

Fachspezifische Studien- und Prüfungsordnung für den weiterbildenden Masterstudiengang Intercultural Communication and Management an der Universität Potsdam

Vom 20. November 2024

Der Fakultätsrat der Philosophischen Fakultät der Universität Potsdam hat auf der Grundlage der §§ 20 Abs. 1, 23 Abs. 1-3 i.V.m. § 81 Abs. 2 Nr. 1 des Brandenburgischen Hochschulgesetzes (BbgHG) vom 9. April 2024 (GVBl.I/24, [Nr. 12]), geändert durch Artikel 2 des Gesetzes vom 21. Juni 2024 (GVBl.I/24, [Nr. 30], S.32), in Verbindung mit Verordnung über die Gestaltung von Prüfungsordnungen zur Gewährleistung der Gleichwertigkeit von Studium, Prüfungen und Abschlüssen (Hochschulprüfungsverordnung - HSPV) vom 4. März 2015 (GVBl.II/15, [Nr. 12]), zuletzt geändert durch Artikel 3 des Gesetzes vom 9. April 2024 (GVBl.I/24, [Nr. 12], S.80) und der Verordnung zur Regelung der Studienakkreditierung (Studienakkreditierungsverordnung - StudAkkV) vom 28. Oktober 2019 (GVBl.II/19, [Nr. 90]) und mit Art. 21 Abs. 2 Nr. 1 der Grundordnung der Universität Potsdam (GrundO) vom 17. Dezember 2009 (AmBek. UP Nr. 4/2010 S. 60) in der Fassung der Siebten Satzung zur Änderung der Grundordnung der Universität Potsdam (GrundO) vom 14. Dezember 2022 (AmBek. UP Nr. 8/2023 S. 318) und § 1 Abs. 2 der Neufassung der allgemeinen Studien- und Prüfungsordnung für die nicht lehramtsbezogenen Bachelor- und Masterstudiengänge an der Universität Potsdam vom 30. Januar 2013 (BAMA-O) (AmBek. UP Nr. 3/2013 S. 35), zuletzt geändert am 13. Dezember 2023 (AmBek. UP Nr. 17/2024 S. 712), am 20. November 2024 folgende Studien- und Prüfungsordnung als Satzung beschlossen:¹

Inhalt

- § 1 Geltungsbereich
- § 2 Aufgaben des Prüfungsausschusses und der UP Transfer GmbH
- § 3 Abschlussgrad
- § 4 Ziele des Masterstudiums
- § 5 Art des Studiums und Dauer
- § 6 Teilzeitstudium
- § 7 Module und Studienverlauf
- § 8 Masterarbeit
- § 9 Inkrafttreten und Übergangsbestimmungen

Anlage 1: Modulbeschreibungen

Anlage 2: Exemplarische Studienverlaufspläne

§ 1 Geltungsbereich

(1) Diese Ordnung gilt für den anwendungsorientierten und weiterbildenden Studiengang Intercultural Communication and Management an der Universität Potsdam. Sie ergänzt als fachspezifische Ordnung die Neufassung der allgemeinen Studien- und Prüfungsordnung für die nicht-lehramtsbezogenen Bachelor- und Masterstudiengänge an der Universität Potsdam (BAMA-O).

(2) Soweit diese Satzung keine Regelungen enthält, gilt die BAMA-O. Bei Widersprüchen zwischen dieser Ordnung und der BAMA-O gehen die Bestimmungen der BAMA-O den Bestimmungen dieser Ordnung vor.

§ 2 Aufgaben des Prüfungsausschusses und der UP Transfer GmbH

(1) Die Organisation und Durchführung des Studienganges erfolgt unter akademischer Verantwortung der Universität Potsdam unterstützt durch die UP Transfer GmbH an der Universität Potsdam. Die UP Transfer GmbH gewährleistet gemäß den inhaltlichen und organisatorischen Vorgaben der Universität Potsdam die ordnungsgemäße Durchführung des Lehrbetriebs einschließlich aller internetbasierten Betreuungsleistungen und der Anfertigung und Bereitstellung von Lehrmaterialien.

(2) Der für diesen Studiengang eingesetzte Prüfungsausschuss übernimmt die in der BAMA-O der Universität Potsdam beschriebenen Aufgaben des Studienbüros und wird dabei durch die UP Transfer GmbH unterstützt.

§ 3 Abschlussgrad

Nach Erwerb der erforderlichen Leistungspunkte und nach Vorlage der Graduierungs-voraussetzungen verleiht die Universität Potsdam durch die Philosophische Fakultät den Grad eines „Master of Arts“ („M.A.“).

§ 4 Ziele des Masterstudiums

(1) Der weiterbildende Masterstudiengang Intercultural Communication and Management soll die Studierenden auf der Basis bereits vorhandener wissenschaftlicher Qualifikationen und beruflicher Erfahrungen befähigen, Management- und Führungsaufgaben in kommunikationsrelevanten Bereichen von Unternehmen verschiedener Größe zu übernehmen. Im Rahmen des berufs begleitenden Masterstudiums

¹ Genehmigt durch den Präsidenten der Universität Potsdam am 17. Dezember 2024.

erwerben die Studierenden sowohl sprach- und kulturwissenschaftliche, als auch betriebswirtschaftliche Basiskenntnisse und Ansätze sowie spezifische Managementkompetenzen. Es wird ein großer Wert auf eine enge Verbindung von Wissenschaft und Praxis gelegt. Kenntnisse wie Fach- und Methodenkompetenzen werden daher anwendungsorientiert vermittelt.

(2) Im Studiengang Intercultural Communication and Management erwerben die Studierenden die Fach- und Methodenkompetenzen, die sie dazu befähigen sollen

- Schwachstellen oder Konfliktpotentiale in der interkulturellen Kommunikation festzustellen und Strategien zu deren Beseitigung zu entwickeln,
- inner- und überbetriebliche Kommunikationsabläufe unter Berücksichtigung von interkulturellen Kommunikationsstrategien zu optimieren,
- betriebswirtschaftliche Konzepte und Instrumente der strategischen Unternehmensführung anzuwenden,
- Konzepte zur Internationalisierung von Unternehmen und Organisationen zu entwickeln,
- Kampagnen des grenzübergreifenden Marketings und der interkulturellen Marktforschung zu strukturieren,
- innovative Lösungen auf Basis wissenschaftlicher Methoden bei kommunikationsbezogenen Fragestellungen zu entwickeln, insbesondere in den Managementfeldern (Agile) Projekte, Verhandlung, Personal, Leadership, Internationalisierung und Change.

(3) Weiterhin erwerben die Studierenden folgende soziale Kompetenzen:

- die Fähigkeit zur vertieften sozialen Kommunikation und interkulturellen Interaktion,
- die Fähigkeit, das eigene Handeln in einem interkulturellen Kontext zu reflektieren und entsprechend anzupassen,
- die Fähigkeit, im Team kritisch Probleme zu identifizieren und gemeinsam an ihrer Lösung zu arbeiten,
- die Fähigkeit, Konflikte zu erkennen, zu vermeiden oder im Einvernehmen zu lösen,
- die Fähigkeit, Verhandlungen zu führen und erfolgreich abzuschließen,
- die Fähigkeit, für sich und die Gesellschaft Verantwortung zu übernehmen.

(4) Der Masterstudiengang stärkt zudem die personalen Fähigkeiten (Selbstkompetenz). Die Studierenden

- sind in der Lage, sich selbstständig neues Wissen und Können anzueignen,
- sind in der Lage, die eigenen Fähigkeiten und Möglichkeiten realistisch einzuschätzen,
- können selbstständig und zielorientiert arbeiten, - sind selbstdiszipliniert,

- verfügen über eine hohe Belastbarkeit,
- können Entscheidungen zügig und sachgerecht treffen,
- können das eigene Handeln in einem interkulturellen Kontext reflektieren und entsprechend anpassen,
- haben die Kompetenz, sich neue Sachverhalte effizient zu erschließen, diese professionell zu präsentieren und aus Erfahrungen zu lernen,
- beherrschen Grundsätze des Zeitmanagements.

(5) Der Studiengang ermöglicht optimale Voraussetzungen für Berufskarrieren in anspruchsvollen Positionen auf dem deutschen wie internationalen Arbeitsmarkt. Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs sind in der Lage, in allen Abläufen der mehrsprachigen und interkulturellen Wirtschaftskommunikation Problemlösungen zu entwickeln als Analysten, Consultants, (digitale) Kommunikationsmanager, Mediatoren, Diversity Manager und Unternehmensvertreter - insbesondere in den Bereichen von (internationalen) Kooperationsanbahnungen, Marktanalysen und Kundenakquise, Marketing und After Sales Services, Interner Unternehmenskommunikation, Personalwesen und Mitarbeiterschulung, Externer Unternehmenskommunikation und Öffentlichkeitsarbeit.

§ 5 Art des Studiums und Dauer

Das weiterbildende Masterstudium im Studiengang Intercultural Communication and Management wird an der Universität Potsdam als Ein-Fach-Studium mit einer Regelstudienzeit (Vollzeitstudium) von 4 Semestern und 120 Leistungspunkten angeboten.

§ 6 Teilzeitstudium

Das Masterstudium im Studiengang Intercultural Communication and Management ist für ein Teilzeitstudium geeignet.

§ 7 Module und Studienverlauf

(1) Das Masterstudium im Studiengang Intercultural Communication and Management setzt sich aus folgenden Bestandteilen zusammen:

Modulkurzbezeichnung	Name des Moduls	LP
I. Pflichtmodule		
UPT_MA_020	Intercultural Communication	6
UPT_MA_021	Conversation Analysis	6
UPT_MA_022	English as a Global Language	6
UPT_MA_023	Project Management	6

UPT_MA_024	Change Management	6
UPT_MA_025	Intercultural Business Communication	6
UPT_MA_026	Applied Conversation Analysis	6
UPT_MA_027	Intercultural Mediation & Conflict Management	6
UPT_MA_028	Management Skills & Negotiations	6
UPT_MA_029	International Management & Design Thinking	6
UPT_MA_030	Communication Management	6
UPT_MA_031	Digital Communication, Language and Culture	6
UPT_MA_032	International Marketing & Business Development	6
UPT_MA_033	Leadership & Human Resource Management	6
UPT_MA_034	Diversity Management	6
II. Masterarbeit		
	Masterarbeit und mündliche Prüfung (Disputation)	30
Summe der LP der zu absolvierenden Pflichtmodule		120

(2) Die Lehr- und Prüfungssprache des Masterstudiums Intercultural Communication and Management ist Englisch.

(3) Die Beschreibungen der in Absatz 1 genannten Module sind im Modulkatalog in Anlage 1 zu dieser Ordnung aufgeführt.

(4) Exemplarische Studienverlaufspläne sind in Anlage 2 zu dieser Ordnung aufgeführt.

§ 8 Masterarbeit

(1) Sobald die/der Studierende mindestens 75 Leistungspunkte erworben hat, hat die oder der Studierende Anspruch auf die unverzügliche Vergabe eines Themas für die Masterarbeit.

(2) Die Masterarbeit hat inklusive der Disputation einen Umfang von 30 Leistungspunkten.

§ 9 Inkrafttreten und Übergangsbestimmungen

(1) Diese Ordnung tritt am 1. Oktober 2025 in Kraft.

(2) Diese Ordnung gilt für alle Studierenden, die nach dem Inkrafttreten dieser Ordnung an der Universität Potsdam im Masterstudiengang Intercultural Communication and Management immatrikuliert werden.

Anlage 1: Modulbeschreibungen

UPT_MA_020: Intercultural Communication		Anzahl der Leistungspunkte (LP): 6			
Modulart (Pflicht- oder Wahlpflichtmodul):	Pflichtmodul				
Inhalte und Qualifikationsziele des Moduls:	<p><i>Qualifikationsziele</i> Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen die wesentlichen Theorien und Modelle zur Interkulturellen Kommunikation und sind in der Lage, die relevanten Begriffe und Termini einzuordnen, - verfügen über direkte praktische Erfahrungen in der Begegnung mit anderen Kulturen, - haben ein reflektiertes Verständnis der Interdependenzen zwischen eigener Kultur, Wahrnehmungen, kommunikativen Handlungsmöglichkeiten und fremden Kulturen, - können Schwachstellen oder Konfliktpotentiale in der interkulturellen Kommunikation feststellen und Strategien zu deren Beseitigung entwickeln, - können ihren Standpunkt schriftlich darstellen, - sind in der Lage, eine vorgegebene oder selbstgewählte, definierte Fragestellung selbstständig wissenschaftlich zu bearbeiten, - können einen Text unter Berücksichtigung fachwissenschaftlicher Standards verfassen, - sind in der Lage, sich selbstständig neues Wissen und Können anzueignen. <p><i>Inhalte</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Kultur, Persönlichkeitsunterschiede und deren Ursachen - Kulturdimensionen - Interkulturelle Kommunikation - Kulturbereiche (Kulturkompetenz) - Kommunikation - Konzepte der Wertvorstellungen und Verhaltensmuster von Individuen und Gruppen aus fremden Lebenssituationen - adäquate Handlungsformen in verschiedenen kulturellen Kontexten - Akzeptanz kultureller Unterschiede und gegenseitige Verständigung - reflektierte Erfahrungen in Interaktion und Kommunikation 				
Modul(teil)prüfung (Anzahl, Form, Umfang):	Hausarbeit, 15 Seiten, 3 LP				
Veranstaltungen (Lehrformen)	Kontaktzeit (in SWS)	Prüfungsnebenleistungen (Anzahl, Form, Umfang)		Lehrveranstaltungsbegleitende Modul(teil)prüfung(en) (Anzahl, Form, Umfang)	Arbeitsaufwand gesamt (in LP)
		Für den Abschluss des Moduls	Für die Zulassung zur Modulprüfung		
Seminar	2	-	-	-	3
Häufigkeit des Angebots:		SoSe			
Voraussetzung für die Teilnahme am Modul:		keine			

UPT_MA_021: Conversation Analysis		Anzahl der Leistungspunkte (LP): 6			
Modulart (Pflicht- oder Wahlpflichtmodul):	Pflichtmodul				
Inhalte und Qualifikationsziele des Moduls:	<p><i>Qualifikationsziele</i> Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - können verschiedene sprachwissenschaftliche Perspektiven auf die Erforschung von Sprachgebrauch einnehmen, - haben ein Bewusstsein für die Unterschiede zwischen mündlicher und schriftlicher Kommunikation, - kennen die zentralen Prämissen, thematischen Bereiche, Erkenntnisinteressen und Methoden der Gesprächsforschung, - können ihren Standpunkt mündlich darstellen, - können ihre Überlegungen vor der Seminaröffentlichkeit mit Hilfe geeigneter Präsentationsmedien vorstellen und verteidigen. <p><i>Inhalte</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Gesprächseröffnung und Gesprächsbeendigung - Sprecherwechsel - Sequenzstruktur - Präferenzstruktur - Reparaturen - Multimodale Interaktion 				
Modul(teil)prüfung (Anzahl, Form, Umfang):	Lehrveranstaltungs begleitende Modul(teil)prüfung(en) finden Sie nachfolgend.				
Veranstaltungen (Lehrformen)	Kontaktzeit (in SWS)	Prüfungsnebenleistungen (Anzahl, Form, Umfang)		Lehrveranstaltungs begleitende Modul(teil)prüfung(en) (Anzahl, Form, Umfang)	Arbeitsaufwand gesamt (in LP)
		Für den Abschluss des Moduls	Für die Zulassung zur Modulprüfung		
Seminar	2	-	-	Referat, 30 Minuten	6
Häufigkeit des Angebots:		SoSe			
Voraussetzung für die Teilnahme am Modul:		keine			

UPT_MA_022: English as a Global Language		Anzahl der Leistungspunkte (LP): 6			
Modulart (Pflicht- oder Wahlpflichtmodul):	Pflichtmodul				
Inhalte und Qualifikationsziele des Moduls:	<p><i>Qualifikationsziele</i> Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - haben ein reflektiertes Verständnis über die Rolle des Englischen als internationale Sprache, - sind in der Lage, über die Machtdynamik im Zusammenhang mit dem Gebrauch des Englischen in internationalen Kontexten kritisch zu reflektieren, - können lexikalische, strukturelle und/oder interaktionale Merkmale des Geschäftsendlischen analysieren, - sind in der Lage, im Team zusammenzuarbeiten und gemeinsam eine Fragestellung zu bearbeiten, - können ihren Standpunkt mündlich darstellen, - können ihre Arbeit vor der Seminaröffentlichkeit mit Hilfe geeigneter Präsentationsmedien vorstellen und verteidigen. <p><i>Inhalte</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - konzeptionelle/theoretische Überlegungen zur Rolle des Englischen in einer globalisierten Welt - empirische Studien zu Englisch als Lingua Franca und Englisch als Business Lingua Franca - die Verwendung des Englischen in beruflichen Kontexten - die Verwendung des Englischen in digitalen Kontexten - Englisch und (digitale) Interkulturalität 				
Modul(teil)prüfung (Anzahl, Form, Umfang):	Lehrveranstaltungs begleitende Modul(teil)prüfung(en) finden Sie nachfolgend.				
Veranstaltungen (Lehrformen)	Kontaktzeit (in SWS)	Prüfungsnebenleistungen (Anzahl, Form, Umfang)		Lehrveranstaltungs begleitende Modul(teil)prüfung(en) (Anzahl, Form, Umfang)	Arbeitsaufwand gesamt (in LP)
		Für den Abschluss des Moduls	Für die Zulassung zur Modulprüfung		
Seminar	2	-	-	Referat, 30 Minuten oder mündliche Prüfung 30 Minuten	6
Häufigkeit des Angebots:		WiSe			
Voraussetzung für die Teilnahme am Modul:		keine			

UPT_MA_023 Project Management		Anzahl der Leistungspunkte (LP): 6			
Modulart (Pflicht- oder Wahlpflichtmodul):	Pflichtmodul				
Inhalte und Qualifikationsziele des Moduls:	<p><i>Qualifikationsziele</i> Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen Projektmanagement-Methoden und -Verfahren, - besitzen die Grundkenntnisse, um Projekte zu planen, zu koordinieren, zu überwachen und zu steuern, - sind in der Lage, eigene Fragestellungen zu entwickeln und diese unter Verwendung geeigneter fachwissenschaftlicher Methoden zu bearbeiten, - sind in der Lage, ihre Kenntnisse sowie ihre Fähigkeiten zur Problemlösung auch in neuen und unvertrauten Situationen anzuwenden, - sind in der Lage, im Team zusammenzuarbeiten und gemeinsam eine Fragestellung zu bearbeiten, - können theoretische Modelle und Konzepte auf eine authentische Handlungssituation oder Problemstellung anwenden, - können aktives, prozedurales Wissen für eine Problemlösung demonstrieren, - können ihre Arbeit vor der Seminaröffentlichkeit mit Hilfe geeigneter Präsentationsmedien vorstellen und verteidigen. <p><i>Inhalte</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Projektcontrolling - Projektmanagement und -steuerung - Projektplanung - Projektanalyse und -bewertung - Werkzeuge des Projektmanagements - Stakeholder-Analysen 				
Modul(teil)prüfung (Anzahl, Form, Umfang):	Lehrveranstaltungsbegleitende Modul(teil)prüfung(en) finden Sie nachfolgend.				
Veranstaltungen (Lehrformen)	Kontaktzeit (in SWS)	Prüfungsnebenleistungen (Anzahl, Form, Umfang)		Lehrveranstaltungsbegleitende Modul(teil)prüfung(en) (Anzahl, Form, Umfang)	Arbeitsaufwand gesamt (in LP)
		Für den Abschluss des Moduls	Für die Zulassung zur Modulprüfung		
Seminar und Übung	2	-	-	Projektpräsentation, 30 Minuten	6
Häufigkeit des Angebots:		WiSe und SoSe			
Voraussetzung für die Teilnahme am Modul:		keine			

UPT_MA_024 Change Management		Anzahl der Leistungspunkte (LP): 6			
Modulart (Pflicht- oder Wahlpflichtmodul):	Pflichtmodul				
Inhalte und Qualifikationsziele des Moduls:	<p><i>Qualifikationsziele</i> Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen sowohl die weichen, als auch die harten Faktoren des Changemanagements und können diese in einer Organisation erkennen, analysieren und auf die Changemanagement-Prozesse beziehen, - können den Wandel in ihrer Organisation durch Change-Prozesse planen, initiieren und steuern sowie die Prozessphasen reflektieren und hinsichtlich der Zielerreichung bewerten, - können adressatenorientiert und Ebenen übergreifend informieren und beraten sowie Konfliktpotenziale erkennen und konstruktiv einwirken, - können eine vorgegebene Fragestellung unter Anwendung fachwissenschaftlicher Methoden bearbeiten, - sind in der Lage, ihre Kenntnisse sowie ihre Fähigkeiten zur Problemlösung auch in neuen und unvertrauten Situationen insbesondere im Rahmen internationaler und interkultureller Zusammenhänge anzuwenden, - können ihren Standpunkt mündlich darstellen, - können ihre Arbeit vor der Seminaröffentlichkeit mit Hilfe geeigneter Präsentationsmedien vorstellen und verteidigen. <p><i>Inhalte</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - systematische und methodengestützte Grundlagen zur Organisationsentwicklung und zum Changemanagement - verhaltensorientierte, mitarbeiterbezogene und kulturelle Gesichtspunkte des Changemanagements (weiche Faktoren) - betriebswirtschaftliche Perspektiven des Changemanagements (harte Faktoren) 				
Modul(teil)prüfung (Anzahl, Form, Umfang):	Lehrveranstaltungsbegleitende Modul(teil)prüfung(en) finden Sie nachfolgend.				
Veranstaltungen (Lehrformen)	Kontaktzeit (in SWS)	Prüfungsnebenleistungen (Anzahl, Form, Umfang)		Lehrveranstaltungsbegleitende Modul(teil)prüfung(en) (Anzahl, Form, Umfang)	Arbeitsaufwand gesamt (in LP)
		Für den Abschluss des Moduls	Für die Zulassung zur Modulprüfung		
Seminar und Übung	2	-	-	Referat, 30 Minuten oder Projektpräsentation, 30 Minuten	6
Häufigkeit des Angebots:		WiSe und SoSe			
Voraussetzung für die Teilnahme am Modul:		keine			

UPT_MA_025 Intercultural Business Communication		Anzahl der Leistungspunkte (LP): 6			
Modulart (Pflicht- oder Wahlpflichtmodul):	Pflichtmodul				
Inhalte und Qualifikationsziele des Moduls:	<p><i>Qualifikationsziele</i> Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - sind in der Lage, inner- und überbetriebliche Kommunikationsabläufe unter Berücksichtigung von interkulturellen Kommunikationsstrategien zu optimieren, - kennen die besonderen Herausforderungen in interkulturellen Situationen wie z.B. Unterschiede im Verhandlungsstil oder in der Führungs- und Managementkultur, - lernen das in verschiedenen Kulturkreisen typische Verhandlungsverhalten kennen, - verfügen über ein anwendungsbereites Erfahrungswissen für eine spätere Tätigkeit in internationalen Teams, - sind in der Lage, auf die kulturellen Rahmenbedingungen abgestimmte Teams aufzustellen und Verhandlungsstrategien zu entwickeln, - können interkulturell besetzte Teams führen und steuern, - sind in der Lage, ihre Kenntnisse sowie ihre Fähigkeiten zur Problemlösung auch in neuen und unvertrauten Situationen anzuwenden, - sind in der Lage, im Team zusammenzuarbeiten und gemeinsam eine Fragestellung zu bearbeiten, - können ihre Arbeit vor der Seminaröffentlichkeit mit Hilfe geeigneter Präsentationsmedien vorstellen und verteidigen. <p><i>Inhalte</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Definition des Bedarfs für die spezifische interdisziplinäre Kompetenz in der Privatwirtschaft und in internationalen Organisationen - Interkulturelle Kommunikation im betriebswirtschaftlichen Kontext - Interkulturelles Management - Verhandlungsstile, Führungs- und Managementkulturen im interkulturellen Kontext 				
Modul(teil)prüfung (Anzahl, Form, Umfang):	Lehrveranstaltungsbegleitende Modul(teil)prüfung(en) finden Sie nachfolgend.				
Veranstaltungen (Lehrformen)	Kontaktzeit (in SWS)	Prüfungsnebenleistungen (Anzahl, Form, Umfang)		Lehrveranstaltungsbegleitende Modul(teil)prüfung(en) (Anzahl, Form, Umfang)	Arbeitsaufwand gesamt (in LP)
		Für den Abschluss des Moduls	Für die Zulassung zur Modulprüfung		
Seminar und Übung	2	-	-	Referat, 30 Minuten oder Projektpräsentation, 30 Minuten	6
Häufigkeit des Angebots:		WiSe			
Voraussetzung für die Teilnahme am Modul:		keine			

UPT_MA_026 Applied Conversation Analysis		Anzahl der Leistungspunkte (LP): 6			
Modulart (Pflicht- oder Wahlpflichtmodul):	Pflichtmodul				
Inhalte und Qualifikationsziele des Moduls:	<p><i>Qualifikationsziele</i> Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen die Ziele und empirischen Methoden der Angewandten Gesprächsforschung, - sind in der Lage, selbstständig praxisrelevante konversationsanalytische Fragestellungen zu entwickeln, den Zugang zum Forschungsfeld zu erschließen, adäquate Gesprächsdaten zu erheben und aufzubereiten, - können Gespräche unter Verwendung geeigneter fachwissenschaftlicher Methoden analysieren, - können aus der eigenen anwendungsorientierten Forschung Erkenntnisse ableiten und Ideen für deren Implementierung in der beruflichen Praxis entwickeln, - können ihre Arbeit vor der Seminaröffentlichkeit mit Hilfe geeigneter Präsentationsmedien vorstellen und verteidigen. <p><i>Inhalte</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Erhebung audiovisueller Daten - Gesprächsanalytische Transkription - Institutionelle Kommunikation - Interkulturelle Kommunikation - Kommunikationsprobleme und Lösungsansätze - Konversationsanalyse in der beruflichen Praxis 				
Modul(teil)prüfung (Anzahl, Form, Umfang):	Lehrveranstaltungs begleitende Modul(teil)prüfung(en) finden Sie nachfolgend.				
Veranstaltungen (Lehrformen)	Kontaktzeit (in SWS)	Prüfungsnebenleistungen (Anzahl, Form, Umfang)		Lehrveranstaltungs begleitende Modul(teil)prüfung(en) (Anzahl, Form, Umfang)	Arbeitsaufwand gesamt (in LP)
		Für den Abschluss des Moduls	Für die Zulassung zur Modulprüfung		
Übung	2	-	-	Projektpräsentation, 30 Minuten	6
Häufigkeit des Angebots:		WiSe			
Voraussetzung für die Teilnahme am Modul:		keine			

UPT_MA_027 Intercultural Mediation & Conflict Management		Anzahl der Leistungspunkte (LP): 6			
Modulart (Pflicht- oder Wahlpflichtmodul):	Pflichtmodul				
Inhalte und Qualifikationsziele des Moduls:	<p><i>Qualifikationsziele</i> Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - können Konflikttheorien zur Analyse von Konfliktsituationen anwenden, - erkennen das positive Entwicklungspotential von Konflikten, - verstehen den Unterschied zwischen Interessen und Positionen, - kennen alternative Streitlösungsverfahren: Schiedsgericht, Schlichtung und Mediation, - können Gespräche anhand von Phasenstruktur und Prinzipien professionell moderieren, - sind in der Lage, im Team zusammenzuarbeiten und gemeinsam eine Fragestellung zu bearbeiten, - können in realistischen, realitätsnahen oder modellhaften Situationen vorgegebene Problemstellungen mit Hilfe ihrer fachlichen, analytischen und methodischen Kenntnisse und Fertigkeiten bearbeiten. <p><i>Inhalte</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Konflikttheorie - Eskalationsdynamik - alternative Streitlösungsverfahren (ADR) - Prinzipien und Phasen der Mediation - Interkulturelle Mediation - Singapore Convention on Mediation 				
Modul(teil)prüfung (Anzahl, Form, Umfang):	Lehrveranstaltungs begleitende Modul(teil)prüfung(en) finden Sie nachfolgend.				
Veranstaltungen (Lehrformen)	Kontaktzeit (in SWS)	Prüfungsnebenleistungen (Anzahl, Form, Umfang)		Lehrveranstaltungs begleitende Modul(teil)prüfung(en) (Anzahl, Form, Umfang)	Arbeitsaufwand gesamt (in LP)
		Für den Abschluss des Moduls	Für die Zulassung zur Modulprüfung		
Übung	2	-	-	Consulting-Simulation, 30 Minuten oder Rollenspiel und Debriefing, 30 Minuten oder Projektpräsentation, 30 Minuten	6
Häufigkeit des Angebots:		SoSe			
Voraussetzung für die Teilnahme am Modul:		keine			

UPT_MA_028: Management Skills & Negotiations		Anzahl der Leistungspunkte (LP): 6			
Modulart (Pflicht- oder Wahlpflichtmodul):	Pflichtmodul				
Inhalte und Qualifikationsziele des Moduls:	<p><i>Qualifikationsziele</i> Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - können ihren eigenen Management- und Führungsstil reflektieren und weiterentwickeln, - stärken ihr Kommunikations- und Führungsverhalten um Managementprozesse zielorientiert und effizient zu gestalten, - haben einen Überblick über die verschiedenen Ansätze der Verhandlungsforschung, - kennen die Prozessschritte des Verhandlungsmanagements, - können die Verhandlungsleistung des eigenen Unternehmens messen und analysieren, - können Maßnahmen zur Verbesserung der Verhandlungsleistung ihres Unternehmens entwickeln, - sind in der Lage, ihre Kenntnisse sowie ihre Fähigkeiten zur Problemlösung auch in neuen und unvertrauten Situationen anzuwenden, - können ihre Arbeit vor der Seminaröffentlichkeit mit Hilfe geeigneter Präsentationsmedien vorstellen und verteidigen, - sind in der Lage, im Team zusammenzuarbeiten und gemeinsam eine Fragestellung zu bearbeiten, - sind in der Lage, sich selbstständig neues Wissen und Können anzueignen, - können Zusammenhänge erklären und Vergleiche und Analysen erstellen, - können Aufgaben in einer vorgegebenen Zeit bearbeiten. <p><i>Inhalte</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Führungskompetenzen - verschiedene Ansätze der Verhandlungsforschung - Prozessschritte des Verhandlungsmanagements - Tools und Instrumente der betriebswirtschaftlichen Verhandlungsanalyse, -planung und -steuerung 				
Modul(teil)prüfung (Anzahl, Form, Umfang):	Lehrveranstaltungsbegleitende Modul(teil)prüfung(en) finden Sie nachfolgend.				
Veranstaltungen (Lehrformen)	Kontaktzeit (in SWS)	Prüfungsnebenleistungen (Anzahl, Form, Umfang)		Lehrveranstaltungsbegleitende Modul(teil)prüfung(en) (Anzahl, Form, Umfang)	Arbeitsaufwand gesamt (in LP)
		Für den Abschluss des Moduls	Für die Zulassung zur Modulprüfung		
Seminar	2	Posterpräsentation, 15 Minuten	-	Klausur, 90 Minuten	6
Häufigkeit des Angebots:		SoSe			
Voraussetzung für die Teilnahme am Modul:		keine			

UPT_MA_029 International Management & Design Thinking		Anzahl der Leistungspunkte (LP): 6			
Modulart (Pflicht- oder Wahlpflichtmodul):	Pflichtmodul				
Inhalte und Qualifikationsziele des Moduls:	<p><i>Qualifikationsziele</i> Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - besitzen konzeptionelle und praktische Kenntnisse über die Internationalisierung von Unternehmen, - besitzen die Fähigkeit, mit den Herausforderungen der Internationalisierung an das Management umgehen zu können, - sind sensibilisiert für das Thema „Intercultural Management“, - kennen internationale Märkte und Rahmenbedingungen für unternehmerisches Handeln und andere Managementstile aus erster Hand, - sind in der Lage, ein Internationalisierungskonzept für einen gewählten Business Case, etwa für das eigene Unternehmen/die eigene Organisation zu entwickeln, - kennen Design-Thinking-Methodologie, - können ein Problem innerhalb einer Design Challenge formulieren, - kennen Techniken zur Ideenentwicklung sowie Methoden und Prinzipien des Prototyping und Testings für Nutzerfeedback, - können eine schriftliche Argumentation, eine Analyse, einen Vergleich oder eine Bewertung zu einer (wissenschaftlichen) Fragestellung erstellen - können ihre Arbeit vor der Seminaröffentlichkeit mit Hilfe geeigneter Präsentationsmedien vorstellen und verteidigen, - sind in der Lage, im Team zusammenzuarbeiten und gemeinsam eine Fragestellung zu bearbeiten. <p><i>Inhalte</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Internationalisierungsstrategien - Interkulturelles Management - Internationale Märkte - Design-Thinking-Methodologie - Methoden und Prinzipien des Prototyping und Testings 				
Modul(teil)prüfung (Anzahl, Form, Umfang):	Lehrveranstaltungsbegleitende Modul(teil)prüfung(en) finden Sie nachfolgend.				
Veranstaltungen (Lehrformen)	Kontaktzeit (in SWS)	Prüfungsnebenleistungen (Anzahl, Form, Umfang)		Lehrveranstaltungsbegleitende Modul(teil)prüfung(en) (Anzahl, Form, Umfang)	Arbeitsaufwand gesamt (in LP)
		Für den Abschluss des Moduls	Für die Zulassung zur Modulprüfung		
Seminar	2	Referat, 15 Minuten	-	Essay, 10 Seiten	6
Häufigkeit des Angebots:		SoSe			
Voraussetzung für die Teilnahme am Modul:		keine			

UPT_MA_030 Communication Management		Anzahl der Leistungspunkte (LP): 6			
Modulart (Pflicht- oder Wahlpflichtmodul):	Pflichtmodul				
Inhalte und Qualifikationsziele des Moduls:	<p><i>Qualifikationsziele</i> Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen die wesentlichen Theorien und Modelle des modernen, agilen Projekt- und Produktmanagements, - verfügen über berufsfeldbezogene Handlungskompetenz im Kommunikationsmanagement und Projektmanagement, - kennen Grundlagen digitaler Marketingdisziplinen wie SEO und Social Media, - verfügen über ein Grundlagenwissen zu Begriffen, Inhalten, Kernproblemen und Methoden der neuen Technologien, - kennen mit den neuen Technologien unterstützte Konzepte und Praxis-Beispiele und können gesamtwirtschaftliche Zusammenhänge und aktuelles Wirtschaftsgeschehen nachvollziehen und fachspezifisch aus theoretischen Perspektiven kritisch interpretieren und diskutieren, - können die fachlich-konzeptionelle Vorarbeit für die Erstellung eines Podcast- bzw. Videobeitrags (bspw. Themenauswahl, Zielsetzung, Recherche, ggf. Gesprächspartnerinnen- bzw. Gesprächspartnerwahl) erbringen, sind in der Lage, die Vorarbeit (medien-)praktisch umzusetzen (ggf. Gesprächsführung, Aufnahme, Mischen), - können ihre Arbeit vor der Seminaröffentlichkeit mit Hilfe geeigneter Präsentationsmedien vorstellen und verteidigen, - sind in der Lage, im Team zusammenzuarbeiten und gemeinsam eine Fragestellung zu bearbeiten. <p><i>Inhalte</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Prinzipien und Bestandteile des Agilen Arbeitens - neue Technologien/Trends in der Kommunikation (VR, AR, XR, Metaverse, etc.) - Kommunikation in der Krise - Digitalisierung im Unternehmertum 				
Modul(teil)prüfung (Anzahl, Form, Umfang):	Lehrveranstaltungs begleitende Modul(teil)prüfung(en) finden Sie nachfolgend.				
Veranstaltungen (Lehrformen)	Kontaktzeit (in SWS)	Prüfungsnebenleistungen (Anzahl, Form, Umfang)		Lehrveranstaltungs begleitende Modul(teil)prüfung(en) (Anzahl, Form, Umfang)	Arbeitsaufwand gesamt (in LP)
		Für den Abschluss des Moduls	Für die Zulassung zur Modulprüfung		
Seminar und Übung	2	-	-	Projektpräsentation, 30 Minuten	6
Häufigkeit des Angebots:		WiSe und SoSe			
Voraussetzung für die Teilnahme am Modul:		keine			

UPT_MA_031 Digital Communication, Language and Culture		Anzahl der Leistungspunkte (LP): 6			
Modulart (Pflicht- oder Wahlpflichtmodul):	Pflichtmodul				
Inhalte und Qualifikationsziele des Moduls:	<p><i>Qualifikationsziele</i> Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - können über verschiedene Konzeptualisierungen von Kultur nachdenken, - können den Kulturbegriff aus einer kritischen Perspektive betrachten, - erkennen den Zusammenhang zwischen dem digitalen Diskurs und soziokulturellen Phänomenen und Prozessen, - können das im Kurs behandelte Vokabular und die analytischen Werkzeuge zur Analyse interkultureller Herausforderungen und Konflikte einsetzen, - sind in der Lage, im Team zusammenzuarbeiten und gemeinsam eine Fragestellung zu bearbeiten, - können ein Projekt nach wissenschaftlichen Kriterien gliedern und planen und auf ein Ergebnis hinarbeiten. <p><i>Inhalte</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Theorien zur interkulturellen Kommunikation und Interkulturalität in Offline- und Online-Kontexten - das Zusammenspiel von Kultur und digitalem Diskurs - empirische Arbeiten zur digitalen und interkulturellen Kommunikation aus der Perspektive der Soziolinguistik, Diskursforschung, linguistischen Ethnographie, Konversationsanalyse, Ethnomethodologie u.a. - virtuelle Interaktionen - Interaktion und Diskurs in sozialen Medien - Sprache und Technologie - soziologische und anthropologische Überlegungen zum digitalen Diskurs, einschließlich Postdigitalität, Kultur der Digitalität u.a. 				
Modul(teil)prüfung (Anzahl, Form, Umfang):	Lehrveranstaltungs begleitende Modul(teil)prüfung(en) finden Sie nachfolgend.				
Veranstaltungen (Lehrformen)	Kontaktzeit (in SWS)	Prüfungsnebenleistungen (Anzahl, Form, Umfang)		Lehrveranstaltungs begleitende Modul(teil)prüfung(en) (Anzahl, Form, Umfang)	Arbeitsaufwand gesamt (in LP)
		Für den Abschluss des Moduls	Für die Zulassung zur Modulprüfung		
Seminar und Übung	2	-	-	Projektpräsentation, 30 Minuten	6
Häufigkeit des Angebots:		WiSe und SoSe			
Voraussetzung für die Teilnahme am Modul:		keine			

UPT_MA_032 International Marketing & Business Development		Anzahl der Leistungspunkte (LP): 6			
Modulart (Pflicht- oder Wahlpflichtmodul):	Pflichtmodul				
Inhalte und Qualifikationsziele des Moduls:	<p><i>Qualifikationsziele</i> Die Studierenden sind in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> - Problemstellung und Grundlagen des internationalen Marketings zu verstehen, - Zusammenhänge zwischen Globalisierung und internationalem Marketing zu analysieren, - den Planungsprozess des internationalen Marketings zu erklären, - globale Rahmenbedingungen zu beschreiben, - internationale Risiken zu erkennen und internationale Kulturen zu beschreiben, - Grundlagen der internationalen Marktforschung zu verstehen und zu beschreiben, - Probleme zu erkennen und Forschungsstrategien (kritisch) zu reflektieren, - die Grundlagen und den Prozess der internationalen Länderbewertung und -auswahl zu erklären, - Formen und Timing der internationalen Markteintrittsstrategien zu beschreiben und zu bewerten, - Grundlagen der internationalen Strategien zu verstehen, - internationale Markt-, Wettbewerbs- und Marktsegmentierungsstrategien zu erklären und zu bewerten, - Grundlagen der internationalen Marketingpolitik zu verstehen, - internationale Produkt- und Marken-, Preis-, Kommunikations- und Distributionspolitik zu verstehen und zu bewerten, - internationale Organisationsformen zu beschreiben und internationales Controlling zu verstehen, - ausgewählte Marktforschungsmethoden anzuwenden, - Marktanalysen durchzuführen, - eine vorgegebene Fragestellung unter Anwendung fachwissenschaftlicher Methoden zu bearbeiten, - ihre Kenntnisse sowie ihre Fähigkeiten zur Problemlösung auch in neuen und unvertrauten Situationen anzuwenden, - ihren Standpunkt schriftlich und mündlich darzustellen. <p><i>Inhalte</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Marketing als Führungsphilosophie und als operative Aufgabe - Grundlagen des Internationalen Marketings - Grundlagen der internationalen Marktforschung - Internationale Markteintrittsstrategien 				
Modul(teil)prüfung (Anzahl, Form, Umfang):	Eine Prüfung der folgenden Formen: Klausur, 90 Minuten oder Hausarbeit, 15 Seiten, 3 LP				
Veranstaltungen (Lehrformen)	Kontaktzeit (in SWS)	Prüfungsnebenleistungen (Anzahl, Form, Umfang)		Lehrveranstaltungsbegleitende Modul(teil)prüfung(en) (Anzahl, Form, Umfang)	Arbeitsaufwand gesamt (in LP)
		Für den Abschluss des Moduls	Für die Zulassung zur Modulprüfung		
Seminar	2	-	-	-	3
Häufigkeit des Angebots:		WiSe			
Voraussetzung für die Teilnahme am Modul:		keine			

UPT_MA_033 Leadership & Human Resource Management		Anzahl der Leistungspunkte (LP): 6			
Modulart (Pflicht- oder Wahlpflichtmodul):	Pflichtmodul				
Inhalte und Qualifikationsziele des Moduls:	<p><i>Qualifikationsziele</i> Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen Ansatzpunkte und Erfolgsfaktoren für ein erfolgreiches Personalmanagement, - kennen die wichtigsten Führungstheorien und wenden diese situationsangemessen in der Praxis an, - kennen relevante Begriffe, Akteure und Prozesse des Personalmanagements, - kennen situative Rahmenbedingungen, Erfolgsfaktoren und Bausteine eines integrierten Personalmanagementkonzeptes, - sind in der Lage, ihre Kenntnisse sowie ihre Fähigkeiten zur Problemlösung auch in neuen und unvertrauten Situationen anzuwenden, - können ihre Arbeit vor der Seminaröffentlichkeit mit Hilfe geeigneter Präsentationsmedien vorstellen und verteidigen, - sind in der Lage, im Team zusammenzuarbeiten und gemeinsam eine Fragestellung zu bearbeiten. <p><i>Inhalte</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen des Personalmanagements - Führungstheorien 				
Modul(teil)prüfung (Anzahl, Form, Umfang):	Lehrveranstaltungs begleitende Modul(teil)prüfung(en) finden Sie nachfolgend.				
Veranstaltungen (Lehrformen)	Kontaktzeit (in SWS)	Prüfungsnebenleistungen (Anzahl, Form, Umfang)		Lehrveranstaltungs begleitende Modul(teil)prüfung(en) (Anzahl, Form, Umfang)	Arbeitsaufwand gesamt (in LP)
		Für den Abschluss des Moduls	Für die Zulassung zur Modulprüfung		
Seminar	2	Referat, 15 Minuten	-	Hausarbeit, 10 Seiten	6
Häufigkeit des Angebots:		WiSe			
Voraussetzung für die Teilnahme am Modul:		keine			

UPT_MA_034 Diversity Management		Anzahl der Leistungspunkte (LP): 6			
Modulart (Pflicht- oder Wahlpflichtmodul):	Pflichtmodul				
Inhalte und Qualifikationsziele des Moduls:	<p><i>Qualifikationsziele</i> Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen die Chancen und Risiken von Diversity und einschlägige theoretische Konzepte, - können zwischen den verschiedenen Arten von Diversity unterscheiden und kennen den aktuellen Forschungsstand zu deren Effekten, - haben ein Verständnis davon, wie Kontextfaktoren die Effekte von Diversity beeinflussen können, - kennen verschiedene Ansätze des Diversity Managements und können diese auf konkrete Situationen anwenden, - können in realistischen, realitätsnahen oder modellhaften Situationen vorgegebene Problemstellungen mit Hilfe ihrer fachlichen, analytischen und methodischen Kenntnisse und Fertigkeiten bearbeiten, - sind in der Lage, ihre Kenntnisse sowie ihre Fähigkeiten zur Problemlösung auch in neuen und unvertrauten Situationen anzuwenden, - können ihre Arbeit vor der Seminaröffentlichkeit mit Hilfe geeigneter Präsentationsmedien vorstellen und verteidigen, - sind in der Lage, im Team zusammenzuarbeiten und gemeinsam eine Fragestellung zu bearbeiten. <p><i>Inhalte</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Chancen und Risiken von Diversity - verschiedene Arten von Diversity und deren Effekte - Einfluss von Kontextfaktoren auf die Effekte von Diversity - Anwendung von Ansätzen aus dem Diversity Managements 				
Modul(teil)prüfung (Anzahl, Form, Umfang):	Lehrveranstaltungsbegleitende Modul(teil)prüfung(en) finden Sie nachfolgend.				
Veranstaltungen (Lehrformen)	Kontaktzeit (in SWS)	Prüfungsnebenleistungen (Anzahl, Form, Umfang)		Lehrveranstaltungsbegleitende Modul(teil)prüfung(en) (Anzahl, Form, Umfang)	Arbeitsaufwand gesamt (in LP)
		Für den Abschluss des Moduls	Für die Zulassung zur Modulprüfung		
Seminar und Übung	2	-	-	Projektpräsentation, 30 Minuten	6
Häufigkeit des Angebots:		WiSe und SoSe			
Voraussetzung für die Teilnahme am Modul:		keine			

Anlage 2: Exemplarische Studienverlaufspläne

Studienstart im Wintersemester:

	Semester			
	1	2	3	4
UPT_MA_020 Intercultural Communication		6		
UPT_MA_021 Conversation Analysis		6		
UPT_MA_022 English as a Global Language	6			
UPT_MA_023 Project Management	6			
UPT_MA_024 Change Management	6			
UPT_MA_025 Intercultural Business Communication			6	
UPT_MA_026 Applied Conversation Analysis			6	
UPT_MA_027 Intercultural Mediation & Conflict Management		6		
UPT_MA_028 Management Skills & Negotiations		6		
UPT_MA_029 International Management & Design Thinking		6		
UPT_MA_030 Communication Management	6			
UPT_MA_031 Digital Communication, Language and Culture	6			
UPT_MA_032 International Marketing & Business Development			6	
UPT_MA_033 Leadership & Human Resource Management			6	
UPT_MA_034 Diversity Management			6	
Masterarbeit und mündliche Prüfung (Disputation)				30
Summe	30	30	30	30

Studienstart im Sommersemester:

	Semester			
	1	2	3	4
UPT_MA_020 Intercultural Communication	6			
UPT_MA_021 Conversation Analysis	6			
UPT_MA_022 English as a Global Language		6		
UPT_MA_023 Project Management			6	
UPT_MA_024 Change Management			6	
UPT_MA_025 Intercultural Business Communication		6		
UPT_MA_026 Applied Conversation Analysis		6		
UPT_MA_027 Intercultural Mediation & Conflict Management	6			
UPT_MA_028 Management Skills & Negotiations	6			
UPT_MA_029 International Management & Design Thinking	6			
UPT_MA_030 Communication Management			6	
UPT_MA_031 Digital Communication, Language and Culture			6	
UPT_MA_032 International Marketing & Business Development		6		
UPT_MA_033 Leadership & Human Resource Management		6		
UPT_MA_034 Diversity Management			6	
Masterarbeit und mündliche Prüfung (Disputation)				30
Summe	30	30	30	30