

Auf der Grundlage der §§ 54 Abs. 1, 67a Abs. 2 Nr. 3a, 77 Abs. 2 S. 5 Nr. 1 des Hochschulgesetzes des Landes Sachsen-Anhalt (HSG LSA) in der Fassung der Bekanntmachung vom 1. Juli 2021 (GVBl. LSA 2021, 368, 369) hat die Hochschule Harz folgende Studienordnung beschlossen:

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

vom 12.01.2022

Inhaltsübersicht

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

Anlagen

- Anlage 1: Studienplan Tourism and Destination Management (M.A.) mit 3-semesterigem Studienverlauf, Immatrikulation im Wintersemester, 908_432
- Anlage 2: Studienplan Tourism and Destination Management (M.A.) mit 3-semesterigem Studienverlauf, Immatrikulation im Sommersemester, 908_431
- Anlage 3: Studienplan Tourism and Destination Management (M.A.) mit 4-semesterigem Studienverlauf (extended), Immatrikulation im Wintersemester, 908_442
- Anlage 4: Studienplan Tourism and Destination Management (M.A.) mit 4-semesterigem Studienverlauf (extended), Immatrikulation im Sommersemester, 908_441

Lesefassung

Dieses Dokument ist eine Fortschreibung der Studienordnung für den Studiengang Tourism and Destination Management (M.A.).

Folgende, rechtsverbindliche Änderung ist eingearbeitet:

Erste Satzungsänderung vom 23.05.2023 (Amtliches Mitteilungsblatt Nr. 3/2023)

Die offizielle, rechtsverbindliche Studienordnung finden Sie im Amtlichen Mitteilungsblatt Nr. 2/2022.

§ 1 Geltungsbereich

- (1) Diese Studienordnung gilt für den Studiengang Tourism and Destination Management (M.A.) in der 3- und 4-semesterigen Studienvariante.
- (2) Für diesen Studiengang gilt die Prüfungsordnung für die Masterstudiengänge „Business Consulting (M.A.)“, „Tourism and Destination Management (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 (MA)“. Mit dem Studienabschluss wird die Befähigung zu einer auf weiterführenden wissenschaftlichen Grundlagen beruhenden selbständigen 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 Management (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) Soweit die Lehrveranstaltungen und Prüfungs-/Studienleistungen aus anderen Studiengängen der Hochschule Harz stammen, richten sich die Art der Prüfungs-/Studienleistung und die Bildung der Modulnoten nach der Studienordnung des modulverantwortlichen Studiengangs.
- (4) Ein ECTS-Leistungspunkt entspricht in diesem Studiengang einem Arbeitsaufwand von 30 Arbeitsstunden.
- (5) Die Teilnahme an Lehrveranstaltungen ist in der Prüfungsordnung für die Masterstudiengänge „Business Consulting (M.A.)“, „Tourism and Destination Management (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 geregelt.
- (6) Das Lehrangebot besteht teilweise aus englischsprachigen Lehr- und Lernangeboten. Aus den Lehrveranstaltungsbezeichnungen im Studienplan ergibt sich kein Anspruch auf deutsch- oder englischsprachige Lehre.

- (7) Für Projekte sowie die Masterarbeit und das Masterseminar können von den Vorlesungszeiten abweichende Bearbeitungszeiten vorgegeben werden. Die Projekte und das Masterseminar können an der Hochschule Harz oder an einem anderen Ort im In- oder Ausland stattfinden.

§ 4 Regelstudienzeit und Studiumumfang

- (1) Die Regelstudienzeit für den 3-semesterigen Studienverlauf beträgt einschließlich der Masterabschlussprüfung 3 Semester. Für einen erfolgreichen Masterabschluss sind 90 ECTS-Leistungspunkte nach Maßgabe des Studienplans zu erreichen.
- (2) Die Regelstudienzeit für den 4-semesterigen Studienverlauf (extended) beträgt einschließlich der Masterabschlussprüfung 4 Semester. Für einen erfolgreichen Masterabschluss sind 120 ECTS-Leistungspunkte nach Maßgabe des Studienplans zu erreichen.
- (3) Für das Auslandsstudiensemester gelten die Regelungen der Ordnung zur Durchführung eines Auslandsstudiensemesters für die Studiengänge des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften in der jeweils geltenden Fassung.

Für das Praxissemester gelten die Regelungen der Praktikumsordnung für die Studiengänge des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften in der jeweils geltenden Fassung.

§ 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

Der Bearbeitungszeitraum für die Masterarbeit beträgt 5 Monate.

§ 7 Anwendung und Inkrafttreten

- (1) Diese Studienordnung findet Anwendung auf Studierende, die ab dem Wintersemester 2022/23 neu immatrikuliert werden.
- (2) Diese 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 12.01.2022 und der Stellungnahme des Senats der Hochschule Harz vom 26.01.2022.

Wernigerode, 02.02.2022

Prof. Dr. Folker Roland
Rektor der Hochschule Harz

Anlage 1: Studienplan Tourism and Destination Management (M.A.) mit 3-semesterigem Studienverlauf, Immatrikulation im Wintersemester, 908_432

Modul	Unit	FS	SWS	Prüfungs-/Studienleistung	Anteil an Modulnote	ECTS-Leistungspunkte	Anteil an Gesamtnote
Produktentwicklung	Strategisches Qualitätsmanagement	1	2	HA / RF / PA		5	5%
	Beratungsprojekt	1	2				
Destinationsmarketing	Kooperation und Kommunikation	1	2	HA / RF / PA / K120		5	5%
	Erlebnisinszenierung in der Destination	1	2				
Tourismuspolitik und -planung	Digitalisierung im Tourismus	1	2	HA / RF / PA / K120		5	5%
	Touristische Standortfaktoren	1	2				
Soft Skills	Cross Cultural Management	1	2	HA / RF / PA / K90	100%	5	3%
	Soziale Kompetenz	1	2	HA / RF / PA / K90	0%		
Methodenkompetenzen	Geodata for Tourism	1	2	HA / RF / PA	100%	7,5	6%
	Quellmarktanalyse	1	2				
	Methodenlehre und Projektmanagement	1	2	RF / PA	0%		
Professional English (B2)	Professional English: Careers in Tourism	1	2	HA / RF / K90 / MP	50%	5	5%
	Professional English: Scenarios in Tourism	2	2	HA / RF / K90 / MP	50%		
Business Events and Tourism Psychology	Meeting & Event Management	2	2	HA / RF / PA / K120		5	6%
	Tourism Psychology	2	2				
International Tourism Politics and Planning	Sustainable Tourism and Quality of Life	2	2	HA / RF / PA	65%	7,5	8%
	International Case Studies	2	2				
	Destination Strategies	2	2	HA / RF / K90	35%		
Managementkompetenzen	Evidence-based Change Management	2	2	HA / RF / PA / K120		5	5%
	Controlling und Kostenmanagement	2	2				
Qualitative and Quantitative Methods	Qualitative Methods	2	2	HA / RF / PA / K120		5	6%
	Quantitative Methods	2	2				
Destinationsprojekt		2	4	HA / RF / PA		5	6%
Masterseminar (TDM)		3	4	RF		5	5%
Masterabschlussprüfung	Masterarbeit	3		MA		20	30%
	Kolloquium	3		KO		5	5%
			52			90	100%

Anlage 2: Studienplan Tourism and Destination Management (M.A.) mit 3-semesterigem Studienverlauf, Immatrikulation im Sommersemester, 908_431

Modul	Unit	FS	SWS	Prüfungs-/Studienleistung	Anteil an Modulnote	ECTS-Leistungspunkte	Anteil an Gesamtnote
Business Events and Tourism Psychology	Meeting & Event Management	1	2	HA / RF / PA / K120		5	6%
	Tourism Psychology	1	2				
International Tourism Politics and Planning	Sustainable Tourism and Quality of Life	1	2	HA / RF / PA	65%	7,5	8%
	International Case Studies	1	2				
	Destination Strategies	1	2	HA / RF / K90	35%		
Managementkompetenzen	Evidence-based Change Management	1	2	HA / RF / PA / K120		5	5%
	Controlling und Kostenmanagement	1	2				
Qualitative and Quantitative Methods	Qualitative Methods	1	2	HA / RF / PA / K120		5	6%
	Quantitative Methods	1	2				
Destinationsprojekt		1	4	HA / RF / PA		5	6%
Professional English (B2)	Professional English: Scenarios in Tourism	1	2	HA / RF / K90 / MP	50%	5	5%
	Professional English: Careers in Tourism	2	2	HA / RF / K90 / MP	50%		
Produktentwicklung	Strategisches Qualitätsmanagement	2	2	HA / RF / PA		5	5%
	Beratungsprojekt	2	2				
Destinationsmarketing	Kooperation und Kommunikation	2	2	HA / RF / PA / K120		5	5%
	Erlebnisinszenierung in der Destination	2	2				
Tourismuspolitik und -planung	Digitalisierung im Tourismus	2	2	HA / RF / PA / K120		5	5%
	Touristische Standortfaktoren	2	2				
Soft Skills	Cross Cultural Management	2	2	HA / RF / PA / K90	100%	5	3%
	Soziale Kompetenz	2	2	HA / RF / PA / K90	0%		
Methodenkompetenzen	Geodata for Tourism	2	2	HA / RF / PA	100%	7,5	6%
	Quellmarktanalyse	2	2				
	Methodenlehre und Projektmanagement	2	2	RF / PA	0%		
Masterseminar (TDM)		3	4	RF		5	5%
Masterabschlussprüfung	Masterarbeit	3		MA		20	30%
	Kolloquium	3		KO		5	5%
			52			90	100%

**Anlage 3: Studienplan Tourism and Destination Management (M.A.) mit 4-semesterigem Studienverlauf (extended),
Immatrikulation im Wintersemester, 908_442**

Modul	Unit	FS	SWS	Prüfungs-/Studienleistung	Anteil an Modulnote	ECTS- Leistungspunkte	Anteil an Gesamtnote
Produktentwicklung	Strategisches Qualitätsmanagement	1	2	HA / RF / PA		5	4,5%
	Beratungsprojekt	1	2				
Destinationsmarketing	Kooperation und Kommunikation	1	2	HA / RF / PA / K120		5	4,5%
	Erlebnisinszenierung in der Destination	1	2				
Tourismuspolitik und -planung	Digitalisierung im Tourismus	1	2	HA / RF / PA / K120		5	4,5%
	Touristische Standortfaktoren	1	2				
Soft Skills	Cross Cultural Management	1	2	HA / RF / PA / K90	100%	5	2,5%
	Soziale Kompetenz	1	2	HA / RF / PA / K90	0%		
Methodenkompetenzen	Geodata for Tourism	1	2	HA / RF / PA	100%	7,5	5%
	Quellmarktanalyse	1	2				
	Methodenlehre und Projektmanagement	1	2	RF / PA	0%		
Professional English (B2)	Professional English: Careers in Tourism	1	2	HA / RF / K90 / MP	50%	5	4,5%
	Professional English: Scenarios in Tourism	2	2	HA / RF / K90 / MP	50%		
Business Events and Tourism Psychology	Meeting & Event Management	2	2	HA / RF / PA / K120		5	5%
	Tourism Psychology	2	2				
International Tourism Politics and Planning	Sustainable Tourism and Quality of Life	2	2	HA / RF / PA	65%	7,5	7%
	International Case Studies	2	2				
	Destination Strategies	2	2	HA / RF / K90	35%		
Managementkompetenzen	Evidence-based Change Management	2	2	HA / RF / PA / K120		5	4,5%
	Controlling und Kostenmanagement	2	2				
Qualitative and Quantitative Methods	Qualitative Methods	2	2	HA / RF / PA / K120		5	5%
	Quantitative Methods	2	2				
Destinationsprojekt		2	4	HA / RF / PA		5	5%
Auslandsstudien-/Forschungs-/Praxissemester		3		gemäß Learning Agreement		30	10%
Masterseminar (TDM)		4	4	RF		5	4%
Masterabschlussprüfung	Masterarbeit	4		MA		20	30%
	Kolloquium	4		KO		5	4%
			52			120	100%

**Anlage 4: Studienplan Tourism and Destination Management (M.A.) mit 4-semesterigem Studienverlauf (extended),
Immatrikulation im Sommersemester, 908_441**

Modul	Unit	FS	SWS	Prüfungs-/Studienleistung	Anteil an Modulnote	ECTS- Leistungspunkte	Anteil an Gesamtnote
Business Events and Tourism Psychology	Meeting & Event Management	1	2	HA / RF / PA / K120		5	5%
	Tourism Psychology	1	2				
International Tourism Politics and Planning	Sustainable Tourism and Quality of Life	1	2	HA / RF / PA	65%	7,5	7%
	International Case Studies	1	2				
	Destination Strategies	1	2	HA / RF / K90	35%		
Managementkompetenzen	Evidence-based Change Management	1	2	HA / RF / PA / K120		5	4,5%
	Controlling und Kostenmanagement	1	2				
Qualitative and Quantitative Methods	Qualitative Methods	1	2	HA / RF / PA / K120		5	5%
	Quantitative Methods	1	2				
Destinationsprojekt		1	4	HA / RF / PA		5	5%
Professional English (B2)	Professional English: Scenarios in Tourism	1	2	HA / RF / K90 / MP	50%	5	4,5%
	Professional English: Careers in Tourism	2	2	HA / RF / K90 / MP	50%		
Produktentwicklung	Strategisches Qualitätsmanagement	2	2	HA / RF / PA		5	4,5%
	Beratungsprojekt	2	2				
Destinationsmarketing	Kooperation und Kommunikation	2	2	HA / RF / PA / K120		5	4,5%
	Erlebnisinszenierung in der Destination	2	2				
Tourismuspolitik und -planung	Digitalisierung im Tourismus	2	2	HA / RF / PA / K120		5	4,5%
	Touristische Standortfaktoren	2	2				
Soft Skills	Cross Cultural Management	2	2	HA / RF / PA / K90	100%	5	2,5%
	Soziale Kompetenz	2	2	HA / RF / PA / K90	0%		
Methodenkompetenzen	Geodata for Tourism	2	2	HA / RF / PA	100%	7,5	5%
	Quellmarktanalyse	2	2				
	Methodenlehre und Projektmanagement	2	2	RF / PA	0%		
Auslandsstudien-/Forschungs-/Praxissemester		3		gemäß Learning Agreement		30	10%
Masterseminar (TDM)		4	4	RF		5	4%
Masterabschlussprüfung	Masterarbeit	4		MA		20	30%
	Kolloquium	4		KO		5	4%
			52			120	100%

Erläuterungen zu den Anlagen 1 bis 4:

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

Die primär eingesetzte Prüfungsleistung ist im Modulhandbuch genannt. Die Prüfungsleistung wird zu Beginn des jeweiligen Semesters durch die Prüfenden festgelegt und bekannt gegeben.

Bei Prüfungs-/Studienleistungen, die mit 0% in die Modul- bzw. Gesamtnote eingehen, handelt es sich um unbenotete Studienleistungen, für die lediglich eine Bewertung „Bestanden“ / „Nicht bestanden“ vergeben wird.

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