

# FACHHOCHSCHULE FÜR TECHNIK UND WIRTSCHAFT BERLIN

## Studienordnung für den Masterstudiengang

### Wirtschaftskommunikation

im Fachbereich Wirtschaftswissenschaften II  
vom 18. Juli 2001<sup>1</sup> unter Berücksichtigung der 1. Änderungsordnung vom 1. Dezember 2004<sup>2</sup>

#### nichtamtliche Lesefassung

(verbindlich sind die in den Amtlichen Mitteilungsblättern veröffentlichten Fassungen)

#### § 1 Geltungsbereich

- (1) Diese Studienordnung gilt für alle Studierenden des konsekutiven Masterstudiengangs "Wirtschaftskommunikation", die ab 1. April 2005 an der FHTW Berlin immatrikuliert werden. Sie gilt ferner für Studierende, die aufgrund einer Anrechnung von Studienleistungen und Studienzeiten zeitlich so in den Studienablauf eingeordnet werden, daß ihr Studienstand dem Personenkreis gemäß Satz 1 entspricht.
- (2) Die Studienordnung wird ergänzt durch die Prüfungsordnung für den konsekutiven Masterstudiengang „Wirtschaftskommunikation“ vom 18.07.2001 sowie durch die „Ordnung zur Durchführung des Auswahlverfahrens zur Vergabe von Studienplätzen für den konsekutiven Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation“ vom 18.07.2001.

#### § 2 Geltung der Rahmenstudienordnung

- (1) Die Grundsätze für Studienordnungen der FHTW Berlin (Rahmenstudienordnung – RStO) vom 01. Februar 1999 (AMBI. FHTW Berlin Nr. 22/99), zuletzt geändert am 19. Juni 2000 (AMBI. FHTW Berlin Nr. 09/2000), sind in sinngemäßer Anwendung Bestandteil dieser Ordnung, soweit diese Ordnung nicht ausdrücklich Regelungen trifft, die von der RStO abweichen.
- (2) Im Hinblick auf Regelungen, die von der RStO abweichen, macht diese Studienordnung von § 1 Abs. 3 RStO Gebrauch.
- (3) Gemäß § 1 Abs. 3 RStO ist die Erprobung dieser Ordnung auf fünf Jahre nach dem ersten Immatrikulationsdatum begrenzt.

#### § 3 Zulassungsvoraussetzungen

- (1) Die Studienplätze werden vorrangig an Absolventen und Absolventinnen des Bachelorstudiengangs „Wirtschaftskommunikation“ vergeben, mindestens ein Fünftel der Studienplätze an Absolventen und Absolventinnen anderer Studiengänge.
- (2) Liegen mehr Bewerbungen vor als Studienplätze vorhanden sind, werden die zur Verfügung stehenden Studienplätze zu einem Teil in der Rangfolge der Durchschnittsnoten des Studienabschlusses und zu einem anderen Teil über Auswahlgespräche vergeben. Über den jeweiligen Anteil der Studienplätze, die aufgrund von Auswahlgesprächen vergeben werden, entscheidet der Prüfungsausschuss des Masterstudiengangs „Wirtschaftskommunikation“ semesterweise. Die Kriterien für das Auswahlverfahren werden in der „Ordnung zur Durchführung des Auswahlverfahrens zur Vergabe von Studienplätzen für den Masterstudiengang Wirtschaftskommunikation“ geregelt.

---

<sup>1</sup> FHTW AmtlMittBl. Nr. 17/02 S. 303 ff.

<sup>2</sup> FHTW AmtlMittBl. Nr. 08/05 S. 33.

- (3) Zulassungsvoraussetzungen für den Masterstudiengang „Wirtschaftskommunikation“ sind folgende:
1. Der Abschluss des Bachelorstudiengangs – „Wirtschaftskommunikation Bachelor of Business Communication Management“ oder der Abschluss des Diplomstudiengangs „Wirtschaftskommunikation“ mit einer Abschlussdurchschnittsnote von 2,0 oder besser
- oder
2. ein berufsqualifizierender Studienabschluss:  
mit einer Abschlussdurchschnittsnote von 2,0 oder besser in den Studiengängen:
    - Betriebswirtschaftslehre
    - Kommunikationsdesign
    - Internationale Medieninformatik
    - Medienwissenschaft
    - Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation
    - Kulturarbeit
    - Soziologie
    - Wirtschaftsrecht.
  2. Für Bewerber nach Absatz 2 Nr. 2 gilt zudem die Anforderung einer mindestens einjährigen Berufserfahrung in den Gebieten der Wirtschaftskommunikation.
  3. Über die Gleichwertigkeit von Abschlüssen anderer Studiengänge entscheidet der Prüfungsausschuss des Masterstudiengangs „Wirtschaftskommunikation“.

#### **§ 4 Ziele des Studiums**

- (1) Ziel des Masterstudiums ist die Vertiefung und Spezialisierung in den Bereichen Internationale Wirtschaftskommunikation, unternehmensinterne Kommunikationspolitik und Kommunikationsmanagement.
- (2) Das Masterstudium qualifiziert Absolventen und Absolventinnen durch einen wissenschaftlichen Abschluß (Master of Art) für eine Führungsposition als betriebswirtschaftlich und kommunikationswissenschaftlich geschulter Spezialist/geschulte Spezialistin der Wirtschaftskommunikation in allen Bereichen der internen oder externen Kommunikation in der nationalen und internationalen Wirtschaft.

#### **§ 5 Gegenstand des Studiums**

Gegenstand des Masterstudiums ist die theoretische und praktische Vermittlung von Planungs-, Gestaltungs- und Umsetzungskenntnissen auf allen Gebieten der internen und externen Unternehmens- und Marktkommunikation, des Design- und Kommunikationsmanagements.

#### **§ 6 Gliederung des Masterstudiengangs/Regelstudienzeit**

- (1) Das Masterstudium hat eine Dauer von 4 Fachsemestern (Regelstudienzeit).
- (2) Das Masterstudium ist entsprechend Anlage 1 modularisiert. Die Beschreibung der Module erfolgt in dem gesonderten Dokument „Modulbeschreibung für den Studiengang Wirtschaftskommunikation“.
- (3) Module sind inhaltlich zusammengefaßte Einheiten des Studiums, die von den Studierenden durch erfolgreichen Abschluß einer oder mehrerer Lehrveranstaltungen abgedeckt werden müssen.
- (4) Das Studium schließt mit dem erfolgreichen Abschluß aller Module, einer bestandenen Masterarbeit und einem bestandenen Kolloquium ab. Die Bearbeitung der Masterarbeit soll im 4. Semester erfolgen und 13 Wochen betragen.

#### **§ 7 Umfang und Einordnung des ergänzenden allgemeinwissenschaftlichen Lehrangebots**

Der Umfang der allgemeinwissenschaftlichen Ergänzungsfächer beträgt 2 Semesterwochenstunden (SWS).

#### **§ 8 Studienpläne**

Das Studium wird im einzelnen nach den Studienplänen gemäß Anlage 1 „Wirtschaftskommunikation“ durchgeführt.

## **§ 9 Modularisierung/Leistungspunkte des Studienangebots nach dem European Credit Transfer System (ECTS)**

(1) Die Inhalte der Lehrveranstaltungen und Projekte greifen besonders Aspekte der Internationalisierung, der vernetzten Arbeit und der Kooperation auf.

(2) Das Lehrangebot wird in der Regel durch den Studiengang "Wirtschaftskommunikation" der FHTW Berlin erbracht. Deshalb kann den Teilnehmern und Teilnehmerinnen eine hohe Flexibilität bei der Auswahl der Lehrveranstaltungen und Projekte geboten werden:

- Lehrveranstaltungen können aus dem Angebot anderer Studiengänge der FHTW Berlin nach Genehmigung durch den Prüfungsausschuss Wirtschaftskommunikation innerhalb der Belegfrist ausgewählt werden, soweit sie in Inhalt, Umfang und Art der Anforderungen sowie ECTS Gewichtung mit dem Lehrangebot des Studiengangs „Wirtschaftskommunikation“ der übereinstimmen.
- Lehrveranstaltungen anderer Hochschulen können anerkannt werden, soweit sie ein kommunikationsspezifisches Profil haben und vertiefenden Charakter aufweisen.

Über die Anerkennung der vorgenannten Lehrveranstaltungen entscheidet der Prüfungsausschuß Wirtschaftskommunikation.

(3) Um das Masterstudium der Wirtschaftskommunikation flexibel und international vergleichbar zu gestalten, werden die Module und Lehrveranstaltungen mit Leistungspunkten gemäß Anlage 1 dieser Ordnung versehen.

## **§ 10 Lehrveranstaltungen in englischer Sprache**

Lehrveranstaltungen oder Teile daraus können auch in englischer Sprache durchgeführt werden.

## **§ 11 Studienfachberatung**

Die Studienfachberatung obliegt einer hauptamtlichen Lehrkraft des Studiengangs. Sie unterstützt die Teilnehmer und Teilnehmerinnen im Studium durch eine studienbegleitende fachspezifische Beratung, insbesondere über Studienmöglichkeiten und -techniken im Studiengang sowie über die Gestaltung, den Aufbau und die Durchführung des Studiums und der Prüfungen.

## **§ 12 Inkrafttreten/Veröffentlichung**

Diese Ordnung tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung im Amtlichen Mitteilungsblatt der FHTW Berlin in Kraft.

Anlage 1 zur Studienordnung für den Masterstudiengang „Wirtschaftskommunikation“

Übersicht über die Module im Masterstudium

Mod	Module und zugehörige Lehrveranstaltungen			SWS					ECTS			
				1.	2.	3.	4.	Su	1.	2.	3.	4.
MM1	Interkulturelle Wirtschaftskommunikation	P	SU	4				4	6			
MM2	Wirtschaftssoziologie und –psychologie Unternehmenssoziologie Alternativ Wirtschafts-/Organisationspsychologie	WP	SU	4				4	6			
MM3	Empirie	P	SU Ü		2 2			4		6		
MM4	Finanzmanagement	P	SU	4				4	6			
MM5	Internationales Marketing	P	SU			4		4			6	
MM6	Kommunikations- und Medienwirtschaft Kommunikations- und Medienmanagement (Angebot nur SS) Alternativ Kommunikations- und Medienökonomie (Angebot nur WS)	WP	SU		4			4		6		
MM7	Konzerninterne Kommunikationspolitik	P	SU		4			4		6		
MM8	Komplexitäts- und Risikomanagement	P	SU			4		4			6	
MM9	Schnittstellenmanagement	P	SU		4					6		
MM10	Kommunikationskonzeption Designkonzeption (Angebot nur SS) Alternativ Markenkonzeption (Angebot nur WS)	WP	SU	4				4	6			
MM11	Didaktik, Rhetorik, Präsentation, Visualisierung	P	SU Ü			2 2		4			6	
MM12	Projektstudium	WP	Ü	2	4	4		10	3	6	6	
MM13	AWE-Fach <sup>3</sup>	WP	SU	2				2	3			
MM14	Seminar zur Masterarbeit	P	S			2		2			6	
	<b>Masterarbeit</b>											
MM15	Masterarbeit	P										30
	Summe SWS			20	20	18	0	58				
	Summe ECTS								30	30	30	30

- SU = seminaristischer Unterricht  
 Ü = Übung  
 S = Seminar  
 P = Pflichtfach  
 WP = Wahlpflichtfach

<sup>3</sup> Das AWE-Fach wird als Vorlesung angeboten.