

**Satzung zur Änderung der Studien- und Prüfungsordnung für
den Masterstudiengang International Management
an der Technischen Hochschule Aschaffenburg
(SPO M-IntMan) vom 17.05.2023**

vom 26. Juli 2023

Aufgrund von Art. 9 Satz 1, Art. 80 Abs. 1 und Art. 84 Abs. 2 des Bayerischen Hochschulinnovationsgesetzes (BayHIG) vom 5. August 2022 (GVBl. S. 414, BayRS 2210-1-3-WK), das durch § 3 des Gesetzes vom 23. Dezember 2022 (GVBl. S. 709) geändert worden ist, erlässt die Technische Hochschule Aschaffenburg folgende Satzung:

Artikel 1

Die Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang International Management an der Technischen Hochschule Aschaffenburg (SPO M-IntMan) vom 17.05.2023 wird wie folgt geändert:

1. In § 6 Abs. 1 Satz 1 und Abs. 3 werden jeweils die Wörter „der Anlage“ durch die Wörter „den Anlagen“ ersetzt.
2. In § 7 Abs. 2 Nr. 1, § 8 Abs. 2 Satz 2 und § 10 wird jeweils nach dem Wort „Anlage“ die Zahl „1“ eingefügt.
3. Die bisherige Anlage wird Anlage 1.
4. Nach Anlage 1 wird die Anlage 2 aus dem Anhang zu dieser Satzung angefügt.

Artikel 2

Diese Satzung tritt am 1. Oktober 2023 in Kraft.

Anhang:

Anlage 2 zur Studien- und Prüfungsordnung für den **Masterstudiengang International Management** an der Technischen Hochschule Aschaffenburg

1. Übersicht über die Prüfungsinhalte der Pflichtmodule (Block 1)

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Prüfungsinhalte
A	International Management	<ul style="list-style-type: none">• Umfassende Kenntnisse in der Durchführung globaler Umweltanalysen• Profundes Verständnis von Ethik und sozialer Verantwortung von Unternehmen im internationalen Kontext• Kenntnisse über Wege und Verläufe der Internationalisierung• Fähigkeiten in der Länderanalyse und -auswahl• Interkulturelles Management bei der Führung internationaler Teams und Unternehmen• Herausforderungen und Phasen von internationalen Verhandlungen• Ansätze für internationale Geschäftsstrategien und die Herausforderungen und Schritte ihrer Umsetzung• Kenntnis der verschiedenen Organisationsstrukturen multinationaler Konzerne
B	Case Studies in International Management	<ul style="list-style-type: none">• Internationale Marktanalyse• Methoden zur internationalen Marktselektion• Methoden zur Definition von internationalen Markteingangsstrategien• Methoden zur Definition von Business Modellen• Anwendung dieser Methoden in Bezug auf internationale Case Studies• Internationale Marktanalyse im Kontext geopolitischer Risiken und Chancen• Methoden zur Evaluierung von Export- und Marktzulassungskriterien• Kulturelles Management im Kontext transnationaler Firmenübernahmen• Anwendung dieser Methoden in Bezug auf internationale Case Studies

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Prüfungsinhalte
C	International Law	<p>Grundlagen, Grundbegriffe und Vertiefung des internationalen Vertragsrechts am Beispiel des UN-Kaufrechts, insbesondere:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entstehungsgeschichte und wirtschaftliche Bedeutung des CISG • Aufbau und Regelungslücken • Vor- und Nachteile des CISG • Anwendungsbereich und Voraussetzungen, insbesondere persönlich, zeitlich, räumlich • Ausschluss des CISG • Allgemein Bestimmungen des CISG, insbes. Art. 7 ff • Vertragsschluss nach CISG, insbes. Art. 14 ff • Vertragsverletzung nach CISG • Pflichten und Rechtsbehelfe des Käufers, Art. 53 ff • Pflichten und Rechtsbehelfe des Verkäufers, Art. 30 ff CISG • Umgang mit Case Law, Analyse und Lösung praktischer Fälle des CISG • Grundbegriffe und Grundlagen: Internationales Zivilverfahrensrecht, Arbitration, Dispute Resolution. <p>Grundlagen, Grundbegriffe und Vertiefung des Europäischen Rechts, insbesondere:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Geschichte und Entwicklung der EU • Die Rechtsquellen des Unionsrechts • Die Institutionen der EU • Die Gesetzgebung in der EU • Rechtsgrundsätze im Unionsrecht • Vorrang des Unionsrechts • Zusammensetzung und Aufgabe des EuGH • Rechtsprechung und Verfahren vor dem EuGH bzw. dem Gericht (1. Instanz) • Zielsetzung und Wirkmächtigkeit des EuGH • Ausgewählte EuGH-Urteile • Der Binnenmarkt: Grundlagen, Grundsätze, Ziele • Die Grundfreiheiten: Überblick und Funktionsweise • Warenverkehrsfreiheit und Rechtsprechung diesbezüglich • Grundlagen des Europäischen Gesellschaftsrechts • Überblick: Internationales Verfahrensrecht • Wichtige Vorschriften der EuGVVO betreffend die Internationale Gerichtszuständigkeit

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Prüfungsinhalte
D	International Competencies: International Cooperation & Communication	<ul style="list-style-type: none"> • Internationale Kompetenzen: Interkulturelle Zusammenarbeit und Kommunikation - Theorien, Ansätze, Modelle, Konzepte, Praktiken und Trends der interkulturellen Kommunikation (kulturelle Dimensionen, Typologien, Standards usw.) • Theoretische und praktische Kenntnisse und Anwendung der interkulturellen und wirtschaftlichen Terminologie • Kulturelle Identitäten, kulturelle Einflüsse und Unterschiede (varieties) • Unterschiedliche nationale Geschäftspraktiken, Führungsstile/ -qualitäten und Unternehmensstrukturen/-muster in interkulturell komplexen persönlichen und virtuellen Geschäftssituationen • Persönliche und Online-Kommunikation in differenzierter und substantieller englischer Fachterminologie mit Menschen aus anderen Kulturkreisen • Analyse verschiedener Zielkulturen und ethischer Systeme sowie kulturell unterschiedlicher Managementansätze und der zugrunde liegenden gesellschaftlichen (z.B. historischen, philosophischen, religiösen) Prinzipien • Anwendung von interkulturellen Konfliktstrategien zur Überbrückung kultureller Unterschiede • Entwicklung von gesprochenen, akustischen, aufgezeichneten, gedruckten und digitalen Materialien/Modulen für nachhaltige interkulturelle Trainingskurse und Konferenzen • Identifizierung und kritische Bewertung wissenschaftlicher Forschung auf dem Gebiet der interkulturellen Zusammenarbeit und Kommunikation • Formulierung und Verwendung von Schlüsselterminologie/Konzepten im Bereich der interkulturellen Zusammenarbeit und Kommunikation • Definition und kritische Betrachtung aktueller Probleme, Fragestellungen, Herausforderungen und Implikationen für interkulturelle Kooperation und Kommunikation, Anwendung dieses Wissens und Lernens auf empirische Beispiele und Forschung • Recherche, Zusammenfassung, Überprüfung und reflektierte und kritische Auseinandersetzung mit forschungsbasierter interkultureller Literatur • Effektive mündliche und schriftliche Kommunikation in jedem interkulturellen Umfeld • Eigenständige Arbeit – individuell und als Teil eines Teams – zu Ideen und Themen und effektive Kommunikation und Präsentation dieser in Form von mündlichen und schriftlichen Präsentation im Rahmen des Kurses sowie von COIL (Collaborative Online International Learning) mit Studierenden von Partnerinstitutionen- • Argumentieren, Diskutieren, Teamarbeit, Präsentieren und Verhandlungsmechanismen usw. in einem interkulturellen Kontext mit Englisch als Lingua franca unter Verwendung von COIL (Collaborative Online International Learning), interaktiven und innovativen interkulturellen Lehrmethoden sowie digitalen Tools (Rollenspiele, Simulationen, Culture Assimilators, Critical Incidents, Fallstudien, Storytelling, Improvisation, Selbstevaluierungstechniken usw.) unter dem Blickwinkel regionaler, sektoraler und funktionaler Kompetenzen • länder- und branchenspezifischen Themen: Zusammenstellung, Analyse und Präsentation von Print- und Video-Critical Incidents und Fallstudien mit besonderem Fokus auf Asien • Kulturelle Dimensionen, Typologien und Standards und ihre Auswirkungen auf nationale Geschäftspraktiken; nationale Geschäftsetiketten • nationale Führungsstile (Werte, Prioritäten, Erwartungen), Unternehmensstrukturen und Teamarbeit • (geschäftszbezogene) kulturell geprägte Kommunikationsformen wie Präsentations- und Verhandlungsmuster; Trends im Kommunikationsstil, die mit kulturellen Unterschieden korrelieren • interkulturelle Fragen des Personalwesens, der Personalauswahl/-einstellung und der Vorbereitung auf einen Auslandseinsatz (Expatriierung, Kulturschock, Repatriierung) • interkulturelle Aspekte von Vertrieb und Marketing (Werbung, PR) • interkulturelle/globale vs. lokale Analyse spezifischer Sektoren und ausgewählter Fälle (Unternehmensbeispiele für Best Practices/ Culture Clashes)

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Prüfungsinhalte
E	International Economics and Trade	<p>Realökonomische Internationale Wirtschaftsbeziehungen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Daten und Fakten der Globalisierung • Definition multinationaler Unternehmen und deren Aktivitäten • Messung ökonomischer Wertschöpfung in Systemen der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung • Traditionelle Modelle internationalen Handels und Modelle mit unvollständigem Wettbewerb • Externe Effekte, Geografie und Handel • Instrumente und Institutionen der Handelspolitik • Strategische Handelspolitik und die politische Ökonomie des Handels <p>Monetäre Internationale Wirtschaftsbeziehungen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zahlungsbilanz • Devisenmarkt • Arbitrage, Hedging und Spekulation • Internationale Makroökonomik • Wechselkursstheorie • Währungspolitik • Internationale Währungs-, Wirtschafts- und Schuldenkrisen

2. Übersicht über die Prüfungsinhalte der Pflichtmodule, Wahlpflichtmodule und Wahlmodule (Block 2)

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Prüfungsinhalte
F	Advanced International Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Internationales Unternehmensumfeld • Anpassung der Wettbewerbsmittel auf den internationalen Märkten • Modalitäten der Geschäftstätigkeit auf internationalen Märkten • Strategien der Internationalisierung • Neue Möglichkeiten im internationalen Marketing durch die Digitalisierung
G	International Human Resources	<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnisse in internationalen HR-Strategien • Überblick über Theorien und Instrumente des Personalmanagements mit vertiefenden Studien zu den verschiedenen Funktionen des internationalen Personalmanagements (HRM) • Erfolgreiche Ansätze bei der Rekrutierung und Personalauswahl im internationalen Kontext • Herausforderungen bei der grenzüberschreitenden Mitarbeiterbeurteilung • Grundlegende Kenntnisse in internationalen Vergütungs- und Leistungskonzepten • Personaltraining und -entwicklung für internationale Einsätze • Entwicklung in Bereichen wie internationales HR-Outsourcing, Talent Retention, Praktiken der internationalen Führungskräfteentwicklung, usw.
H	Wahlpflichtmodul I Intensive Period Global Management Studies (IPGMS)	siehe aktuellen Studienplan
I	Wahlpflichtmodule II Advanced International Management (AIM)	
I 1	Advanced International Management (AIM) 1	siehe aktuellen Studienplan
I 2	Advanced International Management (AIM) 2	siehe aktuellen Studienplan
I 3	Internship abroad	<ul style="list-style-type: none"> • Inhalte des Auslandspraktikums • Präsentation

3. Übersicht über die Prüfungsinhalte der Pflichtmodule und Masterarbeit im 3. Studiensemester

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Prüfungsinhalte
J	Presentation & Moderation	<ul style="list-style-type: none"> • Verbale und nonverbale Fähigkeiten in Präsentation und Moderation • Verbesserung des individuellen Präsentationsstils: Organisation und Präsentation von Schlüsselbotschaften und -materialien in einer engagierten Art und Weise • Erweitertes Wissen in der digitalen Arbeitsumgebung sowie im Spektrum der Soft-Skills für professionelle Geschäftspräsentationen mit internationalem Publikum • Praktische Moderationstechniken für die Vermittlung von internationalen Geschäftsbesprechungen und Interviewtechniken in der Wirtschaft sowie in Forschungsszenarien (z. B. Geschäftspräsentationen, Workshops, Brainstorming-Sitzungen, forschungsorientierte Interviews usw.) • Erfordernis an akademisches Schreiben im internationalen Kontext, Präsentation und der Überprüfung von angewandten Forschungsmethoden
K	Masterproject	
K1	Research Seminar	<ul style="list-style-type: none"> • Präsentation der Inhalte der Masterarbeit (30 Minuten, zzgl. 15 Minuten Diskussion) • Diskussion der Präsentationen anderer Studierender
K2	Masterthesis	<ul style="list-style-type: none"> • Schriftliche Arbeit im akademischen Stil auf Masterniveau • Umfang ca. 60-70 Seiten • Sprache: Englisch • Akademischer Zitierstil • Das Thema der Masterarbeit muss einen sichtbaren internationalen Bezug haben und zu den Inhalten des Studiengangs in Beziehung stehen