

Studienordnung (Satzung) für den internationalen weiterbildenden Master of Business Administration (MBA in International Management) Fachbereich Wirtschaft der Fachhochschule Kiel in Kooperation mit der Universität Kantabrien, Santander

Aufgrund des § 52 Abs. 10 des Gesetzes über die Hochschulen und das Universitätsklinikum Schleswig-Holstein (Hochschulgesetz - HSG) in der Fassung der Bekanntmachung vom 28. Februar 2007 (GVOBl. Schl.-H. S. 184) wird nach Beschlussfassung durch den Konvent des Fachbereiches Wirtschaft der Fachhochschule Kiel vom 24. Juni 2004 und vom 18. April 2007 folgende Satzung erlassen:

§ 1 Geltungsbereich

Diese Studienordnung regelt auf der Grundlage der jeweils gültigen Prüfungsordnung und der Rahmenstudienordnung der Fachhochschule Kiel Ziel, Aufbau und Inhalt des o.g. Studiums.

§ 2 Studienziel und Studium

(1) Ziel dieses MBA-Studiums ist es, die Studierenden mit den betriebswirtschaftlichen Fähigkeiten und Kenntnissen auszustatten, die nötig sind, um in einem internationalen betrieblichen Umfeld agieren zu können. Dieses Umfeld ist durch die Internationalisierung des Managements, verstärkten Wettbewerbs und stetiger Anwendung neuer Technologien charakterisiert.

(2) Um dieses Ziel zu erreichen, stattet das MBA-Programm die Studierenden mit den folgenden Fähig- und Fertigkeiten sowie mit folgendem Wissen aus:

- Die Studierenden lernen, Betriebe aus strategischer Perspektive zu betrachten. Auf der Basis dieser strategischen Betrachtungen erwächst ein Verständnis für Handlungsweisen, die im internationalen Wettbewerb notwendig sind.
- Die Studierenden werden darin unterwiesen, ökonomischen Faktoren des betrieblichen Umfelds zu identifizieren, zu definieren und zu analysieren. Weiterhin werden die Studierenden in die Lage versetzt, jene technologischen Faktoren zu identifizieren, zu definieren und zu analysieren, die notwendig sind, um sich an Veränderungen anzupassen und entsprechende Entscheidungen zu treffen.
- Die Studierenden werden sich ein detailliertes Wissen über Theorien und Techniken effektiver Kommunikation aneignen. Diese dienen dazu, im Kontext des technologischen, sozialen und ethischen Wandels bessere Interpretationen zu liefern. Sie werden als Bestandteil des strategischen Managements angesehen.
- Die Studierenden werden Fähigkeit erwerben, ein Team zu managen und die betriebliche Ressourcen so zu organisieren, dass erfolgreiche Projekte realisiert werden können. Darüber hinaus werden sie die notwendigen Fertigkeiten erlangen, Technologie- sowie Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten als strategischen Faktor in Betriebe einzubringen.
- Wiederholte Gruppenarbeit sorgt dafür, dass die zwischenmenschlichen und interkulturellen Fähigkeiten verbessert und dass Führungsqualitäten entwickelt werden.
- Die Studierenden werden die nötigen Fähigkeiten erlernen, um Kommunikationspläne (Corporate Communication Plans) innerhalb eines Betriebes zu entwerfen und einzuführen sowie erfolgreich Verhandlungen in multikulturellen Umfeldern zu führen.
- Die Studierenden werden lernen, dass ihre zukünftige Rolle in einem Betrieb davon abhängt, inwieweit sie eine engagierte und aktive Einstellung gegenüber den Unternehmenszielen pflegen.

- Die Studierenden werden die Fähigkeit entwickeln, im Falle der Notwendigkeit, flexibel und kreativ neue Unternehmensziele abzustecken, zu analysieren und zu planen.
- Die internationale Ausrichtung des MBA wird es den Studierenden ermöglichen, interkulturelle und sprachliche Fähigkeiten während der Dauer ihres Studiums und ihres Auslandsaufenthaltes zu entwickeln.

§ 3 Lehrveranstaltungen, Studieninhalt

(1) Lehrveranstaltungen sind:

- Lehrvortrag, d.h. Vermittlung des Lehrstoffs mit Aussprache,
- Übung, d.h. Verarbeitung und Vertiefung des Lehrstoffes in theoretischer und praktischer Anwendung,
- Seminar, d.h. Bearbeitung von Spezialgebieten durch Diskussion gegebenenfalls mit Referaten der Teilnehmer,
- Praktikum, d.h. praktischer Ausbildung in einem Betrieb mit fachlicher Betreuung durch Hochschullehrerinnen oder Hochschullehrer
- Exkursion, d.h. Studienfahrt zur Vertiefung von Einblicken in die Praxis.

(2) Die Inhalte des Studiums zum MBA ergeben sich aus der Anlage 1 zu dieser Studienordnung.

§ 4 Zeitpunkt, Dauer und Ort des berufspraktischen Studienteils

- (1) In das MBA-Programm ist ein berufspraktischer Studienteil eingeordnet. Der berufspraktische Studienteil soll im dritten Studienhalbjahr absolviert werden.
- (2) Die Dauer des berufspraktischen Studienteils muss insgesamt 16 Wochen betragen.

§ 5 Studienausrichtungen

Für den MBA-Abschluss gilt die Studienausrichtung „International Management“, die mit der Universität Kantabrien, Santander organisiert wird.

§ 6 Studienaufbau und Studienabschnitte

- (1) Die Regelstudienzeit beträgt 3 Semester.
- (2) Die Studierenden dieses MBA-Studienganges belegen im ersten Studienjahr Lehrveranstaltungen der beteiligten ausländischen Partnerhochschule, die auf der Grundlage eines Kooperationsabkommens mit dieser Hochschule abgestimmt sind.
- (3) Das dritte Semester wird an der Fachhochschule Kiel absolviert.

§ 7 In-Kraft-Treten

Diese Satzung tritt am Tage ihrer Bekanntmachung in Kraft. Sie gilt für alle Studierende, die ab 1. Oktober 2007 das Studium im internationalen weiterbildenden Master of Business Administration (MBA in International Management) an der Fachhochschule Kiel aufnehmen.

FACHHOCHSCHULE KIEL

Kiel, 26. Juni 2007

- Der Dekan -
Prof. Dr. Udo Beer

Anlage 1 zur Studienordnung:

Lehrveranstaltungen in Santander/Kiel

1. Fachsemester (Oktober bis Februar)

<i>Lehrveranstaltungen</i>	<i>ECTS</i>
1. Strategisches Management	5
2. Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	5
3. Grundlagen der Finanzwirtschaft	5
4. Grundlagen des Marketing	5
5. Quantitative Methoden der Betriebswirtschaftslehre	5
6. Deutsch*	-
Summe Semester 1	25

* Nur für nicht-deutschsprechende Studenten

2. Fachsemester (März bis Juli)

<i>Lehrveranstaltungen</i>	<i>ECTS</i>
7. Unternehmenskommunikation	5
8. Wirtschafts- und Steuerrecht	5
9. Internationale Betriebswirtschaftslehre	5
10. Informations- und Kommunikationstechnologien des wissensbasierten Management	5
11. Projektmanagement und technologische Innovation	5
12. Deutsch*	-
Summe Semester 2	25

* Nur für nicht-deutschsprechende Studenten

<i>Lehrveranstaltungen</i>	<i>ECTS</i>
13. Wirtschaftsdeutsch*	-
14. Multinationales Marketing und interkulturelles / komparatives Management	5
15. EUROGAME Unternehmenssimulation	2
16. Betriebsökologie/Umweltmanagement	3
17. Betriebspraktikum	-
18. Master-Thesis	15
Summe Semester 3	25

* Nur für nicht-deutschsprechende Studenten

Gesamtsumme SWS / Credits: 75