

Auf der Grundlage der §§ 55 Abs. 3 Satz 1, 67 Abs. 3 Satz 1 Nr. 8 und 77 Abs. 2 Satz 5 Nr. 1 des Hochschulgesetzes des Landes Sachsen-Anhalt (HSG LSA) in der Fassung der Bekanntmachung vom 14. Dezember 2010 (GVBl. LSA 2010, S. 600, 2011, S. 561), zuletzt geändert durch Artikel 14 Abs. 15 des Gesetzes vom 13. Juni 2018 (GVBl. LSA S. 72, 118), hat die Hochschule Harz die folgende Studienordnung beschlossen:

Studienordnung für den Studiengang „Tourism and Destination Management (M.A.)“

vom 13.05.2020

Inhaltsübersicht

- § 1 Geltungsbereich
- § 2 Ziel des Studiums und Qualifikationsniveau
- § 3 Spezifische Ausgestaltungsmerkmale
- § 4 Regelstudienzeit und Studiumumfang
- § 5 Studienplan
- § 6 Masterabschlussprüfung
- § 7 Anwendung und Inkrafttreten

Anlagen

- Anlage 1: Studienplan Tourism and Destination Management (M.A.)
mit 3-semesterigem Studienverlauf
- Anlage 2: Studienplan Tourism and Destination Management (M.A.)
mit 4-semesterigem Studienverlauf (extended)

§ 1 Geltungsbereich

- (1) Der Studiengang „Tourism and Destination Development (M.A.)“ wird mit Inkrafttreten dieser Ordnung in „Tourism and Destination Management (M.A.)“ umbenannt. Regelungen anderer Ordnungen für den Studiengang „Tourism and Destination Development (M.A.)“ gelten uneingeschränkt für „Tourism and Destination Management (M.A.)“ weiter.
- (2) Für diesen Studiengang gilt die Prüfungsordnung für die Masterstudiengänge „Business Consulting (M.A.)“, „Tourism and Destination Development (M.A.)“, „Konsumentenpsychologie und Marktforschung (M.Sc.)“ und „FACT – Finance, Accounting, Controlling, Taxation & Law (M.A.)“ des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften an der Hochschule Harz vom 14.10.2015 in der jeweils geltenden Fassung. Auf ihrer Grundlage regelt diese Studienordnung Inhalt und Aufbau des Studiums sowie die Zuordnung von ECTS-Leistungspunkten zu Modulen.

§ 2 Ziel des Studiums und Qualifikationsniveau

- (1) Ziel des Studiengangs ist die Qualifizierung von Fach- und Führungskräften, die das Management von Destinationen und weiteren touristischen Akteuren gestalten.
- (2) Nach bestandener Masterprüfung verleiht die Hochschule Harz den akademischen Grad „Master of Arts (M.A.)“. Mit dem Studienabschluss wird die Befähigung zu einer auf weiterführenden wissenschaftlichen Grundlagen beruhenden selbstständigen Tätigkeit in fächerübergreifenden Kontexten nachgewiesen. Der Abschluss entspricht Stufe 7 des Deutschen und des Europäischen Qualifikationsrahmens sowie Stufe 2 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse.

§ 3 Spezifische Ausgestaltungsmerkmale

- (1) Der Studiengang wird als Vollzeitstudium angeboten.
- (2) Der Studiengang kann mit einem 3-semesterigen und einem 4-semesterigen Studienverlauf (Zusatz „extended“) angeboten werden. Die Zulassungsvoraussetzungen ergeben sich aus der Zulassungsordnung für die Masterstudiengänge „Business Consulting (M.A.)“, „Tourism and Destination Development (M.A.)“, „Konsumentenpsychologie und Marktforschung (M.Sc.)“ und „FACT - Finance, Accounting, Controlling, Taxation & Law (M.A.)“ vom 14.10.2015 in der jeweils geltenden Fassung.
- (3) Ein ECTS-Leistungspunkt entspricht in diesem Studiengang einem Arbeitsaufwand von 30 Arbeitsstunden.
- (4) Bei Studienbeginn im Sommersemester kehrt sich die Abfolge der Studiensemester 1 und 2 um.
- (5) Für Projekte sowie die Masterarbeit und das Masterseminar können von den Vorlesungszeiten abweichende Bearbeitungszeiten vorgegeben werden. Das Masterseminar kann an der Hochschule Harz oder an einem anderen Ort im In- oder Ausland stattfinden.
- (6) Das Lehrangebot besteht teilweise aus englischsprachigen Lehr- und Lernangeboten.
- (7) Als Zulassungsaufgabe kann entsprechend den Regelungen der Zulassungsordnung für die Masterstudiengänge „Business Consulting (M.A.)“, „Tourism and Destination Development (M.A.)“, „Konsumentenpsychologie und Marktforschung (M.Sc.)“ und

„FACT -Finance, Accounting, Controlling, Taxation & Law (M.A.)" vom 14.10.2015 in der jeweils geltenden Fassung die Teilnahme an einem „Brückenkurs Tourismusmanagement“ festgelegt werden. Dieser Brückenkurs soll einen Umfang von 5 ECTS-Leistungspunkten nicht überschreiten. Detailregelungen werden in einem Learning Agreement festgelegt. Die Erfüllung dieser Auflage muss bis zur Anmeldung des Kolloquiums sichergestellt sein.

- (8) Das Modul „Internationale Tourismuspolitik und -planung“ ist ein Wahlpflichtmodul. Zusätzlich zu der Unit „Sustainable Tourism and Quality of Life“ ist entsprechend des ausgewiesenen Angebots entweder die Unit „Case Studies“ oder die Unit „2. Fremdsprache“ zu wählen.

Neben dem im Studienplan vorgegebenen Angebot können in Absprache mit dem/der Studiengangskoordinator/in auch Module aus anderen Studiengängen der Hochschule Harz gewählt werden. Dies ist in einem individuellen Learning Agreement festzulegen.

- (9) Soweit die Lehrveranstaltungen und Prüfungs-/Studienleistungen aus anderen Studiengängen der Hochschule Harz stammen, richten sich die Art der Prüfungs-/Studienleistung und die Wichtung der Unitnoten nach der Studienordnung des modulverantwortlichen Studiengangs.
- (10) Für das Auslands-/Forschungs-/Praxissemester sind die Regelungen der Praktikumsordnung für die Bachelor-Studiengänge des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften vom 12.04.2006 in der jeweils geltenden Fassung für das erste Praktikum/Auslandssemester entsprechend anzuwenden. Die Einzelheiten werden in einem Learning Agreement festgelegt.
- (11) Studierende von Partnerhochschulen im Doppelabschlussprogramm erhalten die Abschlussurkunde der Hochschule Harz unter der Voraussetzung, dass mindestens 60 ECTS-Leistungspunkte während des Studienaufenthaltes an der Hochschule Harz erbracht wurden. Eine Gesamtnote für die an der Hochschule Harz erbrachten Leistungen wird anhand der Wichtung der ECTS-Leistungspunkte berechnet. Eine Note für den Masterabschluss an der Hochschule Harz wird nicht vergeben.

§ 4 Regelstudienzeit und Studiumumfang

Die Regelstudienzeit beträgt

- a. für den 3-semesterigen Studienverlauf einschließlich der Masterabschlussprüfung 3 Semester. Für einen erfolgreichen Masterabschluss sind 90 ECTS-Leistungspunkte nach Maßgabe des Studienplans zu erreichen.
- b. für den 4-semesterigen Studienverlauf (extended) einschließlich der Masterabschlussprüfung 4 Semester. Für einen erfolgreichen Masterabschluss sind 120 ECTS-Leistungspunkte nach Maßgabe des Studienplans zu erreichen.

§ 5 Studienplan

Die Studienpläne (siehe Anlagen) sind Bestandteile dieser Ordnung und regeln Inhalt und Aufbau des Studiums, insbesondere die Bestandteile der Module, die Zuordnung der ECTS-Leistungspunkte zu Modulen, die Zusammensetzung der Masterprüfung sowie die Bildung der Masterabschlussnote.

§ 6 Masterabschlussprüfung

Für das Modul Masterabschlussprüfung wird keine Modulnote gebildet. Der Bearbeitungszeitraum für die Masterarbeit beträgt 5 Monate.

§ 7 Anwendung und Inkrafttreten

- (1) Diese Studienordnung findet Anwendung auf Studierende, die ab dem Wintersemester 2020 / 2021 neu immatrikuliert werden.
- (2) Die Studienordnung tritt nach Genehmigung durch den Rektor der Hochschule Harz am Tage nach ihrer hochschulöffentlichen Bekanntmachung im Amtlichen Mitteilungsblatt in Kraft.
- (3) Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Fachbereichsrates des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften der Hochschule Harz vom 13.05.2020 und der Stellungnahme des Senats der Hochschule Harz vom 27.05.2020.

Wernigerode, 16.06.2020

Prof. Dr. Folker Roland

Rektor der Hochschule Harz
Hochschule für angewandte Wissenschaften

Anlage 1: Studienplan Tourism and Destination Management (M.A.) mit 3-semesterigem Studienverlauf

Modul	Unit	FS	SWS	Prüfungs-/Studienleistung	Anteil an Modulnote	ECTS-Leistungspunkte	Anteil an Gesamtnote
Produktentwicklung	Strategisches Qualitätsmanagement	1	2	HA / RF / PA / K120		5	5%
	Beratungsprojekt	1	2				
Destinationsmarketing I	Touristische Medienkonzepte	1	2	HA / RF / K90	33,33%	7,5	8%
	Tourismus-Psychologie	1	2	HA / RF / K90	33,33%		
	Erlebnisinszenierung in der Destination	1	2	HA / RF / PA / K90	33,33%		
Tourismuspolitik und -planung	Digitalisierung im Tourismus	1	2	HA / RF / PA / K120		5	5%
	Touristische Standortfaktoren	1	2				
Managementkompetenzen I	Cross Cultural Management	1	2	HA / RF / PA / K120		5	5%
	Soziale Kompetenz	1	2				
Methodenkompetenzen I	Methodenlehre	1	1	SL	0%	5	5%
	Projektmanagement (TDM)	1	1	SL	0%		
	Quellmarktanalyse	1	2	HA / RF / PA	100%		
Destinationsmarketing II	Meeting- und Event-Management	2	2	HA / RF / K90	33,33%	7,5	8%
	Destinationsstrategien	2	2	HA / RF / K90	33,33%		
	Strategische Kooperation und Kommunikation	2	2	HA / RF / K90	33,33%		
Internationale Tourismuspolitik und -planung	Sustainable Tourism and Quality of Life	2	2	HA / RF / PA		5	5%
	Case Studies*	2	2				
	2. Fremdsprache*	2	2				
Managementkompetenzen II	Evidence-based Change Management	2	2	HA / RF / PA / K120		5	5%
	Controlling und Kostenmanagement	2	2				
Methodenkompetenzen II	Geodaten im Tourismus	2	2	HA / RF / PA / K120 / MP		5	5%
	Quantitative und qualitative Methoden	2	2	HA/RF/K90/MP			
Fremdsprache	Professional English I	1	2	HA / RF / K90 / MP	50%	5	5%
	Professional English II	2	2	HA / RF / K90 / MP	50%		
Destinationsprojekt		2	4	HA / RF / PA		5	5%
Masterseminar		3	4	RF		5	5%
Masterabschlussprüfung	Masterarbeit	3		MA		20	30%
	Kolloquium	3		KO		5	4%
			52			90	100%

* Es ist entweder die Unit „Case Studies“ oder die Unit „2. Fremdsprache“ zu wählen.

Anlage 2: Studienplan Tourism and Destination Management (M.A.) mit 4-semesterigem Studienverlauf (extended)

Modul	Unit	FS	SWS	Prüfungs-/Studienleistung	Anteil an Modulnote	ECTS-Leistungspunkte	Anteil an Gesamtnote
Produktentwicklung	Strategisches Qualitätsmanagement	1	2	HA / RF / PA / K120		5	4,5%
	Beratungsprojekt	1	2				
Destinationsmarketing I	Touristische Medienkonzepte	1	2	HA / RF / K90	33,33%	7,5	7%
	Tourismus-Psychologie	1	2	HA / RF / K90	33,33%		
	Erlebnisinszenierung in der Destination	1	2	HA / RF / PA / K90	33,33%		
Tourismuspolitik und -planung	Digitalisierung im Tourismus	1	2	HA / RF / PA / K120		5	4,5%
	Touristische Standortfaktoren	1	2				
Managementkompetenzen I	Cross Cultural Management	1	2	HA / RF / PA / K120		5	4,5%
	Soziale Kompetenz	1	2				
Methodenkompetenzen I	Methodenlehre	1	1	SL	0%	5	4%
	Projektmanagement (TDM)	1	1	SL	0%		
	Quellmarktanalyse	1	2	HA / RF / PA	100%		
Destinationsmarketing II	Meeting- und Event-Management	2	2	HA / RF / K90	33,33%	7,5	7%
	Destinationsstrategien	2	2	HA / RF / K90	33,33%		
	Strategische Kooperation und Kommunikation	2	2	HA / RF / K90	33,33%		
Internationale Tourismuspolitik und -planung	Sustainable Tourism and Quality of Life	2	2	HA / RF / PA		5	4,5%
	Case Studies*	2	2				
	2. Fremdsprache*	2	2				
Managementkompetenzen II	Evidence-based Change Management	2	2	HA / RF / PA / K120		5	4,5%
	Controlling und Kostenmanagement	2	2				
Methodenkompetenzen II	Geodaten im Tourismus	2	2	HA / RF / PA / K120 / MP		5	4,5%
	Quantitative und qualitative Methoden	2	2	HA/RF/K90/MP			
Fremdsprache	Professional English I	1	2	HA / RF / K90 / MP	50%	5	4,5%
	Professional English II	2	2	HA / RF / K90 / MP	50%		
Destinationsprojekt		2	4	HA / RF / PA		5	4,5%
Auslands-/Forschungs-/Praxissemester		3		siehe jeweiliges Learning Agreement		30	12%
Masterseminar		4	4	RF		5	2%
Masterabschlussprüfung	Masterarbeit	4		MA		20	29%
	Kolloquium	4		KO		5	3%
			52			120	100%

* Es ist entweder die Unit „Case Studies“ oder die Unit „2. Fremdsprache“ zu wählen.

Erläuterungen zu den Anlagen 1 und 2

Bei mehreren durch Schrägstrich (/) getrennte Prüfungsleistungen wird nur eine Prüfung durchgeführt.

Die konkrete Prüfungsleistung wird zu Beginn des jeweiligen Semesters durch die Prüfenden festgelegt und bekannt gegeben.

Abkürzungen:

ECTS European Credit Transfer and Accumulation System
FS Fachsemester
SWS Semesterwochenstunden

HA Hausarbeit
K90 / 120 Klausurarbeit 90 / 120 Minuten
KO Kolloquium
MA Masterarbeit
MP Mündliche Prüfung
PA Projektarbeit
RF Referat
SL Studienleistung