

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



**Amtsblatt  
der Hochschule für angewandte Wissenschaften München**

|          |          |
|----------|----------|
| Jahrgang | Lfd.-Nr. |
| 2021     | 33       |

---

**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**

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) <sup>1</sup>Qualifikationsvoraussetzungen für den Zugang zum Masterstudiengang Strategie und Innovation im Tourismus sind:

1. Der Nachweis eines mindestens 180 ECTS-Kreditpunkte 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 ECTS-Kreditpunkte 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.

<sup>2</sup>Die 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) <sup>1</sup>Das Eignungsverfahren erfolgt aufgrund der form- und fristgerechten elektronischen Anmeldung, der vorgelegten Bewerbungsunterlagen und einer schriftlichen Prüfung in Präsenz oder in elektronischer Form. <sup>2</sup>Gegenstände der Prüfung sind wirtschaftliche Zusammenhänge sowie Strukturen und Funktionsweisen touristischer Unternehmen und Destinationen. <sup>3</sup>Das 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. <sup>4</sup>Das Eignungsverfahren ist bestanden, wenn mindestens die Note „ausreichend“ (Note 4,0) erzielt wurde.
- (3) <sup>1</sup>Über 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. <sup>2</sup>Die 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) <sup>1</sup>Im Falle der Ablehnung ist die Bewerbung zu einem weiteren Termin möglich. <sup>2</sup>Eine 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) <sup>1</sup>Der Beginn des Masterstudiums ist zum Wintersemester eines Studienjahres möglich. <sup>2</sup>Die 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) <sup>1</sup>Das Thema der Masterarbeit kann frühestens am Ende des zweiten Fachsemesters ausgegeben werden. <sup>2</sup>Voraussetzung für die Ausgabe des Themas ist der Erwerb von mindestens 50 ECTS-Kreditpunkten. <sup>3</sup>Die Frist von der Themenstellung bis zur Abgabe darf fünf Monate nicht überschreiten.
- (2) <sup>1</sup>Die Masterarbeit wird von einer hauptamtlichen Professorin/einem hauptamtlichen Professor oder einer Lehrbeauftragten/einem Lehrbeauftragten betreut und bewertet. <sup>2</sup>Ist eine Lehrbeauftragte/ein Lehrbeauftragter Aufgabenstellerin/Aufgabensteller der Abschlussarbeit, muss zwingend 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 ECTS-Kreditpunkten**

<sup>1</sup>Soweit Studierende ein abgeschlossenes Hochschulstudium nachweisen, für das weniger als 210 ECTS-Kreditpunkte (jedoch mindestens 180 ECTS-Kreditpunkte) vergeben wurden, ist Voraussetzung für das Bestehen der Masterprüfung der Nachweis der fehlenden ECTS-Kreditpunkte aus dem fachlich einschlägigen grundständigen Studienangebot der Hochschule München. <sup>2</sup>Die Prüfungskommission stellt dazu fest, welche Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen (Lernergebnisse) die/der Studierende im abgeschlossenen Erststudium im Vergleich zu einem 210 ECTS-Kreditpunkte umfassenden Hochschulstudium nicht erworben hat und legt daraus die Module und Prüfungsleistungen fest, die von der/dem Studierenden noch nachzuholen und abzulegen sind. <sup>3</sup>Diese Studien- und Prüfungsleistungen sind bei jeweils maximal einer Wiederholungsmöglichkeit innerhalb von 12 Monaten nach Aufnahme des Studiums erfolgreich abzuleisten. <sup>4</sup>Die von der Prüfungskommission festgelegten Module und Prüfungsleistungen werden der/dem Studierenden mit der Immatrikulation bekannt gegeben. <sup>5</sup>Die Studierenden sind für die Erbringung der noch fehlenden ECTS-Kreditpunkte 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) <sup>1</sup>Die gemäß Entscheidung der Prüfungskommission nach § 6 nachzuholenden Module werden im Masterprüfungszeugnis angeführt. <sup>2</sup>Die 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**

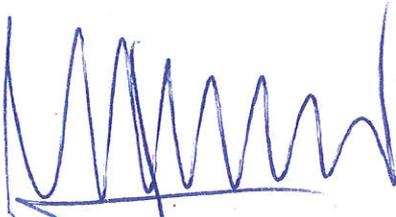
<sup>1</sup>Diese Studien- und Prüfungsordnung tritt mit Wirkung zum 01. Mai 2021 in Kraft. <sup>2</sup>Sie gilt für Studierende, die das Studium im Masterstudiengang Strategie und Innovation im Tourismus im ersten Studiensemester nach dem Sommersemester 2021 aufnehmen.

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

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

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

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Senats der Hochschule für angewandte Wissenschaften München vom 16.12.2020 sowie der Genehmigung des Präsidenten der Hochschule für angewandte Wissenschaften München vom 03.05.2021.



Prof. Dr. Martin Leitner  
Präsident

Die 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 wurde am 04.05.2021 in der Hochschule für angewandte Wissenschaften München niedergelegt. Die Niederlegung wurde am 04.05.2021 durch Anschlag in der Hochschule bekannt gegeben.

Tag der Bekanntmachung ist daher der 04.05.2021.

Hochschule für angewandte Wissenschaften München  
Lothstraße 34  
80335 München

München, 04.05.2021  
Gri/MH

## **BEKANNTMACHUNG**

Hiermit wird die 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, ausgefertigt am 04.05.2021, bekannt gemacht.

Die 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 wurde im Amtsblatt 2021 der Hochschule für angewandte Wissenschaften München, Lfd.-Nr. 33, veröffentlicht.

i. A.

  
Grieser