

# **Fachspezifische Ordnung für den weiterbildenden Masterstudiengang Interkulturelle Wirtschafts- kommunikation an der Universität Potsdam**

**Vom 7. September 2022**

Der Fakultätsrat der Philosophischen Fakultät der Universität Potsdam hat auf der Grundlage der §§ 19 Abs. 1, 22, Abs. 1-3 des Brandenburgischen Hochschulgesetzes (BbgHG) in der Fassung vom 28. April 2014 (GVBl.I/14, [Nr. 18]), zuletzt geändert durch Gesetz vom 23. September 2020 (GVBl.I/20, [Nr. 26]), in Verbindung mit der 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]), geändert durch Verordnung vom 7. Juli 2020 (GVBl.II/20, [Nr. 58]), i.V.m. 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 Sechsten Satzung zur Änderung der Grundordnung der Universität Potsdam (GrundO) vom 20. Oktober 2021 (AmBek. UP Nr. 13/2022 S. 467) 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 16. Dezember 2020 (AmBek. UP Nr. 2/2021 S. 10), am 7. September 2022 folgende Studien- und Prüfungsordnung als Satzung beschlossen:<sup>1</sup>

## **Inhalt**

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

Anlage 1: Modulbeschreibungen

Anlage 2: Exemplarischer Studienverlaufsplan

## **§ 1 Geltungsbereich**

(1) Diese Ordnung gilt für den anwendungsorientierten, nicht-lehramtsbezogenen und weiterbildenden Studiengang Interkulturelle Wirtschaftskommunikation 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.

## **§ 1a 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.

## **§ 2 Abschlussgrad**

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

## **§ 3 Ziele des Masterstudiums**

(1) Ziel des Masterstudienganges ist die Vermittlung von sprachwissenschaftlichen, landes- und kulturwissenschaftlichen Kenntnissen über die Kommunikationsprozesse und die Konventionen des Arbeitslebens sowie der je spezifischen Traditionen der Kommunikation in den sozialen Beziehungen und in der Wirtschaft europäischer und außereuropäischer Länder, wobei das Deutsche entweder Zielsprache oder Ausgangssprache ist; dies insbesondere auch unter Berücksichtigung der jeweiligen Infrastruktur und der politischen Organi-

<sup>1</sup> Genehmigt durch den Präsidenten der Universität Potsdam am 16. November 2022.

sation des jeweiligen Ziellandes bzw. der Zielländer.

(2) Absolventen des Studiengangs sollen in die Lage versetzt werden, in der mehrsprachigen und interkulturellen Kommunikation als Spezialisten tätig zu werden bei

- der Feststellung von Schwachstellen oder Konfliktpotentialen in der interkulturellen Kommunikation und bei der Entwicklung von Strategien zu deren Beseitigung,
- der Optimierung von inner- und überbetrieblichen Kommunikationsabläufen unter Berücksichtigung von interkulturellen Kommunikationsstrategien,
- der Entwicklung von Konzepten zur Internationalisierung von Unternehmen und Organisationen,
- der Strukturierung von Kampagnen des grenzübergreifenden Marketings und der interkulturellen Marktforschung.

(3) Weiterhin erwerben die Studierenden folgende soziale Kompetenzen:

- die Fähigkeit zur vertieften sozialen Kommunikation und interkulturellen Interaktion,
- 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, für sich und die Gesellschaft Verantwortung zu übernehmen.

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

- 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 alle Grundsätze des Zeitmanagements.

(5) Absolventen des Studiengangs sind in der Lage, in allen Abläufen der mehrsprachigen und interkulturellen Wirtschaftskommunikation Problemlösungen zu entwickeln als Analysten, Consultants, Kommunikationsmanager, Mediatoren und Unternehmensvertreter - insbesondere in den Bereichen von Kooperationsanbahnungen, Marktanalysen und Kundenakquise, Marketing und After Sales Services, Interner Unternehmenskommunikation und

Mitarbeiterschulung, Externer Unternehmenskommunikation und Öffentlichkeitsarbeit.

#### § 4 Art des Studiums

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

(2) Die Unterrichtssprache im Modul „Business English and English as an international lingua franca“ (UPT\_MA\_007) ist Englisch. Die Unterrichtssprache in den übrigen Modulen ist Deutsch.

#### § 5 Teilzeitstudium

Das Masterstudium im Studiengang Interkulturelle Wirtschaftskommunikation ist für ein Teilzeitstudium geeignet. Ein Teilzeitstudium setzt die Beratung bei der Fachstudienberatung voraus, mit dem Ziel, einen individuellen Studienplan zu erstellen. Ein Nachweis über die Beratung ist dem Antrag auf Teilzeitstudium nach § 3 der Ordnung zur Regelung des Teilzeitstudiums an der Universität Potsdam (Teilzeitordnung) beizulegen. Im Übrigen gelten die Bestimmungen der Teilzeitordnung.

#### § 6 Module und Studienverlauf

(1) Das Masterstudium im Studiengang Interkulturelle Wirtschaftskommunikation setzt sich aus folgenden Bestandteilen zusammen:

Modulkurzbezeichnung	Name des Moduls	LP
<b>I. Pflichtmodule</b>		
UPT_MA_014	Interkulturelle Wirtschaftskommunikation I (IWK I)	9
UPT_MA_015	Deutsche Sprache im Gebrauch I und wissenschaftliches Arbeiten	9
UPT_MA_016	Projektmanagement	6
UPT_MA_004	Organisationsentwicklung	6
UPT_MA_017	Interkulturelle Wirtschaftskommunikation II (IWK II)	9
UPT_MA_006	Deutsche Sprache im Gebrauch II	9
UPT_MA_007	Business English and English as an international lingua franca	6
UPT_MA_008	Verhandlungsmanagement /Internationales Marketing	6

UPT_MA_018	Interkulturelle Wirtschaftskommunikation III (IWK III)	6
UPT_MA_019	Interkulturelle Kompetenz in Studium und Beruf	9
UPT_MA_012	Internationales und Interkulturelles Management	6
UPT_MA_013	Kommunikationsmanagement (Neue Tools & Trends)	9
<b>II. Masterarbeit</b>		
	Masterarbeit und mündliche Prüfung (Disputation)	30
<b>Summe der LP der zu absolvierenden Pflichtmodule</b>		<b>120</b>

nach dem Inkrafttreten nach Absatz 1 in diese, neue Ordnung nach Absatz 1 wechseln. Studierende, die nach Ablauf der Frist nach Absatz 3, noch nach der zuvor erlassenen Ordnung studieren, werden von Amts wegen in die neueste fachspezifische Ordnung überführt. Bisher erbrachte Leistungen werden nach den Bestimmungen des § 16 BAMA-O übertragen.

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

(3) Ein exemplarischer Studienverlaufsplan ist in Anlage 2 zu dieser Ordnung aufgeführt.

## § 7 Masterarbeit

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

(2) Mit der Masterarbeit und der zugehörigen mündlichen Prüfung (Disputation) werden 30 Leistungspunkte erworben.

## § 8 Inkrafttreten und Übergangsbestimmungen

(1) Diese Ordnung tritt am 1. Oktober 2023 in Kraft.

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

(3) Die fachspezifische Ordnung für den weiterbildenden Masterstudiengang „Interkulturelle Wirtschaftskommunikation“ an der Universität Potsdam vom 17. Januar 2018 (AmBek. UP Nr. 13/2018 S. 683) tritt am 30. September 2026 außer Kraft.

(4) Studierende, die bei Inkrafttreten dieser Ordnung nach Absatz 1 noch nach der fachspezifischen Ordnung für den weiterbildenden Masterstudiengang „Interkulturelle Wirtschaftskommunikation“ an der Universität Potsdam vom 17. Januar 2018 (AmBek. UP Nr. 13/2018 S. 683) studieren, können auf Antrag an den Prüfungsausschuss bis ein Jahr

**Anlage 1: Modulbeschreibungen**

<b>UPT_MA_014: Interkulturelle Wirtschaftskommunikation I (IWK I)</b>		Anzahl der Leistungspunkte (LP): 9			
Modulart (Pflicht- oder Wahlpflichtmodul):	Pflichtmodul				
Inhalte und Qualifikationsziele des Moduls:	<p><i>Qualifikationsziele</i> Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen die wesentlichen Grundbegriffe und -konzepte, die für die Untersuchung von kulturell bedingter sprachlicher Variation relevant sind,</li> <li>- kennen die grundlegenden Forschungsgebiete, in denen kulturell bedingte sprachliche Variation untersucht wird,</li> <li>- können zwischen verschiedenen Beschreibungsebenen im Kontext von kulturell bedingter sprachlicher Variation differenzieren,</li> <li>- können Phänomene des Sprachkontakts und der Mehrsprachigkeit erkennen und beschreiben.</li> </ul> <p><i>Inhalte</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundbegriffe und -konzepte für die Untersuchung von kulturell bedingter sprachlicher Variation</li> <li>- Einführung in kulturell orientierte linguistische Forschungsgebiete: Soziolinguistik, Pragmalinguistik, Kognitive Linguistik</li> <li>- Sprachkontakt und Mehrsprachigkeit</li> </ul>				
Modul(teil)prüfung (Anzahl, Form, Umfang):	Eine Prüfung der folgenden Formen: Hausarbeit im Umfang von maximal 15 Seiten oder mündliche Prüfung im Umfang von maximal 30 Minuten oder Klausur im Umfang von mindestens 90 Minuten, 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	4	-	-	-	6
Häufigkeit des Angebots:		WiSe			
Voraussetzung für die Teilnahme am Modul:		keine			

<b>UPT_MA_015: Deutsche Sprache im Gebrauch I und Wissenschaftliches Arbeiten</b>		<b>Anzahl der Leistungspunkte (LP): 9</b>			
Modulart (Pflicht- oder Wahlpflichtmodul):		Pflichtmodul			
Inhalte und Qualifikationsziele des Moduls:		<p><i>Qualifikationsziele</i> Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- wissen, dass die deutsche Sprache in einer Vielfalt von soziolektalen und dialektalen Ausprägungen existiert und funktioniert,</li> <li>- haben Kenntnisse über Prozesse, Strukturen und sprachlich manifestierte Ergebnisse sprachlicher Kommunikation im Deutschen,</li> <li>- kennen die wichtigsten Arbeitstechniken und Methoden der interkulturellen Kommunikationswissenschaft und der benachbarten Anwendungsgebiete (u.a. Techniken des Bibliographierens, Erschließung von Quellen und Quellenkritik, Erhebung empirischer Daten, Arbeitsschritte zur Anfertigung einer schriftlichen Arbeit und zur Gestaltung eines Referats).</li> </ul> <p><i>Inhalte</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Untersuchung von Verwendungsaspekten der deutschen Sprache unter Berücksichtigung ihrer verschiedenen Varietäten, auch unter kontrastiven Gesichtspunkten</li> <li>- Analyse von sprachlicher Variation und mehrsprachiger Kommunikation im Kontext von Sprachkontaktprozessen und Dynamiken individueller und gesellschaftlicher Mehrsprachigkeit</li> <li>- Systematik und Methodik des wissenschaftlichen Arbeitens im Studiengang IWK</li> </ul>			
Modul(teil)prüfung (Anzahl, Form, Umfang):		Eine Prüfung der folgenden Formen: Hausarbeit im Umfang von maximal 15 Seiten oder Referat im Umfang von maximal 45 Minuten oder mündliche Prüfung im Umfang von maximal 30 Minuten, 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
Seminar	2	-	-	-	3
Häufigkeit des Angebots:		WiSe			
Voraussetzung für die Teilnahme am Modul:		keine			

<b>UPT_MA_016: Projektmanagement</b>		<b>Anzahl der Leistungspunkte (LP): 6</b>			
Modulart (Pflicht- oder Wahlpflichtmodul):	Pflichtmodul				
Inhalte und Qualifikationsziele des Moduls:	<p><i>Qualifikationsziele</i> Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen Projektmanagement-Methoden und -Verfahren,</li> <li>- besitzen die Grundkenntnisse, um Projekte zu planen, zu koordinieren, zu überwachen und zu steuern,</li> <li>- sind in der Lage, eigene Fragestellungen zu entwickeln und diese unter Verwendung geeigneter fachwissenschaftlicher Methoden zu bearbeiten,</li> <li>- sind in der Lage, ihre Kenntnisse sowie ihre Fähigkeiten zur Problemlösung auch in neuen und unvertrauten Situationen anzuwenden,</li> <li>- können ihren Standpunkt schriftlich darstellen,</li> <li>- können ihre Arbeit vor der Seminaröffentlichkeit mit Hilfe geeigneter Präsentationsmedien vorstellen und verteidigen,</li> <li>- sind in der Lage, im Team zusammenzuarbeiten und gemeinsam eine Fragestellung zu bearbeiten.</li> </ul> <p><i>Inhalte</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Projektcontrolling</li> <li>- Projektmanagement und -steuerung</li> <li>- Projektplanung</li> <li>- Projektanalyse und -bewertung</li> <li>- Werkzeuge des Projektmanagements</li> <li>- Changemanagement</li> <li>- Stakeholder-Analysen</li> </ul>				
Modul(teil)prüfung (Anzahl, Form, Umfang):	Eine Prüfung der folgenden Formen: Präsentation im Umfang von maximal 20 Folien oder Referat im Umfang von maximal 45 Minuten oder Projektpräsentation im Umfang von maximal 45 Minuten, 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 und Übung	2	-	-	-	3
Häufigkeit des Angebots:		WiSe			
Voraussetzung für die Teilnahme am Modul:		keine			

<b>UPT_MA_004: Organisationsentwicklung</b>		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"> <li>- besitzen Wissen und Kompetenzen im Bereich Organisationsentwicklung, Internationales Personalmanagement und Diversity Management,</li> <li>- sind in der Lage, im eigenen (wachsenden) Unternehmen die Organisation und ihre Prozesse optimal zu gestalten,</li> <li>- können eine vorgegebene Fragestellung unter Anwendung fachwissenschaftlicher Methoden bearbeiten,</li> <li>- 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,</li> <li>- können ihren Standpunkt schriftlich und mündlich darstellen.</li> </ul> <p><i>Inhalte</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Organisationsentwicklung</li> <li>- Qualitätsmanagement</li> <li>- Diversity Management</li> <li>- Organisations- und Prozessgestaltung</li> <li>- Analyse und Kennzeichen wachsender Organisationen</li> </ul>				
Modul(teil)prüfung (Anzahl, Form, Umfang):	Eine Prüfung der folgenden Formen: Hausarbeit im Umfang von maximal 15 Seiten oder Projektpräsentation im Umfang von maximal 45 Minuten oder mündliche Prüfung im Umfang von maximal 30 Minuten, 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 und Übung	2	-	-	-	3
Häufigkeit des Angebots:		WiSe			
Voraussetzung für die Teilnahme am Modul:		keine			

<b>UPT_MA_017: Interkulturelle Wirtschaftskommunikation II (IWK II)</b>		Anzahl der Leistungspunkte (LP): 9			
Modulart (Pflicht- oder Wahlpflichtmodul):	Pflichtmodul				
Inhalte und Qualifikationsziele des Moduls:	<p><i>Qualifikationsziele</i> Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen die grundlegenden Methoden zur Erforschung kulturell bedingter sprachlicher Variation,</li> <li>- kennen die wesentlichen Merkmale verschiedener Kommunikationsformen,</li> <li>- können zwischen erfolgreicher und nicht-erfolgreicher interkultureller Kommunikation differenzieren,</li> <li>- können kulturspezifische Kommunikationsphänomene und Instanzen interkultureller Kommunikation auch unter Einbezug ihrer eigenen Mehrsprachigkeit analysieren und Konfliktpotentiale beschreiben.</li> </ul> <p><i>Inhalte</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Methoden zur Untersuchung kulturell bedingter sprachlicher Variation</li> <li>- unterschiedliche Kommunikationsformen (mündlich/schriftlich/non-verbal)</li> <li>- Merkmale erfolgreicher interkultureller Kommunikation</li> <li>- Merkmale nicht-erfolgreicher interkultureller Kommunikation</li> </ul>				
Modul(teil)prüfung (Anzahl, Form, Umfang):	Eine Prüfung der folgenden Formen: Hausarbeit im Umfang von maximal 15 Seiten oder mündliche Prüfung im Umfang von maximal 30 Minuten oder Präsentation im Umfang von maximal 45 Minuten, 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	4	-	-	-	6
Häufigkeit des Angebots:		SoSe			
Voraussetzung für die Teilnahme am Modul:		keine			

<b>UPT_MA_006: Deutsche Sprache im Gebrauch II</b>		Anzahl der Leistungspunkte (LP): 9			
Modulart (Pflicht- oder Wahlpflichtmodul):	Pflichtmodul				
Inhalte und Qualifikationsziele des Moduls:	<p><i>Qualifikationsziele</i> Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- sind in der Lage, mehrsprachige Kommunikation (Sprachwechsel, Sprachmischung) in ihrer Systematizität und kommunikativen Funktion zu analysieren,</li> <li>- können Sprachhandlungen sowie die Kategorien „Diskurse“, „Texte“ und „Verhandlungen“ als kommunikative Größe unter Einbezug von Fragen der Textstruktur, der Textsemantik, der Texttypologie und der Stilistik analysieren.</li> </ul> <p><i>Inhalte</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Untersuchung mündlicher Diskurse und schriftlicher Texte als Sprachhandlungen aus pragmatischer Perspektive, d.h. als kommunikative Größen, wobei insbesondere Fragen der Gesprächsführung, der mehrsprachigen Kompetenzen von Verhandlungspartnern und der Kommunikationsdynamik im Mittelpunkt stehen</li> </ul>				

Modul(teil)prüfung (Anzahl, Form, Umfang):	Eine Prüfung der folgenden Formen: Hausarbeit im Umfang von maximal 15 Seiten oder Referat im Umfang von maximal 45 Minuten oder mündliche Prüfung im Umfang von maximal 30 Minuten, 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
Seminar	2	-	-	-	3
Häufigkeit des Angebots:		SoSe			
Voraussetzung für die Teilnahme am Modul:		keine			

UPT_MA_007: Business English and English as an international lingua franca			Anzahl der Leistungspunkte (LP): 6		
Modulart (Pflicht- oder Wahlpflichtmodul):	Pflichtmodul				
Inhalte und Qualifikationsziele des Moduls:	<p><i>Qualifikationsziele</i> Die Studierenden kennen die</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rolle des Englischen als internationale Lingua Franca,</li> <li>- kulturellen Schemata und Konzeptualisierungen in Englisch-als-Lingua-Franca-Interaktionen mit besonderer Berücksichtigung des Wirtschaftsenglisch,</li> <li>- lexikalischen Besonderheiten des Wirtschaftsenglisch.</li> </ul> <p><i>Inhalte</i> Die Studierenden erlangen ein vertieftes Verständnis zur Rolle des Englischen als internationale Lingua Franca, speziell im Kontext der Wirtschaftskommunikation und werden befähigt, kulturspezifische konzeptuelle Strukturen in der Sprache zu erkennen. Sie erwerben die Fähigkeit zur Erhebung und Analyse authentischer Daten und zur öffentlichen Präsentation ihrer Ergebnisse in der englischen Sprache. Sie werden mit dem speziellen Register des Wirtschaftsenglisch vertraut gemacht und in die Lage versetzt, dieses Wissen funktional adäquat anzuwenden. Das Modul bietet den Studierenden die Möglichkeit, entsprechend ihren Interessen ein Projektangebot auszuwählen. Die Arbeit ist anwendungsbezogen und forschungsorientiert. Demzufolge erwerben die Studierenden Kompetenzen zur Planung und inhaltlichen Konzeption von Forschungsprojekten.</p>				
	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	1 Konzeption für ein Projekt	-	1 Projektbeitrag im Umfang von 15-20 Seiten	6
Häufigkeit des Angebots:		SoSe			
Voraussetzung für die Teilnahme am Modul:		keine			

UPT_MA_008: Verhandlungsmanagement/Internationales Marketing		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"> <li>- Problemstellung und Grundlagen des internationalen Marketings zu verstehen,</li> <li>- Zusammenhänge zwischen Globalisierung und internationalem Marketing zu analysieren,</li> <li>- den Planungsprozess des internationalen Marketings zu erklären,</li> <li>- globale Rahmenbedingungen zu beschreiben,</li> <li>- internationale Risiken zu erkennen und internationale Kulturen zu beschreiben,</li> <li>- Grundlagen der internationalen Marktforschung zu verstehen und zu beschreiben,</li> <li>- Probleme zu erkennen und Forschungsstrategien (kritisch) zu reflektieren,</li> <li>- die Grundlagen und den Prozess der internationalen Länderbewertung und -auswahl zu erklären,</li> <li>- Formen und Timing der internationalen Markteintrittsstrategien zu beschreiben und zu bewerten,</li> <li>- Grundlagen der internationalen Strategien zu verstehen,</li> <li>- internationale Markt-, Wettbewerbs- und Marktsegmentierungsstrategien zu erklären und zu bewerten,</li> <li>- Grundlagen der internationalen Marketingpolitik zu verstehen,</li> <li>- internationale Produkt- und Marken-, Preis-, Kommunikations- und Distributionspolitik zu verstehen und zu bewerten,</li> <li>- internationale Organisationsformen zu beschreiben und internationales Controlling zu verstehen,</li> <li>- ausgewählte Marktforschungsmethoden anzuwenden,</li> <li>- Marktanalysen durchzuführen,</li> <li>- eine vorgegebene Fragestellung unter Anwendung fachwissenschaftlicher Methoden zu bearbeiten,</li> <li>- ihre Kenntnisse sowie ihre Fähigkeiten zur Problemlösung auch in neuen und unvertrauten Situationen anzuwenden,</li> <li>- ihren Standpunkt schriftlich und mündlich darzustellen.</li> </ul> <p><i>Inhalte</i>  Die Veranstaltungen des Moduls widmen sich dem Themenbereich des Verhandlungsmanagements sowie des internationalen Marketings. Neben der zentralen Bedeutung dieser Themenbereiche für die betriebswirtschaftliche Praxis und seiner theoretischen Fundierung werden in der Veranstaltung Tools und Instrumente der betriebswirtschaftlichen Verhandlungsanalyse, -planung und -steuerung im Kontext des internationalen Marketings diskutiert. In der Übung erwerben die Studierenden u. a. konkrete Verhandlungspraxis.</p>				
Modul(teil)prüfung (Anzahl, Form, Umfang):	Eine Prüfung der folgenden Formen: Hausarbeit im Umfang von maximal 15 Seiten oder Projektpräsentation im Umfang von maximal 45 Minuten oder mündliche Prüfung im Umfang von maximal 30 Minuten, 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 und Übung	2	-	-	-	3

Häufigkeit des Angebots:	SoSe
Voraussetzung für die Teilnahme am Modul:	keine

<b>UPT_MA_018: Interkulturelle Wirtschaftskommunikation III (IWK III)</b>		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"> <li>- können die in der interkulturellen Wirtschaftskommunikation erforderlichen Kompetenzen differenzieren und beherrschen diese in Bezug auf ihre Zielsprache,</li> <li>- sind in der Lage, Kommunikationsprozesse in der interkulturellen Wirtschaftskommunikation zu analysieren,</li> <li>- können Mehrsprachigkeit und Kommunikationsstrategien nationaler und internationaler Unternehmen analysieren und bewerten,</li> <li>- können innerbetriebliche und außerbetriebliche Kommunikationsprozesse differenzieren und Strategien zu deren Optimierung entwickeln.</li> </ul> <p><i>Inhalte</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kommunikationsprozesse im Wirtschaftskontext</li> <li>- Konfliktpotentiale in der interkulturellen Wirtschaftskommunikation</li> <li>- interkulturelle Kompetenz und Mediation im Kontext der interkulturellen Wirtschaftskommunikation</li> </ul>				
Modul(teil)prüfung (Anzahl, Form, Umfang):	Eine Prüfung der folgenden Formen: Hausarbeit im Umfang von maximal 15 Seiten oder mündliche Prüfung im Umfang von maximal 30 Minuten oder Präsentation im Umfang von maximal 45 Minuten, 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			

<b>UPT_MA_019: Interkulturelle Kompetenz in Studium und Beruf</b>		<b>Anzahl der Leistungspunkte (LP):9</b>			
Modulart (Pflicht- oder Wahlpflichtmodul):	Pflichtmodul				
Inhalte und Qualifikationsziele des Moduls:	<p><i>Qualifikationsziele</i> Die Studierenden erwerben sozial-kommunikative Kompetenzen in der inter- und transkulturellen Kommunikation. Sie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- verfügen über direkte praktische Erfahrungen in der Begegnung mit anderen Kulturen,</li> <li>- haben ein reflektiertes Verständnis der Interdependenzen zwischen eigener Kultur, Wahrnehmungen, kommunikativen Handlungsmöglichkeiten und fremden Kulturen,</li> <li>- verfügen über angemessene Kommunikationsstrategien in der inner- und außerbetrieblichen Unternehmenskommunikation,</li> <li>- erkennen „Critical Incidents“ und können entsprechende Problemlösungen entwickeln und Konflikte erfolgreich regeln, verfügen über ein anwendungsbereites Erfahrungswissen für eine spätere Tätigkeit in internationalen Teams.</li> </ul> <p><i>Inhalte</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Definition des Bedarfs für die spezifische interdisziplinäre Kompetenz in der Privatwirtschaft und in internationalen Organisationen</li> <li>- nationale Kommunikationstraditionen und deren wechselseitiger Austauschprozess mit anderen nationalen Traditionen</li> <li>- Kultur, Persönlichkeitsunterschiede und deren Ursachen</li> <li>- Kulturdimensionen</li> <li>- Interkulturelle Kommunikation</li> <li>- Kulturbereiche (Kulturkompetenz)</li> <li>- Kommunikation</li> <li>- Anwendungsübung</li> <li>- Konfliktmanagement /Umgang mit Widerstand</li> <li>- Konzepte der Wertvorstellungen und Verhaltensmuster von Individuen und Gruppen aus fremden Lebenssituationen</li> <li>- adäquate Handlungsformen in verschiedenen kulturellen Kontexten</li> <li>- Akzeptanz kultureller Unterschiede und gegenseitige Verständigung</li> <li>- reflektierte Erfahrungen in Interaktion und Kommunikation</li> </ul>				
Modul(teil)prüfung (Anzahl, Form, Umfang):	Eine Prüfung der folgenden Formen: Projektpräsentation im Umfang von maximal 20 Folien oder Referat im Umfang von maximal 45 Minuten oder mündliche Prüfung im Umfang von maximal 30 Minuten, 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 und Übung	4	-	-		6
Häufigkeit des Angebots:		WiSe			
Voraussetzung für die Teilnahme am Modul:		keine			

<b>UPT_MA_012: Internationales und Interkulturelles Management</b>		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"> <li>- besitzen konzeptionelle Kenntnisse über die Internationalisierung von Unternehmen,</li> <li>- besitzen die Fähigkeit, mit den Herausforderungen der Internationalisierung an das Management umgehen zu können,</li> <li>- kennen internationale Märkte und Rahmenbedingungen für unternehmerisches Handeln und andere Managementstile,</li> <li>- sind in der Lage, ein Internationalisierungskonzept für einen gewählten Business Case zu entwickeln,</li> <li>- können eigene Fragestellungen entwickeln und unter Verwendung geeigneter Methoden bearbeiten,</li> <li>- sind in der Lage, ihre Kenntnisse sowie ihre Fähigkeiten zur Problemlösung auch in neuen und unvertrauten Situationen anzuwenden,</li> <li>- können ihren Standpunkt schriftlich darstellen,</li> <li>- kennen die besonderen Herausforderungen in interkulturellen Situationen wie z.B. Unterschiede im Verhandlungsstil oder in der Führungs- und Managementkultur,</li> <li>- lernen das in verschiedenen Kulturkreisen typische Verhandlungsverhalten kennen,</li> <li>- sind in der Lage, auf die kulturelle Rahmenbedingungen abgestimmte Teams aufzustellen und Verhandlungsstrategien zu entwickeln,</li> <li>- können interkulturell besetzte Teams führen und steuern.</li> </ul> <p><i>Inhalte</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Internationalisierungsstrategien</li> <li>- Interkulturelles Management</li> <li>- Internationale Märkte</li> </ul>				
Modul(teil)prüfung (Anzahl, Form, Umfang):	Eine Prüfung der folgenden Formen: Hausarbeit im Umfang von maximal 15 Seiten oder Projektpräsentation im Umfang von maximal 45 Minuten oder mündliche Prüfung im Umfang von maximal 30 Minuten, 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 und Übung	2	-	-	-	3
Häufigkeit des Angebots:		WiSe			
Voraussetzung für die Teilnahme am Modul:		keine			

<b>UPT_MA_013: Kommunikationsmanagement (Neue Tools &amp; Trends)</b>		Anzahl der Leistungspunkte (LP): 9			
Modulart (Pflicht- oder Wahlpflichtmodul):	Pflichtmodul				
Inhalte und Qualifikationsziele des Moduls:	<p><i>Qualifikationsziele</i> Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen die wesentlichen Theorien und Modelle des modernen, agilen Projekt- und Produktmanagements,</li> <li>- verfügen über berufsfeldbezogene Handlungskompetenz im Kommunikationsmanagement und Projektmanagement,</li> <li>- kennen Grundlagen digitaler Marketingdisziplinen wie SEO und Social Media,</li> <li>- verfügen über ein Grundlagenwissen zu Begriffen, Inhalten, Kernproblemen und Methoden der neuen Technologien,</li> <li>- 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.</li> </ul> <p><i>Inhalte</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- neue Technologien/Trends in der Kommunikation (VR, AR, XR, Metaverse, etc.)</li> <li>- Prinzipien und Bestandteile des Agilen Arbeitens</li> <li>- Kommunikation in der Krise</li> <li>- Digitalisierung im Unternehmertum (Digital intercultural communication)</li> </ul>				
Modul(teil)prüfung (Anzahl, Form, Umfang):	Eine Prüfung der folgenden Formen: Consulting-Simulation im Umfang von maximal 45 Minuten oder Präsentation im Umfang von maximal 45 Minuten oder Hausarbeit im Umfang von max. 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 und Übung	4	-	-	-	6
Häufigkeit des Angebots:		WiSe			
Voraussetzung für die Teilnahme am Modul:		keine			

**Anlage 2: Exemplarischer Studienverlaufsplan**

	<b>Semester</b>			
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
UPT_MA_014: Interkulturelle Wirtschaftskommunikation I (IWK I)	9			
UPT_MA_015: Deutsche Sprache im Gebrauch I und Wissenschaftliches Arbeiten	9			
UPT_MA_016: Projektmanagement	6			
UPT_MA_004: Organisationsentwicklung	6			
UPT_MA_017: Interkulturelle Wirtschaftskommunikation II (IWK II)		9		
UPT_MA_006: Deutsche Sprache im Gebrauch II		9		
UPT_MA_007: Business English and English as an international lingua franca		6		
UPT_MA_008: Verhandlungsmanagement/Internationales Marketing		6		
UPT_MA_018: Interkulturelle Wirtschaftskommunikation III (IWK III)			6	
UPT_MA_019: Interkulturelle Kompetenz in Studium und Beruf			9	
UPT_MA_012: Internationales und Interkulturelles Management			6	
UPT_MA_013: Kommunikationsmanagement (Neue Tools & Trends)			9	
Masterarbeit und mündliche Prüfung (Disputation)				30
<b>Summe</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>