

Hochschule Anhalt (FH)

STUDIENORDNUNG

für den Masterstudiengang

INTERNATIONAL TRADE

mit dem Abschluss

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION (MBA)

**Beschluss des FBR des Fachbereiches
Wirtschaft
der Hochschule Anhalt (FH) vom 25.04.2007**

Inhaltsverzeichnis

§ 1	Geltungsbereich, Rechtsgrundlagen
§ 2	Zulassungsvoraussetzungen und Studienbeginn
§ 3	Studienberatung
§ 4	Studienziele
§ 5	Modularisierung und Vergabe von Anrechnungspunkten (Credits)
§ 6	Studiendauer und Aufbau des Studiums
§ 7	Studienplan und Studieninhalte
§ 8	Vermittlungsformen
§ 9	Prüfungen
§ 10	Zeugnis, Gesamtnote, Masterurkunde und Diploma Supplement
§ 11	Anrechnung von Studien- und Prüfungsleistungen
§ 12	Übergangsregelungen
§ 13	In-Kraft-Treten

Anlage

Studienplan der Lehrveranstaltungen in den Semestern

§ 1

Geltungsbereich, Rechtsgrundlagen

(1) Diese Studienordnung gilt für den anwendungsorientierten, weiterbildenden Masterstudiengang International Trade mit dem Abschluss

Master of Business Administration (MBA)

an der Hochschule Anhalt (FH), Fachbereich Wirtschaft.

(2) Die Rechtsgrundlagen sind:

1. Das Hochschulgesetz des Landes Sachsen-Anhalt in der jeweils gültigen Fassung.
2. Die Prüfungsordnung des weiterbildenden anwendungsorientierten Masterstudienganges International Trade mit dem Abschluss MBA der Hochschule Anhalt (FH) zur Erlangung des akademischen Grades eines MBA vom 25.04.2007.

§ 2

Zulassungsvoraussetzungen und Studienbeginn

(1) Die Qualifikation für das Studium ist entsprechend des Hochschulgesetzes des Landes Sachsen-Anhalt nachzuweisen. Zulassungsvoraussetzung ist ein qualifiziert abgeschlossenes Hochschul- bzw. Universitätsstudium (Abschluss Diplom, Bachelor, Master, Promotion oder vergleichbares).

(2) Bewerberinnen und Bewerber, die ihr Hochschulstudium nicht an einer deutschsprachigen Einrichtung abgeschlossen haben, müssen zudem ein analoges Niveau der Kenntnis der deutschen Sprache, wie TestDaF-Niveau 4 (TDN4) oder vergleichbare Abschlüsse nachweisen.

(3) Des Weiteren ist ein Nachweis der Kenntnis der englischen Sprache notwendig (TOEFL, IELTS oder vergleichbare Abschlüsse). Eine ersatzweise Nachweisführung kann durch adäquate Sprachabschlüsse verbunden mit einer Feststellungsprüfung durch die Hochschule Anhalt (FH) erfolgen.

(4) Von Bewerberinnen und Bewerbern ohne ein abgeschlossenes wirtschaftswissenschaftlich orientiertes Studium wird der Nachweis des GMAT verlangt. Im Übrigen kommt die Satzung zur Durchführung des Feststellungsverfahrens für Masterstudiengänge mit besonderen Eignungsvoraussetzungen zur Anwendung.

(5) Es wird der Nachweis einschlägiger Berufserfahrungen über mindestens 1 Jahr nach Beendigung des Erststudiums verlangt.

(6) Studienbeginn ist der erste Tag des Wintersemesters.

§ 3

Studienberatung

(1) Die allgemeine Studienberatung der Hochschule Anhalt (FH) informiert Studieninteressierte über Studiemöglichkeiten, Studienabschlüsse, Zulassungsvoraussetzungen, Zulassungsbeschränkungen, Studienbedingungen sowie über Inhalte, Aufbau und Anforderungen eines Studiums. Sie berät unter Berücksichtigung individueller Studienneigung.

(2) Die Studienfachberatung erfolgt durch den Fachbereich und unterstützt die Studierenden durch studienbegleitende, fachspezifische Beratung, insbesondere über Gestaltungsmöglichkeiten im Studienablauf und unterstützt bei persönlich bedingten Störungen im Studienverlauf. Die Studienfachberaterin oder der Studienfachberater orientieren sich bis zum Ende des ersten Studienjahres über den bisherigen Studienverlauf, informieren die Studierenden und führen ggf. eine Studienberatung durch.

(3) Für den Studiengang wird vom Fachbereich eine Professorin bzw. ein Professor mit der Studienfachberatung beauftragt.

§ 4 Studienziele

(1) Das Ausbildungsangebot zielt auf eine generalistische und international ausgerichtete wirtschaftswissenschaftliche Ausbildung bei ausgeprägtem Praxisbezug mit der Spezialisierung in International Trade. Neben der Vermittlung von anwendungsorientiertem Fachwissen hat die Förderung der sozialen Kompetenzen sowie Teamorientierung und Kommunikationsfähigkeit einen hohen Stellenwert. Die Absolventen/-innen erwerben international orientierte Management- und Führungskompetenzen im Kontext des Internationalen Handels.

(2) Wichtige Einsatz- und Tätigkeitsfelder sind Führungstätigkeiten mit internationaler Ausrichtung, vor allem im englischsprachigen Raum sowie in Osteuropa, insbesondere in

- Internationalen Handelsunternehmen,
- Import-/Exportbereichen von Produktions- und Verarbeitungsunternehmen,
- International agierenden Logistik- und Dienstleistungsunternehmen und
- im Consulting.

§ 5 Modularisierung und Vergabe von Anrechnungspunkten (Credits)

(1) Das Studium ist modular aufgebaut. Ein Modul ist ein inhaltlich zusammenhängender Lehr- und Lernabschnitt, der durch zu erbringende Prüfungsleistungen oder sonstige überprüfbare Studienleistungen abgeschlossen werden muss. Die einzelnen Module sind in der Anlage beschrieben.

(2) Für den erfolgreichen Abschluss eines Moduls werden Anrechnungspunkte vergeben. Die Anzahl der Anrechnungspunkte richtet sich nach dem durchschnittlichen Arbeitsaufwand, der durch die Studierenden für das jeweilige Modul zu erbringen ist. Zum Arbeitsaufwand zählen sowohl die Teilnahme an Lehrveranstaltungen (Präsenzstudium) als auch Fernbetreuung durch das Internet (E-Learning), als auch Vor- und Nachbereitungszeiten von Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitungen, Erbringungen von Studien- und Prüfungsleistungen einschließlich des Selbststudiums. Credits sind ohne Dezimalstelle zu vergeben, pro Modul 5 +/- 1 oder ein Vielfaches davon.

(3) Ein Anrechnungspunkt entspricht einem Credit nach dem European Credit Transfer System (ECTS). Für den Erwerb eines Credits wird ein Arbeitsaufwand von etwa 30 Zeitstunden zugrunde gelegt. Pro Semester sind ca. 30 Credits zu erwerben (maximale Abweichung +/- 2 Credits), das entspricht einer Arbeitsbelastung von 900 Zeitstunden. Für die Masterarbeit und das Kolloquium werden 20 Credits vergeben.

§ 6 Studiendauer und Aufbau des Studiums

(1) Die Regelstudienzeit beträgt einschließlich Prüfungszeit drei Semester. Für den Master-Abschluss sind mindestens 90 Credits nachzuweisen.

(2) Das Studium enthält ein berufsqualifizierendes Studienangebot in Form von modular aufgebauten Lehrveranstaltungen und einer Masterarbeit, die innerhalb von 18 Wochen anzufertigen und in einem Kolloquium zu verteidigen ist.

§ 7 Studienplan und Studieninhalte

(1) Für das Studium gilt der Studienplan in der Anlage. Er ist auf das Studienziel ausgerichtet und Bestandteil dieser Studienordnung. Er enthält eine Empfehlung für den zeitlichen Ablauf des Studiums und gibt die Anzahl der Semesterwochenstunden pro Modul und die zu erwerbenden Credits an.

(2) Für besonders befähigte Studierende ist die Vereinbarung von Sonderstudienplänen zulässig.

(3) Im Studienplan vorgeschrieben sind Pflichtmodule und Wahlpflichtmodule. Pflichtmodule sind Module, die für alle Studierenden verbindlich sind. Wahlpflichtmodule sind Module, die einzeln oder in Gruppen alternativ angeboten werden. Jede Studierende bzw. jeder Studierende muss unter ihnen nach Maßgabe des Studienplanes und auf Empfehlung der Studienfachberatung eine bestimmte Auswahl treffen. Die gewählten Module werden wie Pflichtmodule behandelt. Das Angebot an Wahlpflichtmodule kann auf Beschluss des Fachbereichsrates jeweils vor Semesterbeginn präzisiert werden.

(4) Es können in den ersten zwei Semestern Wahlpflichtmodule mit wirtschaftswissenschaftlichen Schwerpunkten von anderen Masterstudiengängen belegt werden. Die Anerkennung erfolgt nach Empfehlung der Studienfachberatung durch den Prüfungsausschuss. Durch diese Wahlpflichtmodule können maximal 10 Credits erworben und angerechnet werden.

(5) Über die Pflicht- und Wahlpflichtmodule hinaus können die Studierenden Zusatzmodule belegen. Zusatzmodule sind Module, die für die Erreichung des Studienziels nicht verbindlich vorgeschrieben sind. Sie können von den Studierenden aus dem gesamten Studienangebot der Hochschule gewählt werden.

§ 8 Vermittlungsformen

(1) Die Vermittlung von Lehrinhalten erfolgt anwendungsorientiert in englischer oder deutscher Sprache. Die Studieninhalte werden durch Vorlesungen, Seminare, Übungen, Projekte und Exkursionen vermittelt.

(2) Die Vermittlung von Lehrinhalten erfolgt in Vorlesungen durch ausgewählte inhaltliche und theoretische Fakten, Problemstellungen und Methoden zum jeweiligen Lehrgebiet.

(3) Die Vermittlung von Lehrinhalten im Seminar erfolgt durch Dialog- und Diskussionsphasen zwischen Lehrenden und Studierenden. Dieser Dialog kann auch über das Internet als Ferndialog geführt werden.

(4) In Übungen wird der Lehrstoff in systematischer Weise durchgearbeitet. Lehrende leiten die Veranstaltungen, stellen Aufgaben und bieten Lösungshilfen an. Die Studierenden arbeiten einzeln oder in Gruppen. Sie können von den Lehrenden über das Internet betreut werden.

(5) In Projekten tragen Studierende unter Betreuung von Prüfungsberechtigten sowie zusätzlich durch selbst organisiertes Arbeiten auf dem Weg der Kleingruppenarbeit zur Verarbeitung, Analyse und Lösung von Problemen aus der unmittelbaren Berufspraxis bei. Die Ergebnisse werden in einem Projektbericht dargestellt und verteidigt.

(6) Exkursionen sind Bestandteil des Studiums. Sie dienen dazu, die Lehrinhalte und den Kontakt zur beruflichen Praxis während des Studiums zu vertiefen sowie

aktuelle Probleme von Unternehmen einer bestimmten Region kennen zu lernen und zu beurteilen.

§ 9 Prüfungen

(1) Die Masterprüfung besteht aus den Pflichtmodul- und Wahlpflichtmodulprüfungen, Projekten mit Verteidigung, der Masterarbeit und dem Kolloquium zur Masterarbeit. Prüfungsvoraussetzungen sind die Prüfungsvorleistungen nach der Prüfungsordnung des Studiengangs.

(2) Die Masterprüfung wird durch die Prüfungsordnung zur Erlangung des akademischen Grades „Master of Business Administration“ (MBA) geregelt.

§ 10 Zeugnis, Gesamtnote, Masterurkunde und Diploma Supplement

(1) Hat die Studentin bzw. der Student alle Teile der Prüfungen bestanden, wird die Gesamtnote der Masterprüfung gemäß der Prüfungsordnung ermittelt.

(2) Es werden gemäß der Prüfungsordnung ein Zeugnis, eine Masterurkunde und ein Diploma Supplement ausgestellt.

§ 11 Anrechnung von Studien- und Prüfungsleistungen

Über die Anrechnung von Studien- und Prüfungsleistungen sowie Credits entscheidet der Prüfungsausschuss gemäß der Prüfungsordnung des Studienganges auf Antrag.

§ 12 Übergangsregelungen

Diese Studienordnung ist für alle Studierenden, die ab dem 01.10.2007 in den Studiengang MBA International Trade immatrikuliert wurden, gültig. Studierende, die vor dem 01.10.2007 in den Studiengang MBA International Trade immatrikuliert waren, können durch schriftliche Erklärung an den Prüfungsausschuss beantragen, nach dieser Studienordnung zu studieren.

§ 13 In-Kraft-Treten

(1) Diese Studienordnung tritt gleichzeitig mit der Prüfungsordnung des Masterstudienganges International Trade mit dem Abschluss MBA vom 25.04.2007 in Kraft.

(2) Ausgefertigt auf Grund des Beschlusses des Fachbereichsrates des Fachbereiches Wirtschaft vom 25.04.2007 und des Senates der Hochschule Anhalt (FH) vom 27.06.2007 und der Genehmigung durch den Präsidenten der Hochschule Anhalt (FH) vom 24.06.2008.

(3) Veröffentlicht in „Amtliches Mitteilungsblatt der Hochschule Anhalt(FH)“ Nr. 28/2008 am 07.07.2008.

Köthen, den 24.06.2008

Prof. Dr. Dr. h.c. Dieter Orzessek
Präsident der Hochschule Anhalt (FH)

Anlage : Studienplan der Lehrveranstaltungen in den Semestern

(Ausweis der Module im Pflicht- und Wahlpflichtbereich nach Zuordnung zum Regelstudiensemester, Umfang an Semesterwochenstunden/Lehrstunden und Lehrveranstaltungsart sowie Creditierung.)

Masterstudiengang International Trade	SWS	1. Semester				2. Semester				3. Semester*				Lehrstd. (45min)
		V	S	P	Cr	V	S	P	Cr	V	S	P	Cr	
Pflichtmodule														
P 1.1 International Economic Theory and Policy	4		4		5									60
P 1.2 Economic Statistics and Empirical Methods	4		4		5									60
P 1.3 International Accounting and Financial Analysis	4		4		5									60
P 1.4 International Business Law	4		4		5									60
P 1.5 Supported Corporate Project I	4		4		5									60
P 2.1 International Marketing Management	4					4		5						60
P 2.2 International Management	4					4		5						60
P 2.3 Supported Corporate Project II	6					6		10						90
P 3.1 Management Skills	4									4		5		60
P 3.2 International Strategic Management	4									4		5		60
Summe	42		20		25		14		20		8		10	630
Wahlpflichtmodule														
Im ersten Semester ein Modul, im zweiten Semester zwei Module														
W 1.1 International Human Resource Management	4		4		5									60
W 1.2 International Distribution Management and Market Research														
W 1.3 Business Communication														
W 2.1 Entrepreneurial Management	4					4		5						60
W 2.2 Management Game						4		5						
W 2.3 Leadership & Organisational Behaviour														
Summe	12		4		5		8		10					180
Masterarbeit/Kolloquium													20	
Summe ges.	54		24		30		22		30		8		30	810

* 3 Wochen Präsenzveranstaltungen bzw. E-Learning; 18 Wochen Masterarbeit/Kolloquium