftswissenschaften II vom 07. Februar 2007

Aufgrund von § 17 Absatz 1 Satz 1 Nr. 1 der Satzung der Fachhochschule für Technik und Wirtschaft Berlin zu Abweichungen von Bestimmungen des Berliner Hochschulgesetzes (AMBl. FHTW Berlin Nr. 27/02) in Verbindung mit § 24 Abs. 4 des Gesetzes über die Hochschulen im Land Berlin (Berliner Hochschulgesetz – BerlHG) in der Fassung vom 13. Februar 2003 (GVBl. S. 82), zuletzt geändert durch das Gesetz vom 06. Juli 2006 (GVBl. S. 713), hat der Fachbereichsrat des Fachbereiches Wirtschaftswissenschaften II der Fachhochschule für Technik und Wirtschaft Berlin (FHTW Berlin) am 07. Februar 2007 die folgende Studienordnung für den Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation beschlossen*:

Gliederung der Ordnung

- § 1 Geltungsbereich
- § 2 Geltung der Rahmenstudienordnung
- § 3 Vergabe von Studienplätzen
- § 4 Ziele und Gegenstand des Studiums
- § 5 Lehrveranstaltungen in englischer Sprache
- § 6 Inhalt und Gliederung des Masterstudiums/Regelstudienzeit
- § 7 Art und Umfang des Lehrangebotes, Studienorganisation
- § 8 Umfang und Einordnung des ergänzenden allgemeinwissenschaftlichen Lehrangebotes
- § 9 Übergangsregelungen
- § 10 In-Kraft-Treten/Veröffentlichung

Anlagen der Ordnung

- Anlage 1 Beschreibung für jedes Modul
- Anlage 1a Liste der Wahlpflicht-Module des Kerncurriculums
- Anlage 2 Studienplanübersicht über die Module

* Der Senatsverwaltung für Bildung, Wissenschaft und Forschung angezeigt am 15.02.2007

§ 1 Geltungsbereich

- (1) Diese Studienordnung gilt für alle Studierenden des konsekutiven Masterstudienganges Wirtschaftskommunikation, die ab 01. Oktober 2007 an der FHTW Berlin im 1. Fachsemester immatrikuliert werden.
- (2) Ferner gelten die im § 9 festgelegten Übergangsregelungen für Studierende, welche nach der vorangegangenen Studienordnung des Masterstudienganges Wirtschaftskommunikation vom 18. Juli 2001 (AMBI.FHTW Berlin Nr. 17/02), zuletzt geändert am 01. Dezember 2004 (AMBI.FHTW Berlin Nr. 08/05), immatrikuliert wurden.
- (3) Die Studienordnung wird ergänzt durch die Prüfungsordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation vom 07. Februar 2007 sowie durch die Zugangs- und Zulassungsordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation vom 07. Februar 2007.

§ 2 Geltung der Rahmenstudienordnung

Die Grundsätze für Studienordnungen der Fachhochschule für Technik und Wirtschaft Berlin (Rahmenstudienordnung - RStO) in ihrer jeweils gültigen Fassung sind Bestandteil dieser Ordnung.

§ 3 Vergabe von Studienplätzen

- (1) Die Vergabe von Studienplätzen richtet sich nach dem Berliner Hochschulgesetz, dem Berliner Hochschulzulassungsgesetz und der Berliner Hochschulzulassungsverordnung in ihrer jeweils gültigen Fassung sowie der Zugangs- und Zulassungsordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation vom 24. Januar 2007.
- (2) Der Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation ist konsekutiv zum Bachelorstudiengang Wirtschaftskommunikation.

§ 4 Ziele und Gegenstand des Studiums

- (1) Ziel des Masterstudiums ist die Vertiefung und Spezialisierung in den Bereichen Internationale Wirtschaftskommunikation, unternehmensinterne Kommunikationspolitik und Kommunikationsmanagement.
- (2) Gegenstand des Masterstudiums ist die theoretische und praktische Vermittlung von Planungs-, Gestaltungs- und Umsetzungskenntnissen auf allen Gebieten der internen und externen Unternehmens- und Marktkommunikation, des Design- und Kommunikationsmanagements.
- (3) Das Masterstudium qualifiziert Absolventen und Absolventinnen durch einen wissenschaftlichen Abschluss (Master of Arts) für eine Führungsposition als betriebswirtschaftlich und kommunikationswissenschaftlich geschulter Spezialist/geschulte Spezialistin der Wirtschaftskommunikation in allen Bereichen der internen oder externen Kommunikation in der nationalen und internationalen Wirtschaft.

§ 5 Lehrveranstaltungen in englischer Sprache

Lehrveranstaltungen oder auch Teile davon können in englischer Sprache durchgeführt werden.

§ 6 Gliederung des Masterstudienganges/Regelstudienzeit

- (1) Das Masterstudium hat eine Dauer von 4 Fachsemestern (Regelstudienzeit).
- (2) Das Masterstudium ist entsprechend Anlage 1 modularisiert. Module sind inhaltlich zusammengefasste Einheiten des Studiums, deren erfolgreichen Abschluss der/die Studierende durch eine bestandene Modulprüfung nachweisen muss.

(3) Eine Kurzbeschreibung der Module findet sich in Anlage 1 und ist Teil dieser Studienordnung. Die ausführliche Beschreibung der Module erfolgt in dem Dokument „Modulbeschreibung für den Studiengang Wirtschaftskommunikation – Master of Arts (M.A.)“. Die jährliche Workload für den Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation beträgt 1.800 Arbeitsstunden.

(4) Das Studium schließt mit dem erfolgreichen Abschluss aller Module sowie nach erfolgreicher Masterarbeit und erfolgreichem Kolloquium ab. Die Masterarbeit wird von einem Seminar begleitet, welches mit dem Kolloquium abschließt. Die Anfertigung der Masterarbeit umfasst 25 Leistungspunkte (ECTS), das begleitende Seminar mit dem abschließenden Kolloquium umfasst 5 Leistungspunkte (ECTS).

§ 7 Art und Umfang des Lehrangebotes, Studienorganisation

(1) Das Studium wird im Einzelnen nach dem Studienplan gemäß Anlage 2 durchgeführt. Anlage 2 enthält die Modulbezeichnungen, die Art des Modulangebotes (Pflicht-/Wahlpflichtfach), die Präsenzzeit der Lehrveranstaltungen (in SWS) sowie die zugrundeliegende Lernzeit in zu vergebenden Leistungspunkten (ECTS) der Module.

(2) Die Inhalte der Module greifen besonders Aspekte der Internationalisierung, der vernetzten Arbeit und der Kooperation auf.

(3) Das Lehrangebot wird in der Regel durch den Studiengang Wirtschaftskommunikation der FHTW Berlin erbracht. Deshalb kann den Studenten und Studentinnen eine hohe Flexibilität bei der Auswahl der Module und Projekte geboten werden:

- Module können aus dem Angebot anderer Studiengänge der FHTW Berlin nach Genehmigung durch den Prüfungsausschuss Wirtschaftskommunikation innerhalb der Belegfrist ausgewählt werden, soweit sie in Inhalt, Umfang und Art der Anforderungen sowie ECTS Gewichtung mit dem Lehrangebot des Studienganges Wirtschaftskommunikation der übereinstimmen.
- Module anderer Hochschulen können anerkannt werden, soweit sie ein kommunikationsspezifisches Profil haben und vertiefenden Charakter aufweisen.

Über die Anerkennung der vorgenannten Module entscheidet der Prüfungsausschuss Wirtschaftskommunikation.

(4) In Anlage 1a sind die maximal möglichen Wahlpflicht-Module aufgelistet. Welche Module davon angeboten werden, beschließt der Fachbereich des Studienganges rechtzeitig vor Semesterbeginn. Dabei werden je Wahlpflichtmodul mindestens doppelt so viele Lehrveranstaltungen angeboten wie in der Studienordnung vorgesehen sind.

§ 8 Umfang und Einordnung des ergänzenden allgemeinwissenschaftlichen Lehrangebots

Der Umfang der allgemeinwissenschaftlichen Ergänzungsfächer (AWE) – keine Fremdsprache – beträgt 4 Leistungspunkte (ECTS).

§ 9 Übergangsregelungen

Für Studierende, welche in Studienverzug geraten sind und Module nach der vorangegangenen Masterstudien- bzw. Prüfungsordnung Wirtschaftskommunikation vom 18. Juli 2001 (AMBI.FHTW Berlin Nr. 17/02), zuletzt geändert am 01. Dezember 2004 (AMBI.FHTW Berlin Nr. 08/05), **NICHT** mehr angeboten werden, müssen als Äquivalent nachfolgend aufgeführte Module der neuen Studien- und Prüfungsordnung vom 07. Februar 2007 absolvieren.

	Module der Studienordnung vom 18. Juli 2001		Module der Studienordnung vom 13. Oktober 2006
MM 1	Interkulturelle Wirtschaftskommunikation	M9	Interkulturelle Wirtschaftskommunikation
MM 2	WP Wirtschaftssoziologie und – psychologie: Unternehmenssoziologie oder Wirtschafts- /Organisationspsychologie	M13 M3	Unternehmenssoziologie oder Wirtschaftspsychologie
MM 3	Empirie	M7	Methoden empirischer Forschung
MM 4	Finanzmanagement		Einzelfallentscheidung durch den Prüfungsausschuss
MM 5	Internationales Marketing	M16	Internationales Marketing
MM 6	WP Kommunikations- und Medien- wirtschaft: Kommunikations- und Medienmana- gement oder Kommunikations- und Medienökono- mie	M10	Medien- und Multimediamanagement
MM 7	Konzerninterne Kommunikationspolitik	M14	Führung und Kommunikation
MM 8	Komplexitäts- und Risikomanagement	M11	Schnittstellen-, Komplexitäts- und Risikomanagement
MM 9	Schnittstellenmanagement		Einzelfallentscheidung durch den Prüfungsausschuss
MM10	WP Kommunikationskonzeption: Designkonzeption oder Markenkonzeption	M8 M5	Designkonzeption oder Markenkonzeption
MM11	Didaktik/Rhetorik/Präsentation/ Vi- sualisierung	M2	Didaktik, Rhetorik, Präsentation und Visualisierung
MM12	Projektstudium	M6 M17	Projektstudium 1 (2 Projekte a 2 SWS) Projektstudium 3
MM13	AWE: Wahlpflichtfach		freiwählbar aus dem Katalog der AWE
MM14	Seminar zur Masterarbeit		Einzelfallentscheidung durch den Prüfungsausschuss

§ 10 In-Kraft-Treten/Veröffentlichung

Diese Ordnung tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung im Amtlichen Mitteilungsblatt der FHTW Berlin in Kraft.

 Anlage 1 zur Studienordnung für den Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation

Beschreibung für jedes Modul

Name	M1 Grundlagen für das Masterstudium Wirtschaftskommunikation
Leistungspunkte	5
Niveaustufe	2a – voraussetzungsfreies Modul
Lernergebnis und Kompetenzen	Das Modul vermittelt in kompakter Form die theoretischen Grundlagen für das Masterstudium der Wirtschaftskommunikation. Es orientiert sich dabei an den Fächern und Inhalten des Bachelorstudienganges und integriert gleichermaßen die spezifischen Fachkenntnisse der Studierenden. Eine einheitliche Wissensbasis und ein gemeinsames Verständnis für die Wirtschaftskommunikation und ihre Aspekte sollen geschaffen werden.
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M2 Didaktik, Rhetorik, Präsentation und Visualisierung
Leistungspunkte	5
Niveaustufe	2a – voraussetzungsfreies Modul
Lernergebnis und Kompetenzen	Das Modul vermittelt vertiefende didaktische und rhetorische Fähigkeiten. Ebenfalls vertieft wird die Handlungskompetenz im Hinblick auf die Nutzung technischer Präsentationsformen. Darüber hinaus erlernen und üben die Studierenden Moderationstechniken, innovative Darstellungsmöglichkeiten sowie Verhandlungsführung. Zusätzlich werden in der Übung soziale und methodische Schlüsselkompetenzen vermittelt und trainiert.
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M3 Wirtschaftspsychologie
Leistungspunkte	5
Niveaustufe	2a – voraussetzungsfreies Modul
Lernergebnis und Kompetenzen	Im Rahmen dieses Moduls werden unterschiedliche psychologische Aspekte des Wirtschaftslebens untersucht. Studierende erhalten einen Überblick über Theorien, Methoden und Ergebnisse und üben an Fallbeispielen die Anwendung. So wird die Fähigkeit erworben, psychologische Aspekte bei der Gestaltung, Durchführung und Evaluierung kommunikativer Maßnahmen einzuschätzen und erfolgsorientiert zu nutzen.
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M4 Investor Relations
Leistungspunkte	5
Niveaustufe	2a – voraussetzungsfreies Modul
Lernergebnis und Kompetenzen	Das Modul vermittelt Handlungs- und Entscheidungskompetenz zur kommunikativen Gestaltung erfolgreicher Investor Relations, also der Formen der Beziehungspflege zu den Interessengruppen von Unternehmen und Organisationen in ihrer Financial Community. Dazu gehört ein vertieftes wirtschaftliches Verständnis für Investitionen sowie interne und externe Finanzierungsvorgänge.
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M5 Markenkonzeption
Leistungspunkte	5
Niveaustufe	2a – voraussetzungsfreies Modul
Lernergebnis und Kompetenzen	Das Modul vermittelt die wesentlichen aktuellen Ansätze markentheoretischer Forschung sowie die daraus abgeleiteten Instrumente der Markenpolitik. Dieses Wissen wird konzeptionell angewendet. Die Studierenden erlangen so die Fähigkeit, markenrelevante Wettbewerbskontexte zu analysieren und konzeptionelle Markenentscheidungen fundiert zu treffen und zu begründen.
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M7 Methoden empirischer Forschung
Leistungspunkte	5
Niveaustufe	2b – voraussetzungsbehaftetes Modul
Lernergebnis und Kompetenzen	Das Modul vermittelt vertieftes Wissen und Handlungskompetenz in der empirischen Sozialforschung mit Problemformulierung, Untersuchungsplanung, Datenerhebung, Datenauswertung, Dateninterpretation und Datenpräsentation. Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf Fragen der Markt- und Kommunikationsforschung. Die Studierenden sollen verschiedene Ansätze der qualitativen und quantitativen Forschung kennen und ihre Eignung für die jeweilige Forschungsfrage einschätzen lernen. Zusätzlich werden in der Übung soziale und methodische Schlüsselkompetenzen vermittelt und trainiert.
Empfohlene Voraussetzungen	M1 Grundlagen für das Masterstudium Wirtschaftskommunikation
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M8 Designkonzeption
Leistungspunkte	5
Niveaustufe	2b – voraussetzungsbehaftetes Modul
Lernergebnis und Kompetenzen	Das Modul vermittelt mit unterschiedlichen Methoden und vielfältigen praktischen Anwendungen Handlungs- und Entscheidungskompetenz im Hinblick auf Designkonzeptionen. Die Studierenden erlernen die Fähigkeit, konzeptionelle Designentscheidungen fundiert zu treffen und zu begründen.
Empfohlene Voraussetzungen	M1 Grundlagen für das Masterstudium Wirtschaftskommunikation M5 Markenkonzeption M2 Didaktik, Rhetorik, Präsentation und Visualisierung
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M9 Interkulturelle Wirtschaftskommunikation
Leistungspunkte	5
Niveaustufe	2b – voraussetzungsbehaftetes Modul
Lernergebnis und Kompetenzen	Das Modul vermittelt Grundlagen der Interkulturellen Kommunikation für die Gestaltung von personalen und nonpersonalen Kommunikationsprozessen in der Wirtschaftskommunikation. Die Studierenden erwerben Kenntnisse über verschiedene Kulturbegriffe und -dimensionen, die kulturellen Differenzen wichtiger Wirtschaftskreise und die daraus resultierenden kommunikativen Konsequenzen.
Empfohlene Voraussetzungen	M1 Grundlagen für das Masterstudium Wirtschaftskommunikation M3 Wirtschaftspsychologie
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M10 Medien- und Multimediamanagement
Leistungspunkte	5
Niveaustufe	2b – voraussetzungsbehaftetes Modul
Lernergebnis und Kompetenzen	Das Modul vermittelt Fach- und Methodenwissen sowie Handlungskompetenzen zu volkswirtschaftlicher und gesellschaftlicher Bedeutung von Medien, Nutzerverhalten, Strategischer Planung von Medienunternehmen, Teilbranchen des Mediensektors (z.B. Print, TV und Radio, Internet und Multimedia), Integration und Konvergenz, Internationalem Medienmanagement. Beispiele und praktische Anwendungsfälle werden im Übungsteil vertieft analysiert, beurteilt und zu Lösungen geführt. Zusätzlich werden in der Übung soziale und methodische Schlüsselkompetenzen vermittelt und trainiert.
Empfohlene Voraussetzungen	M1 Grundlagen für das Masterstudium Wirtschaftskommunikation
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M11 Schnittstellen-, Komplexitäts- und Risikomanagement
Leistungspunkte	5
Niveaustufe	2b – voraussetzungsbehaftetes Modul
Lernergebnis und Kompetenzen	Das Modul vermittelt Theorien und Methoden zum Umgang mit komplexen kommunikativen Kontexten. Besonderer Wert wird auf die Analyse und professionelle Gestaltung von kommunikativen Schnittstellen, auf die organisatorische Bewältigung komplexer Anforderungen und auf die Risikobewertung kommunikativer Maßnahmen gelegt. Studierende erwerben die Kompetenz, in komplexe Kontexte orientierend, moderierend und Ergebnis fördernd einzugreifen.
Empfohlene Voraussetzungen	M1 Grundlagen für das Masterstudium Wirtschaftskommunikation M4 Investor Relations M3 Wirtschaftspsychologie
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M13 Unternehmenssoziologie
Leistungspunkte	5
Niveaustufe	2b – voraussetzungsbehaftetes Modul
Lernergebnis und Kompetenzen	Das Modul analysiert soziale Beziehungen innerhalb von Unternehmen und Organisationen sowie ihre Verortung in gesamtgesellschaftlichen Strukturen. Die Studierenden lernen, solche Beziehungen zu erkennen und auf den Ebenen der Interaktion, der Organisation und des Systems zu bestimmen. Es wird die Fähigkeit entwickelt, die kommunikativen Auswirkungen solcher Beziehungen zu gestalten und zu steuern.
Empfohlene Voraussetzungen	M1 Grundlagen für das Masterstudium Wirtschaftskommunikation M11 Schnittstellen-, Komplexitäts- und Risikomanagement
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M14 Führung und Kommunikation
Leistungspunkte	5
Niveaustufe	2b – voraussetzungsbehaftetes Modul
Lernergebnis und Kompetenzen	Auf der Grundlage des Verständnisses für Kommunikation als Kern der Führung werden vertiefend Fach- und Methodenwissen und Kompetenzen zur Führung von Unternehmen und Organisationen vermittelt. Besondere Schwerpunkte liegen auf der Unternehmens- und Personalführung, Kommunikation in der Vorgesetztenrolle, Kommunikation mit externen Stakeholdern sowie Kommunikation transnationaler Unternehmen. Darüber hinaus werden Fragen bezüglich Planung, Budgetierung und Controlling von Kommunikation vertiefend behandelt. Dadurch wird Entscheidungskompetenz im Einsatz jeweils situationsgeeigneter Kommunikationsinstrumente entwickelt und Handlungskompetenz durch Übungsaufgaben und Fallstudien vermittelt.
Empfohlene Voraussetzungen	M1 Grundlagen für das Masterstudium Wirtschaftskommunikation M3 Wirtschaftspsychologie M5 Markenkonzeption M8 Designkonzeption
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M15 Kolloquium zur Wirtschaftskommunikation
Leistungspunkte	5
Niveaustufe	2b – voraussetzungsbehaftetes Modul
Lernergebnis und Kompetenzen	Das Modul gibt Einsicht in aktuelle Praxis- und Forschungsaktivitäten innerhalb und außerhalb des Studienganges Wirtschaftskommunikation im nationalen und internationalen Kontext. Die Studierenden lernen unterschiedliche Arbeits- und Anwendungsperspektiven kennen, die Reichweite des Faches einzuschätzen, zu diskutieren und zu evaluieren. Dies fördert die integrative Sichtweise auf ein heterogenes, interdisziplinäres Arbeitsfeld und stärkt die Managementkompetenz der Teilnehmenden.
Empfohlene Voraussetzungen	Alle Module des 1. und 2. Semesters
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M16 Internationales Marketing
Leistungspunkte	5
Niveaustufe	2b – voraussetzungsbehaftetes Modul
Lernergebnis und Kompetenzen	Das Modul vermittelt Fach- und Methodenwissen sowie Handlungskompetenzen zu strategischen Konzepten zur Internationalisierung von Unternehmen, Rahmenbedingungen des internationalen Marketings, Strategischen Marktentscheidungen, Marketinginstrumenten im internationalen Einsatz, Kommunikation im internationalen Kontext, Managementmethoden und -prozessen des internationalen Marketings.
Empfohlene Voraussetzungen	M1 Grundlagen für das Masterstudium Wirtschaftskommunikation M5 Markenkonzeption M9 Interkulturelle Wirtschaftskommunikation
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M6 Projektstudium 1
Leistungspunkte	5
Niveaustufe	2a – voraussetzungsfreies Modul
Lernergebnis und Kompetenzen	Im Projektstudium werden aktuelle Fragestellungen der Wirtschaftskommunikation von den Studierenden in einem vorgegebenen Zeitrahmen auf professionellem Niveau bearbeitet. Theoretisches Wissen wird auf praxisnahe Themen angewendet. Die Studierenden eignen sich selbständig vertiefendes Wissen an und arbeiten dabei team- sowie ergebnisorientiert. Sie dokumentieren, präsentieren und veröffentlichen ihre Erkenntnisse.
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M12 Projektstudium 2
Leistungspunkte	5
Niveaustufe	2a – voraussetzungsfreies Modul
Lernergebnis und Kompetenzen	Im Projektstudium werden aktuelle Fragestellungen der Wirtschaftskommunikation von den Studierenden in einem vorgegebenen Zeitrahmen auf professionellem Niveau bearbeitet. Theoretisches Wissen wird auf praxisnahe Themen angewendet. Die Studierenden eignen sich selbständig vertiefendes Wissen an und arbeiten dabei team- sowie ergebnisorientiert. Sie dokumentieren, präsentieren und veröffentlichen ihre Erkenntnisse.
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M17 Projektstudium 3
Leistungspunkte	6
Niveaustufe	2a – voraussetzungsfreies Modul
Lernergebnis und Kompetenzen	Im Projektstudium werden aktuelle Fragestellungen der Wirtschaftskommunikation von den Studierenden in einem vorgegebenen Zeitrahmen auf professionellem Niveau bearbeitet. Theoretisches Wissen wird auf praxisnahe Themen angewendet. Die Studierenden eignen sich selbständig vertiefendes Wissen an und arbeiten dabei team- sowie ergebnisorientiert. Sie dokumentieren, präsentieren und veröffentlichen ihre Erkenntnisse.
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M18 AWE 1
Leistungspunkte	2
Niveaustufe	2a – voraussetzungsfreies Modul
Lernergebnis und Kompetenzen	Die Studierenden erwerben Kenntnisse und Fähigkeiten entsprechend den Inhalten und Zielen des ausgewählten allgemeinwissenschaftlichen Ergänzungsmoduls.
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M19 AWE 2
Leistungspunkte	2
Niveaustufe	2a – voraussetzungsfreies Modul
Lernergebnis und Kompetenzen	Die Studierenden erwerben Kenntnisse und Fähigkeiten entsprechend den Inhalten und Zielen des ausgewählten allgemeinwissenschaftlichen Ergänzungsmoduls.
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Name	M20 Masterarbeit
Leistungspunkte	25
Niveaustufe	2b – voraussetzungsbehaftetes Modul
Lernergebnis und Kompetenzen	Durch die Anfertigung der Masterarbeit lernen die Studierenden die selbstständige wissenschaftliche Bearbeitung eines Themas der Wirtschaftskommunikation. Die im Studium erworbenen Theorie- und Methodenkenntnisse werden auf eine komplexe Fragestellung angewendet, der Stand der Forschung reflektiert und ein erkennbarer eigener wissenschaftlicher Beitrag geleistet. Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, sich erfolgreich in den wissenschaftlichen Kontext einzubringen.
Notwendige Voraussetzungen	siehe Prüfungsordnung § 5

Name	M21 Masterseminar/Kolloquium
Leistungspunkte	5
Niveaustufe	2b – voraussetzungsbehaftetes Modul
Lernergebnis und Kompetenzen	Das Seminar vermittelt die Kompetenz, ein eigenständig zu bearbeitendes Thema vor kompetenter Zuhörerschaft zu erläutern. Zunächst werden Arbeitsergebnisse vor Mitstudierenden referiert und einer kritischen Diskussion unterzogen. In der mündlichen Abschlussprüfung ist der Inhalt der Masterarbeit der Prüfungskommission zu präsentieren und im Kontext des Faches Wirtschaftskommunikation zu vertreten.
Notwendige Voraussetzungen	siehe Prüfungsordnung § 6

Anlage 1a zur Studienordnung für den Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation

Liste der Wahlpflicht-Module des Kerncurriculums1. Wahlpflichtmodule des Kerncurriculums:

Titel des Wahlpflichtmoduls	Leistungs- punkte
MM6: Projektstudium 1	5
MM12: Projektstudium 2	5
MM17: Projektstudium 3	6

Die Festlegung der Lehrveranstaltungen trifft der Fachbereichsrat. Der Prüfungsausschuss Wirtschaftskommunikation kann Module anderer Studiengänge bestimmen, welche anstelle der Wahlpflichtmodule belegt werden können. Es werden je Projektstudium mindestens zwei Angebote unterbreitet.

2. Wahlpflichtmodule AWE:

Titel des Wahlpflichtmoduls	Leistungs- punkte
M18: AWE I – nach freier Wahl jedoch keine Fremdsprache	2
M19: AWE II – nach freier Wahl jedoch keine Fremdsprache	2

 Anlage 2 zur Studienordnung für den Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation

Studienplanübersicht über die Module

Module Master Wirtschaftskommunikation			1. Semester			2. Semester		
		Art	Form	SWS	LP	Form	SWS	LP
M1	Grundlagen für das Masterstudium Wirtschaftskommunikation	P	SU	4	5			
M2	Didaktik, Rhetorik, Präsentation und Visualisierung	P	SU/Ü	2/2	5			
M3	Wirtschaftspsychologie	P	SU	4	5			
M4	Investor Relations	P	SU	4	5			
M5	Markenkonzeption	P	SU/Ü	2/2	5			
M6	Projektstudium 1	WP	Ü	2	5			
M7	Methoden empirischer Forschung	P				SU/Ü	3/2	5
M8	Designkonzeption	P				SU/Ü	2/2	5
M9	Interkulturelle Wirtschaftskommunikation	P				SU	4	5
M10	Medien- und Multimediamanagement	P				SU/Ü	2/2	5
M11	Schnittstellen-, Komplexitäts- und Risikomanagement	P				SU	4	5
M12	Projektstudium 2	WP				Ü	2	5
	Summe SWS und LP			16/6	30		15/8	30

Module Master Wirtschaftskommunikation			3. Semester			4. Semester		
		Art	Form	SWS	LP	Form	SWS	LP
M13	Unternehmenssoziologie	P	SU	4	5			
M14	Führung und Kommunikation	P	SU	4	5			
M15	Kolloquium zur Wirtschaftskommunikation	P	SU	4	5			
M16	Internationales Marketing	P	SU	4	5			
M17	Projektstudium 3	WP	Ü	4	6			
M18	AWE	WP	SU	2	2			
M19	AWE	WP	SU	2	2			
M20	Masterarbeit							25
M21	Masterseminar/Kolloquium					Ü	1	5
	Summe SWS und LP			20/4	30		0/1	30
	Summe Masterstudium						51/19	120

Erläuterungen:

SWS = Semesterwochenstunden

LP = Leistungspunkte (ECTS)

AWE = Allgemeinwissenschaftliches Ergänzungsfach

Form der Lehrveranstaltung:

SU = Seminaristischer Unterricht

Ü = Übung

Art des Moduls:

P = Pflichtmodul

WP = Wahlpflichtmodul

Anmerkung:

Ein Leistungspunkt steht für eine studentische Lernzeit (Workload) von 30 Stunden à 60 Minuten.

Prüfungsordnung

für den konsekutiven Masterstudiengang

Wirtschaftskommunikation

im Fachbereich Wirtschaftswissenschaften II vom 07. Februar 2007

Aufgrund von § 17 Absatz 1 Satz 1 Nr. 1 der Satzung der Fachhochschule für Technik und Wirtschaft Berlin zu Abweichungen von Bestimmungen des Berliner Hochschulgesetzes (AMBI. FHTW Berlin Nr. 27/02) in Verbindung mit § 31 Abs. 4 des Gesetzes über die Hochschulen im Land Berlin (Berliner Hochschulgesetz - BerlHG) in der Fassung vom 13. Februar 2003 (GVBl. S. 82), zuletzt geändert durch Gesetz vom 06. Juli 2006 (GVBl. S. 713), hat der Fachbereichsrat des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften II der Fachhochschule für Technik und Wirtschaft Berlin (FHTW Berlin) am 07. Februar 2007 die folgende Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation beschlossen*:

Gliederung der Ordnung

- § 1 Geltungsbereich
- § 2 Geltung der Rahmenprüfungsordnung
- § 3 Form und Modalitäten von Leistungsnachweisen
- § 4 Modulprüfungen
- § 5 Masterarbeit
- § 6 Masterseminar/Kolloquium
- § 7 Berechnung des Gesamtprädikats
- § 8 In-Kraft-Treten/Veröffentlichung

Anlagen der Ordnung

- Anlage 1 Muster des Masterzeugnisses in deutscher Sprache
- Anlage 2 Muster des Masterzeugnisses in englischer Sprache
- Anlage 3a und 3b Muster der Masterurkunde in deutscher Sprache
- Anlage 4a und 4b Muster der Masterurkunde in englischer Sprache
- Anlage 5 Muster des Diploma Supplements in deutscher Sprache

* Durch die Senatsverwaltung für Bildung, Wissenschaft und Forschung bestätigt am 27.02.2007

§ 1 Geltungsbereich

(1) Diese Prüfungsordnung gilt für alle Studierenden des konsekutiven Masterstudienganges Wirtschaftskommunikation, die ab dem 01. Oktober 2007 an der FHTW Berlin im ersten Fachsemester immatrikuliert werden.

(2) Diese Prüfungsordnung wird ergänzt durch die Studienordnung für den Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation vom 07. Februar 2007 sowie durch die Zugangs- und Zulassungsordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation vom 07. Februar 2007.

§ 2 Geltung der Rahmenprüfungsordnung

Die Grundsätze für Prüfungsordnungen der Fachhochschule für Technik und Wirtschaft Berlin (Rahmenprüfungsordnung – RPO) in ihrer jeweils gültigen Fassung sind Bestandteil dieser Ordnung.

§ 3 Form und Modalitäten von Leistungsnachweisen

(1) Leistungsnachweise können in der Form von Hausarbeiten, Präsentationen, Projekten, Klausuren etc. entsprechend RPO erbracht werden. Die jeweils erforderliche Form der Leistungsnachweise ist in den Modulbeschreibungen festgelegt.

(2) Leistungsnachweise sind in der Regel in deutscher Sprache zu erbringen. Das Ablegen von Leistungsnachweisen in einer anderen als der Unterrichtssprache bedarf des Einvernehmens zwischen dem oder der Studierenden und dem oder der Prüfenden. Das Einvernehmen ist zu Beginn des Semesters jeweils schriftlich herzustellen.

§ 4 Modulprüfungen

(1) Besteht eine Modulprüfung aus mehreren Leistungsnachweisen so wird die Modulnote durch die Bildung eines gewogenen Mittels der einzelnen Leistungsbeurteilungen ermittelt, wobei die Gewichtung der Teilnoten im Dokument „Modulbeschreibung für den Studiengang Wirtschaftskommunikation“ festgelegt ist.

(2) Die Anzahl der mit den einzelnen Modulen jeweils zu erwerbenden Leistungspunkte sind in der Anlage 3 der Studienordnung für den Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation aufgeführt.

(3) Für nachfolgend genannte Module, in denen der zu erbringende Leistungsnachweis aus einer modulbegleitend geprüften Studienleistung besteht, wird lediglich eine Prüfungsmöglichkeit im Semester angeboten

- M6 Projektstudium 1
- M12 Projektstudium 2
- M17 Projektstudium 3

(4) Wurde die Prüfung in einem Wahlpflicht-Modul bestanden, kann dieses nicht mehr durch ein anderes Wahlpflichtmodul ersetzt werden.

(5) Für die Teilnahme an einer Modulprüfung ist die Belegung des zugehörigen Moduls notwendige Voraussetzung.

§ 5 Masterarbeit

(1) Die Initiative bei der Themenfindung für die Masterarbeit liegt beim Studierenden. Das Thema wird in Absprache mit dem Erstprüfer vom Prüfungsausschuss des Studienganges Wirtschaftskommunikation festgelegt. Der Prüfungsausschuss des Studienganges Wirtschaftskommunikation bestätigt durch Unterschrift des/der Vorsitzenden auf dem Anmeldeformular das von dem/der Studierenden gewählte Thema, und er legt den Bearbeitungsbeginn und die Bearbeitungsfrist sowie die betreuenden Prüfer/Prüferinnen schriftlich fest. Die Anmeldung zur Masterarbeit erfolgt

regulär zum 15.11. für das darauf folgende Sommersemester und ersatzweise zum 15.05. für das darauf folgende Wintersemester. Der Prüfungsausschuss trifft die Entscheidungen zu den Masterarbeiten jeweils bis zum Ende der Vorlesungszeit des Anmelde semesters. Die Bekanntgabe der Entscheidungen (Zulassung bzw. Nichtzulassung) erfolgt jeweils spätestens bis zum selben Semesterende.

- (2) Voraussetzung für die Anmeldung und Zulassung zur Masterarbeit ist der erfolgreiche Abschluss des 1. und 2. Fachsemesters und der Nachweis von mindestens 54 Leistungspunkten.
- (3) Der zeitliche Bearbeitungsaufwand der Masterarbeit entspricht 25 Leistungspunkten.
- (4) Die Masterarbeit umfasst die schriftliche Ausarbeitung eines gestellten Themas aus dem Bereich der Wirtschaftskommunikation sowie zusätzlich eine schriftliche Ergebniszusammenfassung (Abstract) der Ausarbeitung.
- (5) Die Bearbeitungszeit der Masterarbeit beträgt 18 Wochen. Die Masterarbeit ist zum Ende der 18. Woche des 4. Studienplansemesters in dreifacher Ausfertigung abzugeben. In begründeten Fällen kann die Bearbeitungszeit auf Antrag um maximal 8 Wochen verlängert werden.
- (6) Der Umfang der schriftlichen Ausarbeitung sollte 60 Normalseiten nicht übersteigen. Die schriftliche Ausarbeitung ist in deutscher Sprache abzufassen. Sie soll einer wissenschaftlichen Darstellungsweise folgen.
- (7) Der Umfang der schriftlichen Ergebniszusammenfassung (Abstract) sollte 15 Normalzeilen nicht überschreiten. Die Ergebniszusammenfassung ist in deutscher und in englischer Sprache abzufassen und zur Veröffentlichung durch die Hochschule freizugeben.
- (8) Die Masterarbeit kann als Gruppenarbeit mit bis zu 2 Personen durchgeführt werden. In diesem Fall müssen die Beiträge der einzelnen Prüflinge abgrenzbar und individuell zu beurteilen sein.

§ 6 Masterseminar/Kolloquium

- (1) Das Kolloquium wird als Modulprüfung zum Masterseminar durchgeführt. Voraussetzung für die Zulassung zum Kolloquium sind eine Masterarbeit, welche von zwei Gutachtern positiv beurteilt wurde, sowie der Nachweis von 115 Leistungspunkten im Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation.
- (2) Das Kolloquium konzentriert sich im Kern auf den Inhalt der Masterarbeit. Dabei setzt es diesen in Bezug zu den Lehrinhalten des Masterstudienganges Wirtschaftskommunikation und überprüft dabei das Verständnis wissenschaftlicher Prinzipien und Methoden dieses Studiengangs.
- (3) Das Kolloquium ist vor einer Prüfungskommission abzulegen, welche vom Prüfungsausschuss des Studienganges Wirtschaftskommunikation benannt wird. Die Prüfungskommission soll in der Regel wie folgt zusammengesetzt sein:
 - ein Professor oder eine Professorin der FHTW Berlin als Vorsitzender oder Vorsitzende und als Prüfer oder Prüferin, der oder die die Masterarbeit betreut und das Erstgutachten erstellt (Erstgutachter oder Erstgutachterin),
 - ein weiterer Prüfer oder eine weitere Prüferin, der oder die das zweite Gutachten erstellt (Zweitgutachter oder Zweitgutachterin).

§ 7 Berechnung des Gesamtprädikats

- (1) Die Bestimmung des Gesamtprädikats ergibt sich gem. RPO aus der Gesamtnote (X), die wiederum als gewichtetes Mittel der Teilnoten (X_1 , X_2 , X_3) nach folgender Formel auf die zweite Stelle hinter dem Komma berechnet und auf eine Stelle nach dem Komma gerundet wird:

$$X = 0,7X_1 + 0,20X_2 + 0,10X_3$$

Die Teilnoten sind:

- der gewichtete Mittelwert der Modulnoten aller im Masterzeugnis ausgewiesenen differenziert bewerteten Module (Größe X_1); dabei werden die ersten beiden Stellen nach dem Komma berechnet,
- die Note der schriftlichen Masterarbeit (Größe X_2) und,
- die Modulnote des Masterseminars/Kolloquiums (Größe X_3).

(2) Die Berechnung der Größe X_1 für das Gesamtprädikat erfolgt durch die Bildung eines gewogenen Mittels aller Module aufgrund der Anzahl der jeweiligen Leistungspunkte.

$$X_1 = \frac{\sum (F_i \cdot a_i)}{\sum a_i}.$$

Darin bedeuten: F_i : Die Fachnoten der einzelnen Module,

a_i : Die Wichtungsfaktoren (Leistungspunkte) der einzelnen Module.

Die Wichtungsfaktoren der einzelnen Module sind in der folgenden Tabelle aufgeführt:

Titel der Module (Entspricht den Modulen in der Studienordnung)		Wichtungsfaktor a_i (Entspricht den Leistungspunkten in der Studienordnung)
M1	Grundlagen für das Masterstudium Wirtschaftskommunikation	5
M2	Didaktik, Rhetorik, Präsentation und Visualisierung	5
M3	Wirtschaftspsychologie	5
M4	Investor Relations	5
M5	Markenkonzeption	5
M6	Projektstudium 1	5
M7	Methoden empirischer Forschung	5
M8	Designkonzeption	5
M9	Interkulturelle Wirtschaftskommunikation	5
M10	Medien- und Multimediamanagement	5
M11	Schnittstellen-, Komplexitäts- und Risikomanagement	5
M12	Projektstudium 2	5
M13	Unternehmenssoziologie	5
M14	Führung und Kommunikation	5
M15	Kolloquium zur Wirtschaftskommunikation	5
M16	Internationales Marketing	5
M17	Projektstudium 3	6
M18	AWE-Fach	2
M19	AWE-Fach	2
Summe		90

(3) Muster des Masterzeugnisses sind als Anlagen 1 und 2 Bestandteil dieser Ordnung. Die Studierenden erhalten sowohl ein Zeugnis in deutscher als auch in englischer Sprache.

(4) Gleichzeitig wird mit dem Masterzeugnis eine Urkunde ausgehändigt, mit der die Verleihung des akademischen Grades Master of Arts bescheinigt wird. Je ein Muster der Masterurkunde in deutscher und englischer Sprache sind als Anlagen 3a und 3b sowie 4a und 4b Bestandteile dieser Ordnung.

(5) Gleichzeitig wird mit dem Masterzeugnis ein Diploma Supplement in deutscher und englischer Sprache ausgehändigt. Ein Muster des Diploma Supplements in deutscher Sprache ist als Anlage 5 Bestandteil dieser Ordnung.

§ 8 In-Kraft-Treten/Veröffentlichung

Diese Ordnung tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung im Amtlichen Mitteilungsblatt der FHTW Berlin in Kraft.

Anlage 1 zur Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation

FHTW

Fachhochschule
für Technik und Wirtschaft
Berlin

University of Applied
Sciences

Masterzeugnis

Frau/Herr _____

geboren am _____ in _____

hat das Masterstudium im

Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation

an der Fachhochschule für Technik und Wirtschaft Berlin

bestanden.

Gesamtprädikat des Masterstudiums:

Berlin, den _____

Der/Die Vorsitzende
des Prüfungsausschusses

Der Dekan/Die Dekanin



Fachhochschule
für Technik und Wirtschaft
Berlin

University of Applied
Sciences

**Masterzeugnis
für Frau/Herrn** _____

Die Leistungen der einzelnen Module werden wie folgt beurteilt:

Grundlagen für das Masterstudium Wirtschaftskommunikation	_____
Didaktik, Rhetorik, Präsentation und Visualisierung	_____
Wirtschaftspsychologie	_____
Investor Relations	_____
Markenkonzeption	_____
Methoden empirischer Forschung	_____
Designkonzeption	_____
Interkulturelle Wirtschaftskommunikation	_____
Medien- und Multimediamanagement	_____
Schnittstellen-, Komplexitäts- und Risikomanagement	_____
Unternehmenssoziologie	_____
Internationales Marketing	_____
Kolloquium zur Wirtschaftskommunikation	_____
Führung und Kommunikation	_____
Projektstudium 1:	_____
Projektstudium 2:	_____
Projektstudium 3:	_____
<u>Allgemeinwissenschaftliche Ergänzungsmodule:</u>	_____
_____	_____
_____	_____

Mögliche
Leistungsbeurteilungen:
sehr gut, gut, befriedigend,
ausreichend.

Thema der Masterarbeit:

Mögliches Gesamtprädikat
„mit Auszeichnung“, „sehr
gut“, „gut“, „befriedigend“,
„ausreichend“.

Beurteilung der Masterarbeit:

Das Masterstudium wurde
nach der Prüfungs-ordnung
vom _____ veröffent-
licht im Amtlichen Mitteilungs-
blatt Nr. _____
der FHTW Berlin vom
_____, absolviert.

Beurteilung des Masterseminars/Kolloquium:

Anlage 2 zur Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation



Fachhochschule für Technik und Wirtschaft Berlin

University of Applied Sciences

Master's Degree Grade Transcript

This is to certify that

Ms/Mr _____

born on _____ in _____

has completed the Master's degree course in

Business Communication Management

at the Fachhochschule für Technik und Wirtschaft Berlin, University of Applied Sciences.

Overall grade achieved in the Master's degree course:

Berlin, _____

Head of Examination Board

Dean

This certificate has also been issued in the German language.



Fachhochschule
für Technik und Wirtschaft
Berlin

University of Applied
Sciences

Grade Transcript for Ms/Mr _____

Grades achieved in degree module:

Fundamentals for the Master Programme Business Communication	_____
Didactics, Rhetoric, Presentation and Visualisation	_____
Business Psychology	_____
Investor Relations	_____
Brand Conception	_____
Methods of Empirical Research	_____
Design Conception	_____
Cross-Cultural Business Communication	_____
Media and Multimedia Management	_____
Interface, Complexity and Risk Management	_____
Corporate Sociology	_____
International Marketing	_____
Colloquy Business Communication	_____
Leadership and Communication	_____
Project Study 1:	_____
Project Study 2:	_____
Project Study 3:	_____

Supplementary Modules:

Possible grades in degree modules:
very good, good,
satisfactory, sufficient.

Topic of thesis:

Possible overall grades:
"excellent", very good,
good, satisfactory,
sufficient.

Assessment of thesis:

The degree examination has been passed in accordance with the Examination Standards in effect on _____ published in Amtliches Mitteilungsblatt der FHTW (Official Information Bulletin), No. _____ of _____.

Assessment of Master`s seminar/
oral degree examination:

Anlage 3a zur Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation

FHTW

Fachhochschule
für Technik und Wirtschaft
Berlin

University of Applied
Sciences

Masterurkunde

Frau _____

geboren am _____ in _____

hat das Masterstudium

im

Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation

bestanden.

Ihr wird der akademische Grad

Master of Arts (M.A.)

verliehen.

Berlin, den _____

Der Präsident/Die Präsidentin

(Präsesiegel)

Anlage 3b zur Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation

FHTW

Fachhochschule
für Technik und Wirtschaft
Berlin

University of Applied
Sciences

Masterurkunde

Herr _____
geboren am _____ in _____
hat das Masterstudium im

Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation

bestanden.

Ihm wird der akademische Grad

Master of Arts (M.A.)

verliehen.

Berlin, den _____

Der Präsident/Die Präsidentin

(Präsesiegel)

Anlage 4a zur Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation

FHTW

Fachhochschule
für Technik und Wirtschaft
Berlin

University of Applied
Sciences

Master's Degree Certificate

This is to certify that

Ms _____

born on _____

in _____

has completed the Master's degree course in

Business Communication Management

She has been awarded the academic degree

Master of Arts (M.A.)

Berlin, _____

President

(Seal)

This certificate has also been issued in the German language.

Anlage 4b zur Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation

FHTW

Fachhochschule
für Technik und Wirtschaft
Berlin

University of Applied
Sciences

Master's Degree Certificate

This is to certify that

Mr

born on

in

has completed the Master's degree course in

Business Communication Management

He has been awarded the academic degree

Master of Arts (M.A.)

Berlin, _____

President

(Seal)

This certificate has also been issued in the German language.

Anlage 5 zur Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation

FHTW Berlin

Diploma Supplement

- Master Wirtschaftskommunikation -

1 Inhaber/ InhaberIn der Qualifikation

1.1 Familienname

1.2 Vorname

1.3 Geburtsdatum

Geburtsort

Geburtsland

1.4 Matrikelnummer

2 Qualifikation2.1 Bezeichnung der Qualifikation ausgeschrieben
Master of Arts

abgekürzt

M.A.

Bezeichnung des Titels (ausgeschrieben und abgekürzt)

n.a.

Bezeichnung des Titels in Originalsprache

n.a.

2.2 Hauptstudienfach oder -fächer für die Qualifikation

Internationale Wirtschaftskommunikation

Medienwissenschaften

Betriebswirtschaftslehre

2.3 Name der Einrichtung, die die Qualifikation verliehen hat

Fachhochschule für Technik und Wirtschaft Berlin

Fachbereich

Fachbereich 4, Wirtschaftswissenschaften II

Status Typ/Trägerschaft)

Fachhochschule (FH)

University of Applied Sciences (s. Abschnitt 8)

Status Trägerschaft

staatlich

2.4 Name der Einrichtung, die den Studiengang durchgeführt hat
siehe 2.3

2.5 Im Unterricht / in der Prüfung verwendete Sprache(n)
Deutsch

3 Ebene der Qualifikation

3.1 Ebene der Qualifikation

Postgradualer berufsqualifizierender Hochschulabschluss nach einem abgeschlossenen Bachelor- oder Diplomstudiengang (siehe Abschnitte 8.1 und 8.4.2) inklusive einer Masterarbeit

3.2 Dauer des Studiums (Regelstudienzeit)

Regelstudienzeit: 4 Semester (2 Jahre)

Workload: 3600 Stunden

credit points nach ECTS: 120

davon Masterarbeit: 25 cp

3.3 Zugangsvoraussetzung(en)

- Bachelor of Arts im Studiengang Wirtschaftskommunikation oder mindestens Bachelor of Arts oder Bachelor of Science in ähnlichen Studiengängen oder ausländisches Äquivalent und
- spezielle Auswahlkriterien

4 Inhalt und Prüfungsergebnisse

4.1 Studienform

Vollzeitstudium, Präsenzstudium

4.2 Anforderungen des Studienganges/Qualifikationsprofil des Absolventen/der Absolventin
Der/die Absolventen/in hat gelernt, den stetigen Wandel der Kommunikationsanforderungen im internationalen Wirtschaftskontext erfolgreich zu gestalten. Das angeeignete Wissen bezieht sich insbesondere auf das Management von interkulturell geprägten Kommunikationsprozessen in Konzernen und auf globalen Märkten. Der/die Absolvent/in ist nach entsprechender Praxis in der Lage, komplexe Zusammenhänge im Bereich der Kommunikation und der neuen digitalen Medien zu erfassen und innerhalb von Projektteams effiziente Umsetzungen zu finden und zu implementieren. Diese Fertigkeiten werden in Projektstudien unter Praxisbedingungen geübt. Im abschließenden Prüfungssemester wird selbständig eine Masterarbeit erstellt und eine mündliche Prüfung abgelegt.

Studienzusammensetzung:

- | | |
|--|-------|
| - obligatorisches Kernstudium: | 70 cp |
| - optionale Wahlmodule: | 4 cp |
| - Projektstudium: | 16 cp |
| - Masterarbeit inklusive Seminar und Kolloquium: | 30 cp |

4.3 Einzelheiten zum Studiengang

Siehe „Masterzeugnis“ für weitere Details zu den absolvierten Schwerpunktfächern und dem Thema der Masterarbeit inklusive ihrer Benotungen.

4.4 Notensystem und Hinweise zur Vergabe von Noten

Note (i.v.H.*)	Bewertung		FHTW grading scheme	
1,0 (\geq 90%)	sehr gut	Eine hervorragende Leistung	A	very good
2,0 (\geq 75%)	gut	Eine Leistung, die erheblich über den durchschnittlichen Anforderungen liegt	B	good
3,0 (\geq 60%)	befriedigend	Eine Leistung, die durchschnittlichen Anforderungen entspricht	C	satisfactory
4,0 (\geq 50%)	ausreichend	Eine Leistung, die trotz ihrer Mängel noch den Anforderungen genügt	D	sufficient
5,0 ($<$ 50%)	nicht ausreichend	Eine Leistung, die wegen erheblicher Mängel den Anforderungen nicht mehr genügt	F	fail

*) der erreichbaren Punktzahl

Zusammensetzung des Gesamtprädikats:

70 % Modulnote

20 % Masterarbeit

10 % mündliche Abschlussprüfung

4.5 Gesamtnote

- Abschlussprädikat (ungerundete Abschlussnote) –

5 Funktion der Qualifikation

5.1 Zugang zu weiterführenden Studien

Der Abschluss berechtigt zur Aufnahme eines Promotionsstudiums; die jeweilige Zulassungsordnung kann zusätzliche Voraussetzungen festlegen.

(s. Abschnitt 8)

5.2 Beruflicher Status

Der Master-Abschluss ist Zugangsvoraussetzung für den höheren öffentlichen Dienst in Deutschland.

6 weitere Angaben

6.1 Weitere Angaben

Akkreditiert durch ACQUIN, Akkreditierungs-, Zertifizierungs- und Qualitätssicherungsinstitut e.V.

6.2 Informationsquellen für ergänzende Angaben

FHTW Berlin: <http://www.fhtw-berlin.de>

Studiengang: <http://wiko.f4.fhtw-berlin.de>

7 Zertifizierung

Ort/Datum der Ausstellung
Berlin,

Dieses Diploma Supplement bezieht sich auf:

Master-Urkunde

Master-Zeugnis

Stempel/Unterschrift

Prof. Dr. Vorname Nachname

Prüfungsausschussvorsitzender