

Für diese Studien- und Prüfungsordnung gelten die Regelungen der Allgemeinen Studien- und Prüfungsordnung (ASPO)

**Studien- und Prüfungsordnung
für den Masterstudiengang Strategie und Innovation im Tourismus
(englische Bezeichnung: Strategy and Innovation in Tourism)
an der Hochschule für angewandte Wissenschaften München**

vom 04.05.2021

(in der Fassung der Änderungssatzung vom 18.08.2023)

Aufgrund von Art. 13 Abs. 1 Satz 2, Art. 58 Abs. 1, Art. 61 Abs. 2 und 3 sowie Art. 66 Abs. 1 Bayerisches Hochschulgesetz (BayHSchG) erlässt die Hochschule für angewandte Wissenschaften München folgende Satzung:

**§ 1
Studienziel**

Ziel des Masterstudiengangs ist es, die Studierenden zur selbständigen Anwendung und Entwicklung wissenschaftlicher Erkenntnisse und Verfahren in dem Feld des Tourismusmanagements zu befähigen.

**§ 2
Qualifikation für das Studium**

(1) ¹Qualifikationsvoraussetzungen für den Zugang zum Masterstudiengang Strategie und Innovation im Tourismus sind:

1. Der Nachweis eines mindestens 180 Leistungspunkte und mindestens sechs theoretische Studiensemester umfassenden, mit dem Prüfungsgesamtergebnis 2,59 oder besser abgeschlossenen Hochschulstudiums mit Schwerpunkt in den Bereichen Betriebswirtschaft, Tourismus-Management oder Tourismuswirtschaft an einer deutschen Hochschule oder eines gleichwertigen Abschlusses.

Oder

Der Nachweis eines mindestens 180 Leistungspunkte und mindestens sechs theoretische Studiensemester umfassenden, mit dem Prüfungsgesamtergebnis 2,59 oder besser abgeschlossenen Hochschulstudiums einer verwandten Fachrichtung (z. B. Volkswirtschaft, Wirtschaftsingenieurwesen, Kulturwirtschaft, Tourismusgeographie) an einer deutschen Hochschule oder eines gleichwertigen Abschlusses.

2. Der Nachweis der studiengangsspezifischen Eignung im Rahmen eines Eignungsverfahrens nach Abs. 2.
3. Für ausländische Studienbewerberinnen und Studienbewerber ist der Nachweis guter Kenntnisse der deutschen Sprache erforderlich. Der Nachweis wird durch die erfolgreiche Teilnahme an einer Deutschen Sprachprüfung für den Hochschulzugang ausländischer Studienbewerber (DSH-Stufe 2) oder die Teilnahme am Test Deutsch als Fremdsprache (TestDaF) mit überdurchschnittlichem Ergebnis (Leistungsstufe TDN 4 oder besser) oder eines gleichwertigen Testverfahrens erbracht. Der Nachweis gilt ebenfalls als erbracht, wenn ein erfolgreicher Abschluss einer deutschsprachigen Ausbildung an einer höheren Schule oder an einer Hochschule nachgewiesen wird.

²Die Vorsitzende bzw. der Vorsitzende der Prüfungskommission entscheidet, ob die Qualifikationsvoraussetzungen für das Studium erfüllt sind, insbesondere auch über die Gleichwertigkeit von Hochschulabschlüssen unter Beachtung von Art. 63 Abs. 1 BayHSchG.

- (2) ¹Das Eignungsverfahren erfolgt aufgrund der form- und fristgerechten elektronischen Anmeldung, der vorgelegten Bewerbungsunterlagen und einer schriftlichen Prüfung in Präsenz oder in elektronischer Form. ²Gegenstände der Prüfung sind wirtschaftliche Zusammenhänge sowie Strukturen und Funktionsweisen touristischer Unternehmen und Destinationen. ³Das Eignungsverfahren wird von einer Professorin/einem Professor bewertet, die/der von der Prüfungskommission bestellt wurde und im Masterstudiengang Strategie und Innovation im Tourismus Lehraufgaben wahrnimmt. ⁴Das Eignungsverfahren ist bestanden, wenn mindestens die Note „ausreichend“ (Note 4,0) erzielt wurde.
- (3) ¹Über den Ablauf des Eignungsverfahrens ist eine Niederschrift zu fertigen, aus der Tag und Ort der schriftlichen Prüfung, deren Inhalte, die Namen der Prüflinge und der Prüferin bzw. des Prüfers und die Ergebnisse hervorgehen müssen. ²Die Niederschrift ist von der Prüferin bzw. von dem Prüfer zu unterschreiben.
- (4) Das Ergebnis des Eignungsverfahrens wird den Studienbewerberinnen/Studienbewerbern i.d.R. spätestens einen Monat vor Studienbeginn bekannt gegeben.
- (5) ¹Im Falle der Ablehnung ist die Bewerbung zu einem weiteren Termin möglich. ²Eine dritte Bewerbung ist ausgeschlossen.
- (6) Ein Anspruch darauf, dass der Masterstudiengang bei nicht ausreichender Zahl von Studienbewerberinnen/Studienbewerbern durchgeführt wird, besteht nicht.

§ 3

Beginn und Aufbau des Studiums

- (1) ¹Der Beginn des Masterstudiums ist zum Wintersemester eines Studienjahres möglich. ²Die Bewerbung um einen Studienplatz ist vom 02. Mai bis zum 15. Juni eines Jahres möglich.
- (2) Der Studiengang wird teilweise auch in englischer Sprache durchgeführt, weshalb englische Sprachkenntnisse auf dem Sprachniveau B2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen des Europarats bereits bei der Bewerbung vorliegen sollen.
- (3) Die Regelstudienzeit beträgt fünf theoretische Studiensemester einschließlich der Masterarbeit.

§ 4

Prüfungskommission

Für den Masterstudiengang Strategie und Innovation im Tourismus wird eine Prüfungskommission gebildet, die aus drei Professorinnen und/oder Professoren der Fakultät für Tourismus besteht.

§ 5

Masterarbeit

- (1) ¹Das Thema der Masterarbeit kann frühestens am Ende des zweiten Fachsemesters ausgegeben werden. ²Voraussetzung für die Ausgabe des Themas ist der Erwerb von mindestens 50 Leistungspunkten. ³Die Frist von der Themenstellung bis zur Abgabe darf fünf Monate nicht überschreiten.
- (2) ¹Die Masterarbeit wird von einer hauptamtlichen Professorin/einem hauptamtlichen Professor oder einer Lehrbeauftragten/einem Lehrbeauftragten betreut und bewertet. ²Ist eine Lehrbeauftragte/ein Lehrbeauftragter Aufgabenstellerin/Aufgabensteller der Abschlussarbeit, muss zwin-

gend eine hauptamtliche Professorin/ein hauptamtlicher Professor als Zweitkorrektorin/Zweitkorrektor bestellt werden.

- (3) Für die Wiederholung einer nicht bestandenen Masterarbeit mit einem neuen Thema gilt Abs. 1 Satz 3 entsprechend.

§ 6

Nachholung von Leistungspunkten

¹Soweit Studierende ein abgeschlossenes Hochschulstudium nachweisen, für das weniger als 210 Leistungspunkte (jedoch mindestens 180 Leistungspunkte) vergeben wurden, ist Voraussetzung für das Bestehen der Masterprüfung der Nachweis der fehlenden Leistungspunkte aus dem fachlich einschlägigen grundständigen Studienangebot der Hochschule München. ²Die Prüfungskommission stellt dazu fest, welche Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen (Lernergebnisse) die/der Studierende im abgeschlossenen Erststudium im Vergleich zu einem 210 Leistungspunkte umfassenden Hochschulstudium nicht erworben hat und legt daraus die Module und Prüfungsleistungen fest, die von der/dem Studierenden noch nachzuholen und abzulegen sind. ³Diese Studien- und Prüfungsleistungen sind bei jeweils maximal einer Wiederholungsmöglichkeit innerhalb von 12 Monaten nach Aufnahme des Studiums erfolgreich abzuleisten. ⁴Die von der Prüfungskommission festgelegten Module und Prüfungsleistungen werden der/dem Studierenden mit der Immatrikulation bekannt gegeben. ⁵Die Studierenden sind für die Erbringung der noch fehlenden Leistungspunkte im Masterstudiengang Strategie und Innovation im Tourismus immatrikuliert.

§ 7

Bewertung von Prüfungen und Prüfungsgesamtergebnis

- (1) Für die Berechnung des Prüfungsgesamtergebnisses werden die Endnoten aller Module einfach und die Note der Masterarbeit dreifach gewichtet.
- (2) Das Modul N1.1T Get ready for take-off: Interdisziplinäre Einführung wird gemäß § 32 Abs. 1 Satz 2 ASPO bewertet. Die Erteilung des Prädikats „mit Erfolg abgelegt“ ist Voraussetzung für das Bestehen der Masterprüfung.
- (3) ¹Die gemäß Entscheidung der Prüfungskommission nach § 6 nachzuholenden Module werden im Masterprüfungszeugnis angeführt. ²Die dabei erzielten Modulnoten fließen aber nicht in die Berechnung des Prüfungsgesamtergebnisses ein.

§ 8

Akademischer Grad

Aufgrund des erfolgreichen Abschlusses der Masterprüfung wird der akademische Grad „Master of Arts“, Kurzform: „M.A“, verliehen.

§ 9

In-Kraft-Treten

Hochschule München - Fakultät für Tourismus
 Master-Studiengang: Strategie und Innovation im Tourismus
 Modulliste - SPO Anlage 1

Sem.	LV-Nr.	Modul	Modul (englisch)	SWS	Leistungspunkte	Art der Lehrveranstaltung	Prüfungsform
1	N1.1T	Get ready for take-off: Interdisziplinäre Einführung	Get ready for take-off: Multi-disciplinary kick-off project	5	5	Pra	Präs
	N1.2T	Stadt und Raum	Urban Spaces - Rural Areas	4	5	SU	schrP
	N1.3T	Verkehr und Mobilität	Transport and Mobility	4	5	SU, Proj	schrP ODER Präs
Summe 1. Semester:				13	15		
2	N2.1T	Smart Destinations	Smart Destinations	4	5	SU, Ü	ModA oder Präs
	N2.2T	Strategisches Human Resources Management & Leadership	Strategic Human Resources Management & Leadership	4	5	SU	schrP oder ModA
	N2.3T	Seminar 1	Seminar 1	2	5	S	Präs (0,15) und ModA (0,35)
Seminar 2		Seminar 2	2	S		Präs (0,15) und ModA (0,35)	
Summe 2. Semester:				12	15		

3	N3.1T	Strategie & strategisches Denken	Strategy & Strategic Thinking	4	5	SU, Proj	schrP
	N3.2T	Innovation & Nachhaltigkeit	Innovation & Sustainability	4	5	SU	ModA oder Präs
	N3.3T	Hospitality	Hospitality	4	5	SU	Präs (0,5) und ModA (0,5) ODER schrP
Summe 3. Semester:				12	15		
4	N4.1T	Unternehmensführung & strategische Kommunikation	Corporate Governance & Strategic Communication	4	5	SU	Präs ODER schrP
	N4.2T	Event + Erlebnis	Event & Experience	4	5	SU, Proj	mdIP
	N4.3T	Entrepreneurship	Entrepreneurship	4	5	SU, Proj	ModA oder schrP oder Präs
Summe 4. Semester:				12	15		
5	N5.1T	Quo vadis Tourismus?	Quo vadis Tourism?	4	5	SU	mdIP
	N5.2T	Strategie- und Innovationsprojekt	Strategy & Innovation Real Project	5	7	Pra	Präs, TN
	N5.3T	Masterarbeit	Master's Thesis	---	18	---	MA
Summe 5. Semester:				9	30		
Gesamtsumme alle Semester:				58	90		