

# 35 / 15

3. September 2015

## **Amtliches Mitteilungsblatt**

Seite

**Studien- und Prüfungsordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation** im Fachbereich Informatik, Kommunikation und Wirtschaft

vom 28. Mai 2015. . . . .739

**htw**

Hochschule für Technik  
und Wirtschaft Berlin

*University of Applied Sciences*

**Herausgeber**

Die Hochschulleitung der HTW Berlin  
Treskowallee 8  
10318 Berlin

**Redaktion**

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

# HOCHSCHULE FÜR TECHNIK UND WIRTSCHAFT BERLIN

## Studien- und Prüfungsordnung

für den konsekutiven Masterstudiengang

### Wirtschaftskommunikation

im Fachbereich Informatik, Kommunikation und Wirtschaft vom 28. Mai 2015

Auf Grund von § 17 Abs. 1 Nr. 1 der Neufassung der Satzung der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin (HTW Berlin) zu Abweichungen von Bestimmungen des Berliner Hochschulgesetzes (AMBl. HTW Berlin Nr. 29/09) in Verbindung mit § 31 des Gesetzes über die Hochschulen im Land Berlin (Berliner Hochschulgesetz - BerLHG) in der Fassung der Bekanntmachung vom 26. Juli 2011 (GVBl. S. 378) hat der Fachbereichsrat des Fachbereichs Informatik, Kommunikation und Wirtschaft der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin (HTW Berlin) am 28. Mai 2015 die folgende Studien- und Prüfungsordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation beschlossen\*:

#### Gliederung der Ordnung

- § 1 Geltungsbereich
- § 2 Geltung der Rahmenstudien- und Prüfungsordnung (RStPO-Ba/Ma)
- § 3 Vergabe von Studienplätzen
- § 4 Ziele des Studiums
- § 5 Lehrveranstaltungen in englischer Sprache
- § 6 Inhalt und Gliederung des Masterstudiums/Regelstudienzeit
- § 7 Art und Umfang des Lehrangebotes, Studienorganisation
- § 8 Ergänzendes allgemeinwissenschaftliches Lehrangebot
- § 9 Modulprüfungen
- § 10 Masterarbeit
- § 11 Masterseminar/Abschlusskolloquium
- § 12 Modulnoten auf dem Masterzeugnis
- § 13 Berechnung des Gesamtprädikates
- § 14 Abschlussdokumente
- § 15 Übergangsregelungen
- § 16 Inkrafttreten/Veröffentlichung

- Anlage 1 Studienplanübersicht
- Anlage 2 Modulübersicht
- Anlage 3 Lernergebnisse und Kompetenzen für jedes Modul
- Anlage 4 Spezifika des Diploma Supplements
- Anlage 5 Äquivalenztabelle

---

\* Bestätigt durch die Hochschulleitung der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin am 8. Juli 2015.

## **§ 1 Geltungsbereich**

(1) Diese Studien- und Prüfungsordnung gilt für alle Studierenden, die nach Inkrafttreten dieser Ordnung am Fachbereich Informatik, Kommunikation und Wirtschaft der HTW Berlin im Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation in das 1. Fachsemester immatrikuliert werden.

(2) Ferner gilt diese Studien- und Prüfungsordnung für alle Studierenden, welche nach einem Hochschul- oder Studiengangwechsel aufgrund der Anrechnung von Studien- und Prüfungsleistungen zeitlich so in den Studienverlauf eingeordnet werden, dass ihr Studienstand dem Personenkreis gemäß Absatz 1 entspricht.

(3) Die im § 15 festgelegten Übergangsregelungen gelten nur für Studierende, die nach der vorangegangenen Studienordnung für den Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation vom 7. Februar 2007 (AMBl. FHTW Berlin Nr. 24/07) immatrikuliert sind.

(4) Die Studien- und Prüfungsordnung wird ergänzt durch die Zugangs- und Zulassungsordnung für den Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation in der jeweils gültigen Fassung.

## **§ 2 Geltung der Rahmenstudien- und Prüfungsordnung (RStPO-Ba/Ma)**

Die Grundsätze für Studien- und Prüfungsordnungen für Bachelor- und Masterstudiengänge der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin (Rahmenstudien- und -prüfungsordnung für Bachelor- und Masterstudiengänge – RStPO – Ba/Ma) 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 in der jeweils gültigen Fassung.

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

## **§ 4 Ziele des Studiums**

(1) Ziel des Masterstudiums ist die Vertiefung und Spezialisierung in den Bereichen Kommunikations- und Marketingmanagement, Interkulturelle Wirtschaftskommunikation und Medienkonzeption.

(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 Inhalt und Gliederung des Masterstudiums/Regelstudienzeit**

- (1) Das Masterstudium hat eine Dauer von 4 Semestern (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 Beschreibung der Lernergebnisse und Kompetenzen der Module befindet sich in Anlage 3 und ist Teil dieser Studien- und Prüfungsordnung. Die jährliche Workload für den Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation beträgt 1800 Arbeitsstunden.
- (4) Das Studium schließt mit dem erfolgreichen Abschluss aller Module einschließlich der Masterarbeit und dem Masterseminar/Abschlusskolloquium ab. Die Masterarbeit wird von einem Seminar begleitet, welches mit dem Abschlusskolloquium abschließt. Die Anfertigung der Masterarbeit umfasst 25 Leistungspunkte (ECTS), das begleitende Seminar mit dem Abschlusskolloquium umfasst 5 Leistungspunkte (ECTS).

## **§ 7 Art und Umfang des Lehrangebotes, Studienorganisation**

- (1) Die Immatrikulation zum Studiengang erfolgt einmal jährlich zum Wintersemester.
- (2) Das Studium wird im Einzelnen nach der Studienplanübersicht gemäß Anlage 1 durchgeführt. Der Studienplan enthält die Modulbezeichnungen, die Niveaustufen der Module, die Form und Art des Modulangebotes (Pflicht-/Wahlpflichtmodul), die Präsenzzeit der Lehrveranstaltungen (in SWS) die zugrunde liegende Lernzeit in zu vergebenden Leistungspunkten (ECTS) der Module sowie die notwendigen und empfohlenen Voraussetzungen.
- (3) In Anlage 1 sind die möglichen Wahlpflichtmodule aufgelistet.
- (4) Das Studium wird im Wahlpflichtbereich durch praxisnahe Projekte, in denen modulübergreifend wissenschaftliche Themen angewandt werden, ergänzt.

## **§ 8 Ergänzendes allgemeinwissenschaftliches Lehrangebot**

- (1) Der Umfang der allgemeinwissenschaftlichen Ergänzungsmodule (AWE) beträgt 4 Leistungspunkte. Die AWE-Module müssen aus dem AWE-Modulangebot (keine Fremdsprachen) der HTW Berlin gewählt werden.
- (2) Abweichend von Abs. 1 können 2 Leistungspunkte auf die vertiefende Ausbildung in Englisch und 2 Leistungspunkte auf andere allgemeinwissenschaftliche Ergänzungsmodule entfallen. Die Englisch-Ausbildung dient der Vertiefung bereits vorhandener Kenntnisse auf dem Niveau des akademischen Sprachgebrauchs (Oberstufe).
- (3) Abweichend von Absatz 1 kann der gesamte Umfang der allgemeinwissenschaftlichen Ergänzungsmodule auf eine vertiefende Fremdsprachenausbildung (Englisch: Oberstufe; Französisch, Russisch, Spanisch: Mittelstufe 3) entfallen.
- (4) Bei ausländischen Studierenden, die ihren Bachelorabschluss in einer anderen Sprache als Deutsch erworben haben, kann der gesamte Umfang der allgemeinwissenschaftlichen Ergänzungsmodule auf eine vertiefende Ausbildung in Deutsch als Fremdsprache (Oberstufe 1) entfallen.
- (5) Die nach Abs. 2 bis 4 gewählte Fremdsprache darf nicht mit der Muttersprache des/der Studierenden identisch sein.

## **§ 9 Modulprüfungen**

- (1) Alle Module werden differenziert bewertet.
- (2) Die erfolgreiche Teilnahme an einem Modul wird durch das Bestehen einer einheitlichen Modulprüfung nachgewiesen. Die Prüfungskomponenten und Prüfungsformen werden für jedes Modul in den Modulbeschreibungen für den Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation - Master of Arts (M.A) festgelegt.

(3) Besteht eine Modulprüfung aus mehreren Prüfungskomponenten, so wird die Modulnote durch die Bildung eines gewogenen Mittels der Teilnoten ermittelt, wobei die Gewichtung der Teilnoten in der Modulbeschreibung festzulegen ist.

(4) Das Bestehen der Modulprüfung ist Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten. Die Anzahl der für die einzelnen Module festgesetzten Leistungspunkte ist in Anlage 1 aufgeführt.

(5) Wird die Prüfung in einem Wahlpflichtmodul bestanden, kann dieses nicht mehr durch ein anderes Wahlpflichtmodul ersetzt werden. Möglich ist jedoch die Ausstellung eines Leistungsnachweises über das zusätzlich absolvierte Wahlpflichtmodul durch den Dozenten oder die Dozentin.

(6) Die Zulassung zu einer Prüfung oder zu der Erbringung einer modulbegleitend geprüften Studienleistung setzt die Belegung des jeweiligen Moduls nach Maßgabe der Hochschulordnung der HTW Berlin (HO) in der jeweils gültigen Fassung voraus.

(7) Für die Module M1.6 Projektstudium 1 und M3.5 Projektstudium 2 wird nur eine Prüfungsmöglichkeit im Semester angeboten, weil die Modulprüfung nur aus einer modulbegleitend geprüften Studienleistung besteht. Die modulbegleitend geprüfte Studienleistung muss vor dem Beginn des zweiten Prüfungszeitraumes absolviert worden sein.

(8) Nur für die nachfolgend genannten Module ist eine Belegung im Falle der Wiederholung der Prüfung erforderlich:

- M1.6 Projektstudium 1
- M3.5 Projektstudium 2

## **§ 10 Masterarbeit**

(1) Der Prüfungsausschuss des Studienganges bestätigt durch Unterschrift des/der Vorsitzenden das Thema der Masterarbeit und er legt den Bearbeitungsbeginn und den Abgabetermin sowie die betreuenden Prüfer/Prüferinnen schriftlich fest.

(2) Zur Masterarbeit wird zugelassen, wer alle Module der ersten drei Studienplansemester im Umfang von 90 Leistungspunkten erfolgreich abgeschlossen und sich bis spätestens zum Ende der jeweils festgelegten Vorlesungszeit des 3. Studienplansemesters in der Prüfungsverwaltung angemeldet hat. Ein Kandidat oder eine Kandidatin kann auch zugelassen werden, wenn

- er oder sie Module im Gesamtumfang von bis zu sechs Leistungspunkten noch nicht erfolgreich abgeschlossen hat und
- der erfolgreiche Abschluss sämtlicher Module im Semester, in dem die Masterarbeit geschrieben wird, möglich und zu erwarten ist und
- Art und Umfang der noch fehlenden Modulprüfungen die Anfertigung der Masterarbeit fachlich und zeitlich nicht wesentlich beeinträchtigen.

(3) Der zeitliche Bearbeitungsaufwand der Masterarbeit entspricht 25 Leistungspunkten. Die Bearbeitungszeit für die Masterarbeit umfasst 18 Wochen. Die Masterarbeit ist zum im Abs. 1 festgelegten Abgabetermin gemäß § 23 Abs. 7 RStPO-Ba/Ma einzureichen.

(4) Die Masterarbeit kann als Gruppenarbeit von 2 Studierenden angefertigt werden. In diesem Fall müssen die Beiträge der einzelnen Studierenden abgrenzbar und individuell zu beurteilen sein. Wurden Abschlussarbeiten als Gruppenarbeit durchgeführt, so soll das Kolloquium als gemeinsame Prüfung organisiert werden.

## **§ 11 Masterseminar/Abschlusskolloquium**

(1) Das Kolloquium wird als Modulprüfung im Modul Masterseminar/Abschlusskolloquium durchgeführt. Voraussetzung für die Zulassung zum Abschlusskolloquium ist eine Masterarbeit, welche von zwei unabhängigen Gutachtern positiv beurteilt wurde bzw. der Nachweis von 115 Leistungspunkten im Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation.

(2) Die Modulprüfung zum Modul Masterseminar/Abschlusskolloquium orientiert sich schwerpunktmäßig am Thema der Masterarbeit und ordnet diesen in den Kontext des Studiengangs Wirtschaftskommunikation ein. Von der Masterarbeit direkt betroffene Fachgebiete aus dem Studiengang Wirtschaftskommunikation können auch Gegenstand der Modulprüfung sein. In dieser Prüfung soll der/die Studierende zeigen, dass er/sie in der Lage ist, einen komplexen Sachverhalt in kurzer Zeit darzustellen und seine/ihre Argumentation gegen Kritik zu verteidigen.

## **§ 12 Modulnoten auf dem Masterzeugnis**

(1) Reihenfolge der Module auf dem Masterzeugnis:

(a) Pflichtmodule:

Perspektiven der Wirtschaftskommunikation

Präsentation und Expression

Internationales Management und Organisation

Wirtschafts- und Medienrecht

Empirische Markt- und Kommunikationsforschung

Kommunikationsmanagement

Wirtschaftspsychologie

Medienkonzeption

Interkulturelle Wirtschaftskommunikation

Marketingmanagement

Wirtschaftskommunikation in der Gesellschaft

Führung und Kommunikation

Beratungskommunikation

(b) Fachspezifische Projekte:

(Projektstudium 1)

(Projektstudium 2)

(c) Fachspezifische Wahlpflichtmodule:

Markenstrategien oder Designkonzeption

Rechnungswesen und Controlling oder Investition und Finanzierung

(d) Allgemeinwissenschaftliche Ergänzungsmodule:

(AWE-Modul 1, ggf. Vertiefende Fremdsprache)

(AWE-Modul 2)

(2) Die Noten folgender Module werden auf dem Masterzeugnis ausgewiesen, gehen jedoch nicht in die Berechnung des Gesamtprädikates ein:

- Perspektiven der Wirtschaftskommunikation
- Präsentation und Expression
- Internationales Management und Organisation
- Wirtschafts- und Medienrecht
- Empirische Markt- und Kommunikationsforschung
- Projektstudium 1

### § 13 Berechnung des Gesamtprädikates

(1) Das Gesamtprädikat des Abschlusses ergibt sich aus der Gesamtnote ( $X$ ), die wiederum als gewogenes arithmetisches Mittel der Teilnoten ( $X_1, X_2, X_3$ ) nach der Formel

$$X = aX_1 + bX_2 + cX_3$$

berechnet, nach der zweiten Stelle hinter dem Komma abgeschnitten und auf eine Stelle nach dem Komma gerundet wird. Die Teilnoten sind:

- a) der gewogene Mittelwert der Modulnoten, die in die Berechnung der Abschlussnote Eingang finden (Größe  $X_1$ ); dabei wird die errechnete Note nach den ersten beiden Stellen hinter dem Komma abgeschnitten,
- b) die Note der Abschlussarbeit (Größe  $X_2$ ) und
- c) die Note des Masterseminar/ Abschlusskolloquiums (Größe  $X_3$ ).

Für die Gewichtungsfaktoren gilt:

$$a = 0,60; b = 0,30; c = 0,10.$$

(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 Gewichtungsfaktoren (Leistungspunkte) der einzelnen Module.



(3) Die Gewichtungsfaktoren der einzelnen Module sind im Folgenden aufgeführt:

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Gewichtungsfaktor <math>a_i</math></b>
Kommunikationsmanagement	5
Medienkonzeption	5
Interkulturelle Wirtschaftskommunikation	5
Marketingmanagement	5
Wirtschaftspsychologie	5
Wirtschaftskommunikation in der Gesellschaft	5
Führung und Kommunikation	5
Wahlpflichtmodul 1	6
Beratungskommunikation	5
Wahlpflichtmodul 2	5
Projektstudium 2	5
AWE-Modul 1	2
AWE-Modul 2	2
<b>Summe</b>	<b>60</b>

#### **§ 14 Abschlussdokumente**

(1) Der oder die Absolvent/in erhalten die Abschlussdokumente gemäß § 28 der RStPO – Ba/Ma in ihrer jeweils gültigen Fassung. Die Verleihung des akademischen Grades Master of Arts wird auf der Masterurkunde bescheinigt.

(2) Die Spezifika des Diploma Supplements des Masterstudienganges Wirtschaftskommunikation werden in der Anlage 4 ausgewiesen.

#### **§ 15 Übergangsregelungen**

(1) Studierende, welche in Studienverzug geraten sind und für die Module nach der vorangegangenen Studienordnung im konsekutiven Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation vom 7. Februar 2007 (AMBl. HTW Berlin Nr. 24/07), **NICHT** mehr angeboten werden, müssen als Äquivalent die in der Äquivalenztabelle in Anlage 5 aufgeführten Module dieser Studien- und Prüfungsordnung absolvieren.

(2) Werden keine äquivalenten Module angeboten, so entscheidet der zuständige Prüfungsausschuss des Masterstudienganges Wirtschaftskommunikation im Rahmen von Einzelfallentscheidungen auf schriftlichen Antrag des Studierenden bis spätestens vor Beginn der Prüfungsanmeldung für den 1. Prüfungszeitraum.

#### **§ 16 Inkrafttreten/Veröffentlichung**

Diese Ordnung tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung im Amtlichen Mitteilungsblatt der HTW Berlin mit Wirkung vom 1. Oktober 2015 in Kraft.

---

 Anlage 1 zur Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation
 

---

## Studienplanübersicht

### 1. Semester

Nr.	Modulbezeichnung	Art	Form	SWS	LP	NSt	NV	EV
M1.1	Perspektiven der Wirtschaftskommunikation	P	SL	4	5	2a	-	-
M1.2	Präsentation und Expression	P	SL/BÜ	2/2	5	2a	-	-
M1.3	Internationales Management und Organisation	P	SL	4	5	2a	-	-
M1.4	Wirtschafts- und Medienrecht	P	SL	4	5	2a	-	-
M1.5	Empirische Markt- und Kommunikationsforschung	P	SL/BÜ	2/3	5	2a	-	-
M1.6	Projektstudium 1	WP	PS	2	5	2a	-	-
<b>Summe Semester</b>				<b>16/7</b>	<b>30</b>			

### 2. Semester

Nr.	Modulbezeichnung	Art	Form	SWS	LP	NSt	NV	EV
M2.1	Kommunikationsmanagement	P	SL	4	5	2b	-	M1.1 M1.5
M2.2	Medienkonzeption	P	SL/BÜ	2/2	5	2a	-	-
M2.3	Interkulturelle Wirtschaftskommunikation	P	SL	4	5	2b	-	M1.1 M1.3
M2.4	Marketingmanagement	P	SL	4	5	2b	-	M1.3
M2.5	Wirtschaftspsychologie	P	SL	4	5	2b	-	M1.1 M1.5
M2.6	Wirtschaftskommunikation in der Gesellschaft	P	SL	4	5	2a	-	-
<b>Summe Semester</b>				<b>22/2</b>	<b>30</b>			

### 3. Semester

Nr.	Modulbezeichnung	Art	Form	SWS	LP	NSt	NV	EV
M3.1	Führung und Kommunikation	P	SL	4	5	2b	-	M1.3 M2.3 M2.5
M3.2	Wahlpflichtmodul 1	WP			6			
M3.2.1	Markenstrategien <b>ODER</b>		PÜ	4		2a	-	-
M3.2.2	Designkonzeption		PÜ	4		2a	-	-
M3.3	Beratungskommunikation	P	SL	3	5	2b	-	M2.1 M2.4

M3.4	Wahlpflichtmodul 2	WP			<b>5</b>			
M3.4.1	Rechnungswesen und Controlling <b>ODER</b>		PÜ	4		2a	-	-
M3.4.2	Investition und Finanzierung		PÜ	4		2a	-	-
M3.5	Projektstudium 2	WP	PS	2	<b>5</b>	2a	-	-
M3.6	AWE-Modul 1	WP	PÜ	2	<b>2</b>	2a	-	-
M3.7	AWE-Modul 2	WP	PÜ	2	<b>2</b>	2a	-	-
	<b>Summe Semester</b>			<b>7/14</b>	<b>30</b>			

#### 4. Semester

Nr.	Modulbezeichnung	Art	Form	SWS	LP	NSt	NV	EV
M4.1	Masterarbeit	P			<b>25</b>	2b	s. § 11	-
M4.2	Masterseminar/ Abschlusskolloquium/	P	PS	1	<b>5</b>	2b	s. § 12	-
	<b>Summe Semester</b>			<b>0/1</b>	<b>30</b>			
	<b>Summe gesamt</b>			<b>45/24</b>	<b>120</b>			

Erläuterungen:

**Form** der Lehrveranstaltung:

BÜ	Begleitübung
PÜ	Praktische Übung
SL	Seminaristischer Lehrvortrag
PS	(Projekt -)Seminar

**Art** des Moduls:

P	Pflichtmodul
WP	Wahlpflichtmodul

**Allgemein:**

EV	Empfohlene Voraussetzung (Module mit empfohlen bestandener Prüfungsleistung)	NV	Notwendige Voraussetzung (Module mit notwendig bestandener Prüfungsleistung)
LP	Leistungspunkte (ECTS)	SWS	Semesterwochenstunden
NSt	Niveaustufe (2a = voraussetzungsfrei/2b = voraussetzungsbehaftet)		

Anmerkungen:

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

**AWE-Module/Fremdsprachen****Variante 1** (gemäß § 8 Abs. 1):

<b>Nr.</b>	<b>Modulbezeichnung</b>	<b>LP</b>	<b>NSt</b>	<b>NV</b>	<b>EV</b>
M3.6	AWE-Modul 1	2	2a	-	-
M3.7	AWE Modul 2	2	2a	-	-

**Variante 2** (gemäß § 8 Abs. 2):

<b>Nr.</b>	<b>Modulbezeichnung</b>	<b>LP</b>	<b>NSt</b>	<b>NV</b>	<b>EV</b>
M3.6	Englisch O1A/W/T oder Englisch O2A/W/T	2	2b	-	*1)
M3.7	AWE Modul	2	2a	-	-

**Variante 3** (gemäß § 8 Abs. 3):

<b>Nr.</b>	<b>Modulbezeichnung</b>	<b>LP</b>	<b>NSt</b>	<b>NV</b>	<b>EV</b>
M3.6 + M3.7	Englisch O1A/W/T oder Englisch O2A/W/T oder Französisch M3Ws oder Russisch M3Ws oder Spanisch M3Ws	2 + 2 oder 4	2b	-	*2)

**Variante 4** (gemäß § 8 Abs. 4):

<b>Nr.</b>	<b>Modulbezeichnung</b>	<b>LP</b>	<b>NSt</b>	<b>NV</b>	<b>EV</b>
M3.6 + M3.7	Deutsch als Fremdsprache O1Ws	2 + 2 oder 4	2b	-	*3)

\*1) Erfolgreicher Abschluss Englisch der Mittelstufe 3

\*2) Englisch: Modul Mittelstufe 3 (B2.2)  
Französisch/Russisch/Spanisch: Modul Mittelstufe 2 (B2.1)

\*3) Modul Mittelstufe 3 oder DSH

---

 Anlage 2 zur Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation
 

---

**Modulübersicht**

	<b>Wirtschaftskommunikation</b>	<b>Business Communication Management</b>	
<b>Nr.</b>	<b>Modulbezeichnung (deutsch)</b>	<b>Modulbezeichnung (englisch)</b>	<b>LP</b>
M1.1	Perspektiven der Wirtschaftskommunikation	Perspectives in Business Communication Management	<b>5</b>
M1.2	Präsentation und Expression	Presentation and Expression	<b>5</b>
M1.3	Internationales Management und Organisation	International Management and Organisation	<b>5</b>
M1.4	Wirtschafts- und Medienrecht	Business and Media Law	<b>5</b>
M1.5	Empirische Markt- und Kommunikationsforschung	Empirical Market and Communication Research	<b>5</b>
M1.6	Projektstudium 1	Project 1	<b>5</b>
M2.1	Kommunikationsmanagement	Communication Management	<b>5</b>
M2.2	Medienkonzeption	Media Concepts	<b>5</b>
M2.3	Interkulturelle Wirtschaftskommunikation	Intercultural Business Communication Management	<b>5</b>
M2.4	Marketingmanagement	Marketing Management	<b>5</b>
M2.5	Wirtschaftspsychologie	Business Psychology	<b>5</b>
M2.6	Wirtschaftskommunikation in der Gesellschaft	Business Communication Management in Society	<b>5</b>
M3.1	Führung und Kommunikation	Leadership and Communication	<b>5</b>
M3.2.1	Markenstrategien	Branding Strategy	<b>6</b>
M3.2.2	Designkonzeption	Design Conceptualisation	<b>6</b>
M3.3	Beratungskommunikation	Consultancy Communication	<b>5</b>
M3.4.1	Rechnungswesen und Controlling	Accounting and Control	<b>5</b>
M3.4.2	Investition und Finanzierung	Investment and Finance	<b>5</b>
M3.5	Projektstudium 2	Project 2	<b>5</b>
M3.6	AWE-Modul 1	Supplementary Module 1	<b>2</b>
M3.7	AWE-Modul 2	Supplementary Module 2	<b>2</b>
M4.1	Masterarbeit	Master's Thesis	<b>25</b>
M4.2	Masterseminar/Abschlusskolloquium	Master's Thesis Seminar/Final Oral Examination	<b>5</b>

---

 Anlage 3 zur Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation
 

---

**Lernergebnisse und Kompetenzen für jedes Modul**

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>M1.1 Perspektiven der Wirtschaftskommunikation</b>
<b>Lernergebnis und Kompetenzen</b>	Das Modul konstruiert Wirtschaftskommunikation als Einheit vielfältiger disziplinärer Traditionen und Sichtweisen. Fächer und Inhalte des Bachelorstudienganges sowie spezifische Fachkenntnisse der Studierenden werden vor diesem Hintergrund reflektiert, erste theoretische Grundlagen und praktische Fertigkeiten für das Masterstudium der Wirtschaftskommunikation erarbeitet. Die Studierenden bauen die Kompetenz auf, Problemstellungen aus den Arbeitsfeldern der Wirtschaftskommunikation mit Hilfe unterschiedlicher, gegebenenfalls konkurrierender wissenschaftlicher Ansätze zu konzeptualisieren und verschiedene Lösungswege zu skizzieren.

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>M1.2 Präsentation und Expression</b>
<b>Lernergebnis und Kompetenzen</b>	Die Studierenden entwickeln ein Verständnis für die Wechselwirkungen zwischen Ziel, Struktur, Inhalt und (visuellen) Hilfsmitteln einer Präsentation und der inneren Haltung, emotionalen Lage und dem Körperausdruck des Präsentierenden sowie ihrem Einfluss auf die Klarheit und Überzeugungskraft in einer Präsentations- oder Vermittlungssituation. Sie erlernen Handlungskompetenzen im Bereich der Entwicklung Gestaltung von fortgeschrittenen Formen der Präsentation und Vermittlung in der Wirtschaftskommunikation unter Auswahl und Einsatz passender Hilfsmittel. Darüber hinaus werden verbale Klarheit und körperliche Präsenz sowie Selbstbewusstsein und Selbstbewusstheit in der Vortragskommunikation verbessert. Soziale Schlüsselkompetenzen wie z.B. Feedback geben und nehmen, Achtsamkeit und emotionale Regulation werden trainiert.

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>M1.3 Internationales Management und Organisation</b>
<b>Lernergebnis und Kompetenzen</b>	Die Studierenden entwickeln ein allgemeines Verständnis für grundlegende Fragen des Internationalen Managements. Sie kennen die Besonderheiten der Disziplin und damit zentrale Rahmenbedingungen des Managements internationaler Unternehmen. Unter anderem verstehen sie Herausforderungen internationaler Organisationen. Die Studierenden beherrschen zudem theoretische Grundlagen des Internationalen Managements. Sie besitzen Wissen über ausgewählte Theorien internationaler Unternehmenstätigkeit und des Internationalisierungsprozesses sowie strategische Ansätze des Internationalen Managements.

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>M1.4 Wirtschafts- und Medienrecht</b>
<b>Lernergebnis und Kompetenzen</b>	<p>Die Studierenden entwickeln ein Grundverständnis für die für die Wirtschaft wesentlichen Rechtsgebiete. Dazu gehören insbesondere Fragen der zivilrechtlichen Probleme, die bei der Gestaltung von Verträgen auftauchen können. Die Studierenden lernen, sie zu erkennen und dadurch zu vermeiden. Sie erwerben die Fähigkeit, Werbe- und sonstige Kommunikationsmaßnahmen vor dem juristischen Hintergrund des Marken-, Urheber- und Wettbewerbsrechts zu planen und durchzuführen. Mit dem zivilrechtlichen Instanzenzug sowie wesentlichen Rechtsschutzmöglichkeiten sind sie vertraut.</p> <p>Sie entwickeln ein Grundverständnis für die Gegenstände des Medienrechts in den Bereichen Presse, Rundfunk (Radio und Fernsehen), Film, Multimedia und Internet. Sie haben einen Überblick zu internationalen, insbesondere europäischen und globalen wirtschafts- und medienrechtlichen Regelungen.</p>

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>M1.5 Empirische Markt- und Kommunikationsforschung</b>
<b>Lernergebnis und Kompetenzen</b>	<p>Anhand methodologischer Literatur werden die wesentlichen Erhebungsmethoden der empirischen Sozialforschung vorgestellt bzw. wiederholt. Jeder Studierende wirkt an der Durchführung einer Erhebung aus den Themengebieten der Wirtschaftskommunikation mit. Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, empirische Forschungen zu organisieren und aus Unternehmenssicht anzuleiten sowie kritisch zu begleiten.</p> <p>Die Studierenden kennen verschiedene Verständnisse von Wissenschaft. Sie verstehen die Perspektive, aus der empirische Markt- und Kommunikationsforschung eingesetzt wird, und können selbst Forschungsprojekte für Fragestellungen aus der Wirtschaftskommunikation entwerfen, durchführen und auswerten. Zusätzlich verstehen die Studierenden die Ergebnisse von empirischer Forschung.</p> <p>Die Studierenden trainieren das Schreiben wissenschaftlicher Texte für die Abschlussarbeit.</p> <p>Vermittelt werden Fachwissen und methodische Kompetenzen. In den Übungen trainieren die Studierenden auch Sozialkompetenzen in Arbeitsgruppen.</p>

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>M2.1 Kommunikationsmanagement</b>
<b>Lernergebnis und Kompetenzen</b>	<p>Die Studierenden kennen die historischen Wurzeln des Berufsfeldes Kommunikationsmanagement und können das Fach in den historischen und gesellschaftlichen Kontext seiner Anwendung einordnen. Sie verfügen über die notwendigen wissenschaftlichen und anwendungsorientierten Perspektiven, um die Führungsrolle von Kommunikation sowohl argumentativ zu vertreten als auch praktisch zu begründen.</p> <p>Das Management von Kommunikationsprozessen ist ihnen sowohl im Hinblick auf Marktkommunikation als auch mit Blick auf die Gestaltung von Gesellschaftskommunikation, politischer Kommunikation und Unternehmens- bzw. Organisationskommunikation bekannt.</p> <p>Sie sind in der Lage, entsprechend der unterschiedlichen Rollenauffassungen und -ausgestaltungen von Kommunikationsmanagern/innen die Gesamtkommunikation einer Organisation strategisch zu planen und zu steuern sowie die Erfolgsfaktoren von Kommunikation in ihrem Potenzial einzuschätzen.</p> <p>Außerdem verfügen sie über soziale und methodische Schlüsselkompetenzen (z.B. Präsentations- und Kommunikationsfähigkeit, Konzeptionsfähigkeit).</p>

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>M2.2 Medienkonzeption</b>
<b>Lernergebnis und Kompetenzen</b>	<p>Die Studierenden haben Kenntnisse in den wesentlichen aktuellen Ansätzen der Medien insbesondere des technischen Medieneinsatzes mittels neuer, interaktiver Medien. Dieses Wissen wird konzeptionell und gestalterisch angewendet. Die Studierenden erlangen so die Fähigkeit, inhaltliche und technische zu analysieren und konzeptionelle Entscheidungen fundiert zu treffen und zu begründen.</p>

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>M2.3 Interkulturelle Wirtschaftskommunikation</b>
<b>Lernergebnis und Kompetenzen</b>	<p>Die Studierenden entwickeln ein Verständnis für den Zusammenhang zwischen Kulturbegriff und Konzepten interkultureller Kommunikation, für die Konstruiertheit von Interkulturalität und für die Wechselwirkungen zwischen menschlicher Kulturalität und Kollektivität in Organisationen. Sie kennen Formen und Ursachen interkultureller und interkollektiver Problemszenarien in der Wirtschaftskommunikation und sind in der Lage, diese in Abhängigkeit vom kulturellen oder kollektiven Kontext zu identifizieren, zu analysieren und Lösungsstrategien zu entwickeln. Sie haben gelernt, interkulturelle und interkollektive Aspekte in der Unternehmensführung und in der Gestaltung von Kommunikationsprodukten analytisch und strategisch zu berücksichtigen. Sie entwickeln persönliche Effektivität und Resilienz in interkollektiver und interkultureller Teamarbeit.</p>



<b>Modulbezeichnung</b>	<b>M2.4 Marketingmanagement</b>
<b>Lernergebnis und Kompetenzen</b>	Studierende setzen sich mit aktuellen Fragestellungen der Marketingforschung auseinander und verknüpfen diese mit den Aufgaben der Wirtschaftskommunikation. Die Studierenden können wissenschaftliche Studien aus international referierten Marketingjournals eigenständig erschließen, kritisch hinterfragen und Studienergebnisse in das Aufgabengebiet der Wirtschaftskommunikation einordnen. Darauf aufbauend sind Studierende in der Lage, eigenständige Fragestellungen zu erarbeiten und praxisorientierte Lösungsansätze zu entwickeln.

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>M2.5 Wirtschaftspsychologie</b>
<b>Lernergebnis und Kompetenzen</b>	<p>Die Studierenden kennen den Gegenstand und die Grundlagen der Wirtschaftspsychologie, insbesondere auch ihre sozial- und kognitionspsychologischen Grundlagentheorien mit Relevanz für die Wirtschaftskommunikation.</p> <p>Sie sind in der Lage, wirtschaftspsychologische Perspektiven für die Analyse und Gestaltung eines ganzheitlichen und problemadäquaten Managements von Kommunikationsprozessen zu nutzen.</p> <p>Zusätzlich verfügen sie über soziale und methodische Schlüsselkompetenzen (z.B. Präsentations- und Kommunikationsfähigkeit, Konzeptionsfähigkeit).</p>

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>M2.6 Wirtschaftskommunikation in der Gesellschaft</b>
<b>Lernergebnis und Kompetenzen</b>	Wirtschaftskommunikation erklärt sich als komplexes gesellschaftliches Phänomen mit Einflüssen aus und Auswirkungen auf alle gesellschaftlichen Teilsysteme sowie auf die Organisations- und Interaktionsverhältnisse. Den für das Management von Wirtschaftskommunikation Verantwortlichen erwächst daraus auch eine besondere gesellschaftliche Verantwortung. Um dieser Verantwortung gerecht werden zu können, werden Gesellschaftsstruktur und unterschiedliche Konzepte verantwortungsvollen Handelns miteinander in Beziehung gebracht und auf konkrete Entscheidungssituationen angewendet.

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>M3.1 Führung und Kommunikation</b>
<b>Lernergebnis und Kompetenzen</b>	Die Studierenden entwickeln ein Verständnis für Kommunikation als Kern der Personalführung sowie den Zusammenhang zwischen unterschiedlichen Führungstheorien und Führungsverhalten. Sie können die Eignung unterschiedlicher Führungstheorien und Führungsinstrumente in Abhängigkeit situativer Rahmenbedingungen beurteilen und Führungskonzepte kritisch einschätzen. Sie lernen ihre persönlichen Präferenzen und Fähigkeiten im Bereich der Führungskommunikation (Self Awareness) kennen und entwickeln Selbstreflexionsfähigkeit im Bezug auf eigenes Führungsverhalten. Sie sind in der Lage problematische Führungssituationen ausgewogen zu analysieren und geeignete Lösungsstrategien zu entwickeln. Sie können hierbei auf ein breites Repertoire an möglichen Analyse- und Handlungsoptionen zurückgreifen.

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>M3.3 Beratungskommunikation</b>
<b>Lernergebnis und Kompetenzen</b>	Die Studierenden kennen das Berufsfeld der Beratung mit seinen Herausforderungen, Akteuren und Problemlösungsstrategien. Sie wissen um die Beziehungen zwischen Beratern und ihren Klienten. Sie können typische Case Studies selbständig lösen sowie präsentieren und kommunizieren. Darüber hinaus trainieren sie im Team die für die Beratung notwendigen Sozialkompetenzen.

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>M4.1 Masterarbeit</b>
<b>Lernergebnis und Kompetenzen</b>	Die Anfertigung der Abschlussarbeit zeigt, in welchem Umfang Studierende in der Lage sind, typische Fragestellungen des Faches Wirtschaftskommunikation wissenschaftlich tiefgründig zu bearbeiten. Die Studierenden stellen dabei das während ihres Studiums erworbene Fach- und Methodenwissen an einer konkreten Themenstellung unter Beweis.

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>M4.2 Masterseminar/Abschlusskolloquium</b>
<b>Lernergebnis und Kompetenzen</b>	Das Masterseminar dient der Vorbereitung und methodischen Anleitung zur Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeit. Es dient ebenfalls dem Erfahrungsaustausch und endet mit dem Abschlusskolloquium zur Masterarbeit.

### Wahlpflichtmodule

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>M3.2.1 Markenstrategien</b>
<b>Lernergebnis und Kompetenzen</b>	Die Studierenden haben Kenntnisse in den 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.

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>M3.2.2 Designkonzeption</b>
<b>Lernergebnis und Kompetenzen</b>	Die Studierenden haben Kenntnisse in 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.  In der Übung erhalten die Studierenden soziale und methodische Schlüsselkompetenzen; diese werden vermittelt und trainiert (z.B. Analyse, Präsentation, Gruppenarbeit, Kritikgespräch).

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>M3.4.1 Rechnungswesen und Controlling</b>
<b>Lernergebnis und Kompetenzen</b>	Die Studierenden entwickeln ein allgemeines Grundverständnis für Fragen des externen und internen Rechnungswesens sowie des Controllings. Sie verstehen die Besonderheiten des Rechnungswesens und damit zentrale Rahmenbedingungen des Managements. Insbesondere verstehen sie Bedingungen und Herausforderungen kennzahlenorientierter Führung und Kommunikation. Die Studierenden beherrschen zudem die Grundlagen von Rechnungswesen und Controlling. Sie besitzen Wissen über das Rechnungswesen als monetäre Information über materielle oder immaterielle Güterbewegungen im betrieblichen Leistungsprozess für interne und externe Bedürfnisse sowie über Controlling als Subsystem der Führung für Planung, Kontrolle und Informationsversorgung.

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>M3.4.2 Investition und Finanzierung</b>
<b>Lernergebnis und Kompetenzen</b>	Die Studierenden entwickeln ein Grundverständnis für Fragen von Investition und Finanzierung als Mittelverwendung und Mittelherkunft und den engen Zusammenhang mit Rechnungswesen und Controlling. Sie verstehen mit der Denkweise in monetären Größen zentrale Rahmenbedingungen des Managements. Insbesondere kennen sie Grundlagen der Finanzwirtschaft und Formen von Investition und Finanzierung und beherrschen wichtige Methoden der Investitionsrechnung, zentrale Kennzahlen sowie Methoden von Finanzplanung, Budgetierung und Kontrolle.

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>M1.6 Projektstudium 1</b>
<b>Lernergebnis und Kompetenzen</b>	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.

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>M3.5 Projektstudium 2</b>
<b>Lernergebnis und Kompetenzen</b>	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.

**AWE/Fremdsprachen****Variante 1:**

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>M3.6 + M3.7 AWE-Modul 1 und 2</b>
<b>Lernergebnis und Kompetenzen</b>	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- erwerben überfachliche bzw. fachübergreifende, insbesondere soziale und kommunikative Kompetenzen („soft skills“) und/oder</li> <li>- gewinnen vertieften Einblick in geistes-, kommunikations-, gesellschafts- und kulturwissenschaftliche Denk- und Herangehensweisen und/oder</li> <li>- sind nach Abschluss der Lehrveranstaltung in der Lage, andere Kulturen besser zu verstehen und in anderen kulturellen Kontexten zu agieren und/oder</li> <li>- gewinnen vertiefte Einblicke in die Potenziale und Probleme interdisziplinärer wissenschaftlicher Kooperation.</li> </ul>

**Variante 2:**

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>M3.6 Advanced English O1A/W/T oder O2A/W/T</b>
<b>Lernergebnis und Kompetenzen</b>	<p><u>Englisch: Oberstufe 1 oder 2/Allgemeinsprache, Wirtschaft oder Technik (C1 oder C2)</u></p> <p>Das Modul ist aus dem Modulangebot der ZE Fremdsprachen frei wählbar und dient unter Berücksichtigung aller Sprachfertigkeiten (Hören, Sprechen, Lesen, Schreiben) der Vervollkommnung bereits erworbener allgemein- und/oder fachsprachlicher Kenntnisse mit folgender Zielsetzung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Verständnis verschiedenartiger umfangreicher Texte und Identifikation impliziter Bedeutung,</li> <li>- flüssige und spontane Ausdrucksweise ohne größeres Suchen nach adäquaten Wendungen,</li> <li>- flexibler und effektiver Sprachgebrauch im sozialen, akademischen und beruflichen Kontext und</li> <li>- klare, gut strukturierte und detaillierte Textproduktion zu anspruchsvollen Themen unter Verwendung usueller Informationsstrukturen.</li> </ul>

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>M3.7 AWE-Modul 2</b>
<b>Lernergebnis und Kompetenzen</b>	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- erwerben überfachliche bzw. fachübergreifende, insbesondere soziale und kommunikative Kompetenzen („soft skills“) und/oder</li><li>- gewinnen vertieften Einblick in geistes-, kommunikations-, gesellschafts- und kulturwissenschaftliche Denk- und Herangehensweisen und/oder</li><li>- sind nach Abschluss der Lehrveranstaltung in der Lage, andere Kulturen besser zu verstehen und in anderen kulturellen Kontexten zu agieren und/oder</li><li>- gewinnen vertiefte Einblicke in die Potenziale und Probleme interdisziplinärer wissenschaftlicher Kooperation.</li></ul>

**Variante 3:**

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>M3.6 + M3.7 Advanced English O1A/W/T oder O2A/W/T oder Le français des affaires M3Ws oder Russisch für die Wirtschaft M3Ws oder Español para los negocios M3Ws</b>
<b>Lernergebnis und Kompetenzen</b>	<p><u>Englisch: Oberstufe 1 oder 2/Allgemeinsprache, Wirtschaft oder Technik (C1 oder C2)</u></p> <p>Die Module/Das Modul dienen/dient unter Berücksichtigung aller Sprachfertigkeiten (Hören, Sprechen, Lesen, Schreiben) der Vervollkommnung bereits erworbener allgemein- und/oder fachsprachlicher Kenntnisse mit folgender Zielsetzung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Verständnis verschiedenartiger umfangreicher Texte und Identifikation impliziter Bedeutung,</li> <li>- flüssige und spontane Ausdrucksweise ohne größeres Suchen nach adäquaten Wendungen,</li> <li>- flexibler und effektiver Sprachgebrauch im sozialen, akademischen und beruflichen Kontext und</li> <li>- klare, gut strukturierte und detaillierte Textproduktion zu anspruchsvollen Themen unter Verwendung usueller Informationsstrukturen.</li> </ul> <p><u>Französisch/Russisch/Spanisch: Mittelstufe 3/Wirtschaft (B2.2)</u></p> <p>Das Modul dient unter Berücksichtigung aller Sprachfertigkeiten (Hören, Sprechen, Lesen, Schreiben) der Erlangung hoher fachsprachlicher Kompetenz mit folgender Zielstellung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- hohes Textverständnis sowohl bei Texten mit konkretem als auch abstraktem Inhalt,</li> <li>- Präsentation und Diskussion von fachsprachlich relevanten Themen,</li> <li>- flüssige Gesprächsführung, auch zu spontan gewählten Themen,</li> <li>- detaillierte und klar strukturierte Textproduktion zu fachlichen Themen und</li> </ul> <p>Darlegung des eigenen Standpunkts zu einem fachlichen Hauptthema unter Benennung der Vor- und Nachteile unterschiedlicher Ansätze.</p>

**Variante 4** (nur für Studierende nach § 8 Abs. 4):

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>M3.6 + M3.7 Deutsch als Fremdsprache/Wirtschaft O1Ws</b>
<b>Lernergebnis und Kompetenzen</b>	<p><u>Deutsch als Fremdsprache: Oberstufe 1/Wirtschaft (C1)</u></p> <p>Das Modul dient unter Berücksichtigung aller Sprachfertigkeiten (Hören, Sprechen, Lesen, Schreiben) der Vervollkommnung fachsprachlicher Kenntnisse mit folgender Zielsetzung:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Verständnis verschiedenartiger umfangreicher Texte und Identifikation impliziter Bedeutung,</li><li>- flüssige und spontane Ausdrucksweise ohne größeres Suchen nach adäquaten Wendungen,</li><li>- flexibler und effektiver Sprachgebrauch im sozialen, akademischen und beruflichen Kontext und</li><li>- klare, gut strukturierte und detaillierte Textproduktion zu anspruchsvollen Themen unter Verwendung usueller Informationsstrukturen.</li></ul>

---

**Anlage 4 zur Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation**

---

**Spezifika des Diploma Supplements**

Nachfolgend werden die Spezifika des Masterstudienganges Wirtschaftskommunikation ausgewiesen.

HTW Berlin

Diploma Supplement

- Master Wirtschaftskommunikation -

**2 Qualifikation**

2.1 Bezeichnung der Qualifikation ausgeschrieben  
Master of Arts

Qualifikation abgekürzt  
M.A.

Bezeichnung des Titels (ausgeschrieben und abgekürzt)  
n.a.

2.2 Hauptstudienfach oder -fächer für die Qualifikation  
Wirtschaftskommunikation

2.3 Name der Einrichtung, die die Qualifikation verliehen hat  
Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin

Fachbereich  
Fachbereich 4, Informatik, Kommunikation und Wirtschaft

Status / Typ  
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 mit stärker anwendungsorientiertem Profil 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: 3.600 Stunden

Leistungspunkte (LP) nach ECTS: 120

davon Masterarbeit 25 LP



## 3.3 Zugangsvoraussetzung(en)

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

#### **4 Inhalte und erzielte Ergebnisse**

## 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 Abschlusssemester wird selbständig eine Masterarbeit erstellt und eine mündliche Prüfung abgelegt.

## Studienzusammensetzung:

- obligatorisches Kernstudium: 65 LP
- optionale Wahl- und Vertiefungsmodule: 25 LP
- Masterarbeit inkl. Kolloquium: 30 LP

## 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

## Zusammensetzung des Gesamtprädikats:

60 % Modulnoten  
 30 % Masterarbeit  
 10 % mündliche Abschlussprüfung (Kolloquium)

## 4.5 Gesamtnote

- Abschlussprädikat (ungerundete Abschlussnote) -

#### **5 Status der Qualifikation**

## 5.1 Zugang zu weiterführenden Studien

Der Abschluss berechtigt zur Aufnahme eines Promotionsstudiums; die jeweilige Promotionsordnung kann zusätzliche Voraussetzungen festlegen.  
 (s. Abschnitt 8)

#### 5.2 Beruflicher Status

Der Masterabschluss eröffnet den Zugang zum höheren Dienst in Deutschland.

### **6 Weitere Angaben**

#### 6.1 Weitere Angaben

Die HTW Berlin hat am 5.5.2014 durch AQAS die Systemakkreditierung erhalten. Damit sind alle Studiengänge der HTW Berlin, die Gegenstand der internen Qualitätssicherung nach den Vorgaben des akkreditierten Systems waren und sind, akkreditiert. Darunter fällt auch der hier vorliegende Studiengang (siehe: [www.akkreditierungsrat.de](http://www.akkreditierungsrat.de)).

#### 6.2 Informationsquellen für ergänzende Angaben

HTW Berlin: <http://www.HTW-Berlin.de>

Studiengang: <http://wiko-master.htw-berlin.de/>

---

 Anlage 5 zur Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation
 

---

**Äquivalenztabelle**

<b>Nr.</b>	<b>Modulbezeichnung gemäß Studienordnung vom 7. Februar 2007 (AMBI. HTW Berlin Nr. 24/07)</b>	<b>LP</b>	<b>Nr.</b>	<b>Modulbezeichnung gemäß dieser Studienordnung</b>	<b>LP</b>
M1	Grundlagen für das Masterstudium Wirtschaftskommunikation	5	M1.1	Perspektiven der Wirtschaftskommunikation	5
M2	Didaktik, Rhetorik, Präsentation und Visualisierung	5	M1.2	Präsentation und Expression	5
M3	Wirtschaftspsychologie	5	M2.5	Wirtschaftspsychologie	5
M4	Investor Relations	5		Einzelfallentscheidung durch den Prüfungsausschuss	
M5	Markenkonzeption	5	M3.2.1	Markenstrategien	6
M6	Projektstudium 1	5	M1.6 oder M3.5	Projektstudium 1 oder 2*)	5
M7	Methoden empirischer Forschung	5	M1.5	Empirische Markt- und Kommunikationsforschung	5
M8	Designkonzeption	5	M3.2.2	Designkonzeption	6
M9	Interkulturelle Wirtschaftskommunikation	5	M2.3	Interkulturelle Wirtschaftskommunikation	5
M10	Medien- und Multimediamanagement	5	M2.2	Medienkonzeption	5
M11	Schnittstellen-, Komplexitäts- und Risikomanagement	5		Einzelfallentscheidung durch den Prüfungsausschuss	
M12	Projektstudium 2	5	M1.6 oder M3.5	Projektstudium 1 oder 2*)	5
M13	Unternehmenssoziologie	5	M2.6	Wirtschaftskommunikation in der Gesellschaft	5
M14	Führung und Kommunikation	5	M3.1	Führung und Kommunikation	5
M15	Kolloquium zur Wirtschaftskommunikation	5		Einzelfallentscheidung durch den Prüfungsausschuss	
M16	Internationales Marketing	5	M1.3	Internationales Management und Organisation	5
M17	Projektstudium 3	6	M1.6 oder M3.5	Projektstudium 1 oder 2*)	5
M18	AWE	2	M3.6	AWE	2
M19	AWE	2	M3.7	AWE	2
M20	Masterarbeit	25	M4.1	Masterarbeit	25

M21	Masterseminar/Kolloquium	5	M4.2	Masterseminar/ Abschlusskolloquium	5
-----	--------------------------	---	------	---------------------------------------	---

\*) Die Module Projektstudium 1 und 2 können je nur einmal als äquivalentes Modul anerkannt werden.