



Universität Hamburg

Nr. 55 vom 23. August 2010

AMTLICHE BEKANNTMACHUNG

Hg.: Der Präsident der Universität Hamburg
Referat 31 – Qualität und Recht

-Korrigierte Fassung vom 9. Dezember 2010-

Änderung der Studienordnung für den Interdisziplinären Bachelorstudiengang „Sozialökonomie“ und die konsekutiven Masterstudiengänge „Europastudien“, „International Business Administration“, „Entrepreneurship“, „Human Resource Management – Personalpolitik“ und „Ökonomische und Soziologische Studien“

Vom 14. Juli 2010

Der Fakultätsrat der Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften hat am 14. Juli 2010 auf Grund von § 91 Absatz 2 Nummer 1 des Hamburgischen Hochschulgesetzes (HmbHG) vom 18. Juli 2001 (HmbGVBl. S. 171) in der Fassung vom 6. Juli 2010 (HmbGVBl. S. 437) die Änderung der Studienordnung für den Interdisziplinären Bachelorstudiengang Sozialökonomie und die konsekutiven Masterstudiengänge Europastudien, International Business Administration, Entrepreneurship, Human Resource Management – Personalpolitik und Ökonomische und Soziologische Studien vom 15. Juli 2009 mit den Änderungen vom 14. April 2010 beschlossen.

§ 1

Die Studienordnung für den Interdisziplinären Bachelorstudiengang Sozialökonomie und die konsekutiven Masterstudiengänge Europastudien, International Business Administration, Entrepreneurship, Human Resource Management – Personalpolitik und Ökonomische und Soziologische Studien vom 15. Juli 2009 mit den Änderungen vom 14. April 2010 werden wie folgt geändert:

1. In III.1 § 4 Absatz 2 wird im letzten Satz die Textstelle „nach Absatz 3“ durch die Textstelle „nach Absatz 4“ ersetzt.

2. In III.1 § 4 wird Absatz 3 gestrichen und wie folgt ersetzt:

„(3) In den ersten beiden Semestern sind Pflichtmodule zu absolvieren, die Grundlagen („Foundation“) und Anwendungen („Application“) von Managementfunktionen behandeln.

- Modul International Marketing and Management (Foundation)

Dieses Modul umfasst 10 Kreditpunkte und ist im ersten Semester zu absolvieren. Gegenstand des Moduls sind die Grundlagen und Strategien des internationalen Marketings. Globale Markteintritts-, Marktauswahl- und Marktbearbeitungsstrategien werden ebenso behandelt wie Grundfragen, Elemente und Probleme der internationalen Marketing-Forschung. Das Modul enthält ferner eine Veranstaltung zum interkulturellen Management international tätiger Unternehmen, in der die Grundlagen des internationalen Personalmanagements sowie die interkulturellen Aspekte der strategischen Gestaltung von Organisationsstrukturen, des organisatorischen Wandels und organisationalem Lernens sowie die wechselseitigen Beziehungen zwischen Organisationsstruktur, Unternehmenskultur und Landeskultur behandelt werden.

- Modul International Finance and Accounting (Foundation)

Dieses Modul umfasst 8 Kreditpunkte und ist im ersten Semester zu absolvieren. Dieses Modul beschäftigt sich einerseits mit den sozio-kulturellen und ökonomischen Gründen für die weltweite Verschiedenheit der Accounting-Systeme. Nach erfolgreicher Teilnahme an der Veranstaltung verfügen die Studierenden über ein fundiertes Wissen in Accounting in international tätigen Unternehmen. Sie sind in der Lage, Jahresabschlüsse nach internationalen Rechnungslegungsstandards (IAS/IFRS) zu interpretieren. Des Weiteren dient dieses Modul der Grundlagenbildung im internationalen Finanzmanagement und beschäftigt sich mit dessen Besonderheiten. Internationale Investitions- und Finanzierungsentscheidungen stehen im Vordergrund, dabei wird der Schwerpunkt auf Finanzierungsinstrumente und Ausschüttungspolitik auf der einen Seite und auf die moderne Kapitalmarkttheorie auf der anderen Seite gelegt.

- Modul International Management Strategies (Application)

Dieses Modul umfasst 12 Kreditpunkte und ist im ersten und zweiten Semester zu absolvieren. In diesem Modul werden unterschiedliche Projekte des Internationalen Managements aus verschiedenen Bereichen (Dienstleistungs-, Konsumgüter- und Investitionsgütermarketing, Internationales Finanzmanagement, Internationale Unternehmensführung und Internationale Unternehmensstrategien) als konkrete Fallstudien bearbeitet, präsentiert und diskutiert. Zusammen mit hochqualifizierten Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträgern aus dem internationalen Management werden konkrete Aufgaben vorgegeben und von den Studierenden in mehreren Schritten einer Lösung zugeführt. Die Bearbeitung erfolgt in interkulturellen Projektgruppen. Den interkulturellen Gruppen von Studierenden stehen bei der Fallbearbeitung unterstützend sowohl Vertreterinnen und Vertreter des Managements als auch des Lehrkörpers zur Verfügung.“

3. In III.1 § 4 wird Absatz 4 gestrichen und wie folgt ersetzt:

„(4) Im zweiten und dritten Semester sind Pflichtmodule zu absolvieren, die Vertiefungen („Specialization“) behandeln, und zwar Vertiefungen im Bereich der Managementfunktionen und des internationalen geschäftlichen Umfeldes, „Business Environments“. In jedem der Module besteht die Möglichkeit, zwischen verschiedenen Lehrveranstaltungen zu wählen.

- Modul International Marketing and Management (Specialization)

Dieses Modul umfasst 8 Kreditpunkte und ist im zweiten und/oder dritten Semester zu absolvieren. Dieses Modul ermöglicht den Studierenden eine Vertiefung im internationalen Marketing. Im Rahmen des Moduls werden die Planung, Umsetzung und Kontrolle von Marketingmixinstrumenten (Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Vertriebspolitik) unter internationalen und interkulturellen Aspekten diskutiert. Schließlich werden die erworbenen Erkenntnisse in der Markt- und Kaufverhaltensforschung, dem Strategischen Marketing und dem Marketing-Mix anhand von Praxisbeispielen und/oder Projekten angewendet. Des Weiteren werden in diesem Modul die Funktionen des Internationalen Human Resource Managements in interkultureller Perspektive und im internationalen Vergleich behandelt. Dabei stehen insbesondere die strategischen und operativen Konzepte der Personalauswahl, der Mitarbeiterführung, der Personalentwicklung, der Vergütung und der „Labourmanagement Relations“ im Zentrum der Betrachtung.

- Modul International Finance and Accounting (Specialization)

Dieses Modul umfasst 8 Kreditpunkte und ist im zweiten und/oder dritten Semester zu absolvieren. In diesem Modul stehen die speziellen Aspekte des internationalen Accountings wie beispielsweise „Encompass Business Combinations“, die „Equity Method of Accounting“, eine Einführung in das „Statement of Cash Flows“ und in das „Segment Reporting“, „Interim Financial

Statements“ und die „Presentation of Earnings per Share“ im Mittelpunkt der Betrachtungen. Dieses Modul stellt zudem eine umfassende Vertiefung der im Modul „International Finance and Accounting (Foundation)“ behandelten Themengebiete des internationalen Finanzmanagements dar. Fragestellungen zu den internationalen Eigenkapitalrichtlinien, dem Risikomanagement für international tätige Unternehmen sowie Derivaten und Trade Credit Insurance sind Gegenstand der Veranstaltung. Realitätsnahe Fallstudien runden die Lehrveranstaltungen ab.

- Modul International Management Responsibility and Supply Chain Management (Specialization)

Dieses Modul umfasst 12 Kreditpunkte und ist im zweiten und/oder dritten Semester zu absolvieren. In diesem Modul werden die Aspekte von Wissen und Moral in global agierenden Unternehmen behandelt. Dabei werden Grundbegriffe und philosophische Grundpositionen in der Ethik behandelt und Möglichkeiten einer methodisch-rationalen Ethikdiskussion herausgearbeitet. Auf dieser Grundlage werden Religionen und moralphilosophische Denksätze behandelt und es wird diskutiert, welche Konsequenzen sich jeweils für das internationale Management daraus ergeben können. Diese Diskussion wird konkretisiert durch Ansätze der Corporate Governance, der Corporate Social Responsibility und der Corporate Citizenship. Das Modul gibt auch einen Einblick in die Komplexität und die aktuelle Bedeutung der internationalen Logistik. Hierbei werden internationale Aspekte der Gestaltung von Objektflüssen (Güter, Informationen, Werte), wie die Architektur intelligenter, modularer Versorgungs- und Wertschöpfungsketten entlang den Prozessstufen der Lieferkette (Supply Chain Management) sowie Fragen der Organisation des Transportes, Umschlages, Lagerung und Verpackung von Waren zu See (Maritimes Management) und in der Luft (Aviation Management) behandelt.

- Modul International Business Environments (Specialization)

Dieses Modul umfasst 12 Kreditpunkte und ist im zweiten und/oder dritten Semester zu absolvieren. Im Rahmen eines wechselnden Lehrveranstaltungsangebots werden Spezialisierungen angeboten, die es ermöglichen, soziale, politische, rechtliche, ökologische und volkswirtschaftliche Themen zu behandeln. Es sind Lehrveranstaltungen aus mindestens zwei der drei Fachgebiete VWL, Soziologie und Recht auszuwählen.“

4. In III.1 § 4 Absatz 5 werden die Sätze 1 und 2 gestrichen und wie folgt ersetzt:

„8 Kreditpunkte müssen im dritten Semester aus Kursen des Wahlbereiches erworben werden. Der Wahlbereich setzt sich zusammen aus allen Lehrveranstaltungen der Module des Absatzes 4, soweit sie nicht bereits zur Erfüllung der Verpflichtung aus diesem Absatz gewählt worden sind.“

5. III.1 § 5 wird gestrichen und wie folgt ersetzt:

„(1) Der zuständige Masterausschuss entscheidet zu Semesterbeginn in Absprache mit den betreffenden Veranstaltungsleitern bzw. Veranstaltungsleiterinnen, welche Prüfungsformen in den einzelnen Veranstaltungen angeboten werden. Setzt sich die Prüfungsleistung aus vorlesungsbegleitenden Leistungen und einer abschließenden mündlichen Prüfung zusammen, so sind beide Teile mit je 50% zu gewichten.

(2) Werden Veranstaltungen, die originär anderen Masterprogrammen zugeordnet sind, abgeschlossen, so kommen die dort gültigen Prüfungsformen zur Anwendung.

(3) Ein Kurs nach III.1 § 4 Absatz 3 kann in Abstimmung mit der jeweiligen Kursleiterin bzw. dem jeweiligen Kursleiter durch eine Große Hausarbeit im Umfang von 20 bis 25 Seiten abgeschlossen werden. Für diesen Kurs werden dann 2 zusätzliche Kreditpunkte vergeben. Es können maximal drei große Hausarbeiten geschrieben werden, wobei pro Modul nur eine große Hausarbeit angerechnet werden kann.“

6. In III.1 § 6 wird Absatz 1 gestrichen und wie folgt ersetzt:

„(1) Alle Studierenden müssen ein Praktikum mit internationalem Bezug im Umfang von mindestens drei Monaten absolvieren. Das Praktikum muss von der bzw. dem Programmverantwortlichen des Masterprogramms genehmigt werden. Bildungsinländerinnen bzw. Bildungsinländer führen das Praktikum in einem fremdsprachigen Land durch, ausländische Studierende hingegen in Deutschland oder einem anderen Land, dessen Landessprache nicht ihre Muttersprache ist. Praktikumsstellen müssen zuvor von der Leiterin bzw. dem Leiter des Studiengangs bzw. dessen Vertreterin oder Vertreter genehmigt werden. Das Praktikum ist in der Regel zu Beginn des vierten Semesters zu absolvieren. Der Masterausschuss kann in begründeten Fällen auf Antrag eine andere Regelung treffen.“

7. In III.1 § 6 wird Absatz 4 ersatzlos gestrichen.

§ 2

Die Änderungen gelten erstmals für Studierende, die ihr Studium zum Wintersemester 2010/2011 aufnehmen.

Hamburg, den 14. Juli 2010
Universität Hamburg