

# Amtsblatt der Freien Hansestadt Bremen

2014	Verkündet am 17. Dezember 2014	Nr. 332
------	--------------------------------	---------

## **Masterprüfungsordnung der Hochschule Bremen für den Studiengang International Tourism Management (Fachspezifischer Teil)**

Vom 11. November 2014

Die Rektorin der Hochschule Bremen hat am 2. Dezember 2014 gemäß § 110 Absatz 3 des Bremischen Hochschulgesetzes (BremHG) in der Fassung der Bekanntmachung vom 9. Mai 2007 (Brem.GBl. S. 339), zuletzt geändert durch Artikel 8 des Gesetzes vom 22. Juni 2010 (Brem.GBl. S. 375), den fachspezifischen Teil der Masterprüfungsordnung der Hochschule Bremen für den Studiengang International Tourism Management in der nachstehenden Fassung genehmigt.

Soweit in dieser Ordnung nichts anderes geregelt ist, gilt der Allgemeine Teil der Masterprüfungsordnungen der Hochschule Bremen vom 20. März 2012 (Brem.ABl. S. 122) (AT-MPO), der zuletzt durch Ordnung vom 21. Mai 2013 (Brem.ABl. S. 516, 574) geändert wurde, in der jeweils gültigen Fassung.

### § 1

#### **Regelstudienzeit, Studienaufbau und Studiumumfang**

Die Regelstudienzeit beträgt drei Semester. Sie beinhaltet die Masterthesis und das Kolloquium. Der für den erfolgreichen Abschluss erforderliche Umfang des Studiums beträgt 90 Leistungspunkte, im Falle des praktischen Studienseesters nach § 2 120 Leistungspunkte. Das Programm kann nach Maßgabe der Ordnung der Hochschule Bremen über das Teilzeitstudium in Teilzeit studiert werden.

### § 2

#### **Praktisches Studiensesemester**

Ein praktisches Studiensesemester kann im Anschluss an die theoretischen Studiensemester in der Regel im vierten Semester absolviert werden und dauert mindestens 20 Wochen. Soweit ein praktisches Studiensesemester durchgeführt wird, ist dieses integraler Bestandteil des Studiums. Das praktische Studiensesemester ist mit einem Bericht abzuschließen. Es hat einen Umfang von 30 Leistungspunkten.

§ 3

**Prüfungs- und Studienleistungen**

Modulprüfungen der Module 1 bis 10 werden in Form des Portfolios, der Klausur (Written Exam), der Präsentation (Presentation) und eines schriftlich ausgearbeiteten Referats (Written Presentation) durchgeführt. Die Prüfungsleistung zum praktischen Studiensemester wird in Form eines Berichts erbracht. Der Bericht wird bewertet mit „bestanden“ oder „nicht bestanden“.

§ 4

**Masterthesis und Kolloquium**

(1) Dem Antrag auf Genehmigung des Themas der Masterthesis (Master Thesis) kann unbeschadet der weiteren Voraussetzungen nur stattgegeben werden, wenn mindestens 80 Prozent der bis zum Ende des vorletzten Semesters der Regelstudienzeit zu erbringenden Leistungspunkte erworben wurden.

(2) Die Frist zur Bearbeitung der Masterthesis (Master Thesis) beträgt 15 Wochen.

(3) Die Masterthesis (Master Thesis) ist im Rahmen eines Kolloquiums (Oral Defense) zu verteidigen.

§ 5

**Gesamtnote der Masterprüfung**

Die Gesamtnote der Masterprüfung errechnet sich zu 70 % aus dem Durchschnitt der Noten der Module 1 bis 10 nach Anlage 1, zu 20 % aus der Note der Masterthesis (Master Thesis) und zu 10 % aus der Note des Kolloquiums (Oral Defense).

§ 6

**Mastergrad**

Nach bestandener Masterprüfung verleiht die Hochschule den Grad „Master of Business Administration“ („MBA“).

§ 7

**Inkrafttreten**

Diese Prüfungsordnung tritt mit Wirkung vom 1. September 2012 in Kraft.

Bremen, den 2. Dezember 2014

Die Rektorin der Hochschule Bremen

**Anlage 1: Prüfungsleistungen der Masterprüfung**

Module bzw. Lehrveranstaltungen	SWS	ECTS	Prüfungsform
Erstes Semester			
1. Introduction		6	Presentation and Written Exam
The Phenomenon of Tourism and its Systems and Tourism Economics and Industries	4		
2. Intercultural Management		6	2 Presentations
Culture and Cross-cultural Management and Communication	4		
3. International Financial Management		6	Written Exam (2 hours)
Global Finance and International Accounting	4		
4. Corporate Social Responsibility		6	Portfolio
Business Ethics / Sustainable Development, Human Resources and Diversity Management	4		
5. Tourism Marketing		6	Portfolio
Specifics of Tourism Marketing and Marketing Operations	4		
Zweites Semester			
6. International legal and tax Framework		6	Written Exam (2 hours)
Intern. Business Law and Taxation Systems	4		
7. Strategic Planning		6	Portfolio
Marketing Research, Development and Implementation of Strategy	4		
8. International Project Management		6	Written Presentation
Project Management Concepts and Tourism Demand	4		
9. Applied Project Management		6	Portfolio
Tourism Case study / Field Research	4		

10. Electives (Auswahl eines der vier Themen)		6	Portfolio
Contemporary Issues in Tourism	4		
International Politics and Relations in Tourism	(4)		
Leadership Challenges	(4)		
Applications of Business Strategies in E-Tourism and Tour Operation	(4)		
Drittes Semester			
11. Master Thesis incl. Master Seminar		30	
Master Thesis incl. Master Seminar	4		Master Thesis and Oral Defense
Summen	44	90	