

Geistes- und Kulturwissenschaftliche Fakultät

Fachstudien- und -prüfungsordnung

M.A. Kulturwirtschaft / Intercultural Management Studies

vom 22. September 2026

**Fachstudien- und -prüfungsordnung
für den Masterstudiengang
„Kulturwirtschaft / Intercultural Management Studies“
an der Universität Passau**

vom 22. September 2026

Aufgrund von Art. 9 Sätze 1 und 2 in Verbindung mit Art. 80 Abs. 1 Satz 1, Art. 84 Abs. 2 Satz 1 und Art. 90 Abs. 1 Satz 2 des Bayerischen Hochschulinnovationsgesetzes (BayHIG) vom 5. August 2022 (GVBl. S. 414, BayRS 2210-1-3-WK), das zuletzt durch die Art. 15 und 16 des Gesetzes vom 8. Mai 2026 (GVBl. S. 208) geändert worden ist, erlässt die Universität Passau folgende Satzung:

Inhaltsübersicht

§ 1 Geltungsbereich	2
§ 2 Gegenstand und Ziele des Studiums	2
§ 3 Qualifikation (Fachanteile, Note und Sprachkenntnisse)	3
§ 4 Modulbereiche und Gesamtnote	3
§ 5 Modulbereich A: Kernmodule	5
§ 6 Modulbereich B: Spezialisierung „Kultur und Interkulturalität“	5
§ 7 Modulbereich C: Spezialisierungen „Management“ und „Entrepreneurship“	6
§ 8 Modulbereich D: Transfer und Praxis	7
§ 9 Masterarbeit	8
§ 10 Zweite Wiederholung von Modulen und Notenverbesserung	8
§ 11 Zusammensetzung der Prüfungskommission	8
§ 12 Inkrafttreten, Außerkrafttreten und Übergangsbestimmung	8

§ 1 Geltungsbereich

¹Diese Fachstudien- und -prüfungsordnung (FStuPO) ergänzt die Allgemeine Studien- und Prüfungsordnung für Masterstudiengänge der Philosophischen Fakultät an der Universität Passau (AStuPO) in der jeweils geltenden Fassung. ²Ergibt sich, dass eine Bestimmung dieser Satzung mit einer Bestimmung der AStuPO nicht vereinbar ist, so hat die Vorschrift der AStuPO Vorrang.

§ 2 Gegenstand und Ziele des Studiums

(1) ¹An der Geistes- und Kulturwissenschaftlichen Fakultät der Universität Passau wird der konsekutive Studiengang „Kulturwirtschaft / Intercultural Management Studies“ mit dem Abschluss „Master of Arts“ angeboten. ²Aufgrund seiner interdisziplinären und interkulturellen Ausrichtung befähigt der Masterstudiengang „Kulturwirtschaft / Intercultural Management Studies“ seine Absolventinnen und Absolventen dazu, in komplexen internationalen Umfeldern als Schnittstellenakteure zu agieren. ³Sie lernen, ihre Fach- und Schlüsselkompetenzen konstruktiv einzusetzen, um strategische Entscheidungen zu treffen und kreative Lösungen für Organisationen und Gesellschaften zu entwickeln.

(2) Im Rahmen des Masterstudiengangs „Kulturwirtschaft / Intercultural Management Studies“ werden den Studierenden fachliche und fachübergreifende Kenntnisse, Fähigkeiten und Methoden so vermittelt, dass sie zu kreativen und eigenständigen Führungstätigkeiten sowie an fachlichen, sprachlichen und kulturellen Schnittstellen in Unternehmen, in internationalen Organisationen und im öffentlichen Bereich sowie zu Tätigkeiten in Wissenschaft und Forschung befähigt werden.

(3) ¹Die Masterprüfung bildet den Abschluss des Masterstudiengangs „Kulturwirtschaft / Intercultural Management Studies“. ²Durch sie soll festgestellt werden, ob die oder der Studierende weitere, für die Berufspraxis notwendige, gründliche Fachkenntnisse erworben hat, ob sie oder er Zusammenhänge seines oder ihres Fachgebiets überblickt und ob sie oder er die Fähigkeit besitzt, nach wissenschaftlichen Grundsätzen selbständig zu arbeiten.

(4) ¹Im Masterstudiengang „Kulturwirtschaft / Intercultural Management Studies“ werden Schwerpunkte gelegt auf Interkulturelle Kommunikation und Wirtschaftswissenschaften sowie auf die Vermittlung moderner Managementtechniken. ²Die interdisziplinäre Ausrichtung des Studiengangs, die hohe Eigenverantwortung der Studierenden bei der Organisation des Studiums sowie die verstärkte Ausbildung in kommunikationsaktivierenden Gruppen fördern die Ausprägung von Schlüsselqualifikationen wie Projektmanagement, Organisationsfähigkeit, Kommunikationsfähigkeit sowie die Fähigkeit zur Teamarbeit und zur Führung von Gruppen.

(5) Die Unterrichts- und Prüfungssprache der jeweiligen Module folgt der Sprache der Modulbezeichnungen, soweit der Modulkatalog keine abweichende Regelung trifft.

§ 3 Qualifikation (Fachanteile, Note und Sprachkenntnisse)

¹Der Hochschulabschluss gemäß § 4 Abs. 1 AStuPO ist in einem einschlägigen, kultur- oder betriebswirtschaftswissenschaftlichen Studiengang mit mindestens der Gesamtnote 2,5 nachzuweisen. ²Alternativ zur Gesamtnote 2,5 kann die Bewerberin oder der Bewerber die Qualifikation nachweisen, wenn sie oder er zu den besten 50 Prozent der Absolventinnen und Absolventen des jeweiligen Abschlussjahrgangs gehört hat. ³Ein einschlägiger Studiengang nach Satz 1 liegt vor, wenn:

- Kenntnisse im Bereich der Interkulturellen Kommunikation, der Kulturwissenschaften oder des Interkulturellen Managements im Umfang von mindestens 20 ECTS-Leistungspunkten (ECTS-LP),
- Kenntnisse im Bereich der Betriebswirtschaftslehre im Umfang von mindestens 20 ECTS-LP sowie
- Kenntnisse im Bereich der quantitativen und/oder qualitativen Methodenlehre im Umfang von mindestens 10 ECTS-LP, davon mindestens 5 ECTS-LP in Datenerhebung, Datenauswertung, Mathematik oder Statistik, nachgewiesen werden.

⁴Nachzuweisen sind überdies adäquate Kenntnisse der deutschen und der englischen Sprache jeweils auf mindestens dem Niveau B 2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen (GER) durch einen anerkannten Sprachtest oder ein Äquivalent. ⁵Vom Nachweis der jeweiligen Sprachkenntnisse nach Satz 4 wird abgesehen, wenn die Bewerberin oder der Bewerber eine Hochschulzugangsbeerechtigung oder einen vorausgehenden Hochschulabschluss in dieser Sprache erworben hat.

§ 4 Modulbereiche und Gesamtnote

(1) ¹Der **Modulbereich A: Kernmodule** umfasst Pflichtmodule im Umfang von 25 ECTS-LP. ²Diese Kernmodule bilden das theoretische und methodische Fundament des Studiengangs. ³Sie verbindet die geisteswissenschaftliche Analyse mit betriebswirtschaftlichen Methoden. ⁴Im **Modul „Kulturtheorien“** erarbeiten sich die Studierenden ein tiefgreifendes Verständnis zentraler Kulturdefinitionen und -theorien (von semiotischen bis zu konstruktivistischen Ansätzen). ⁵Sie erlernen, kulturelle Phänomene als komplexe Zeichensysteme zu dekodieren und kritisch zu hinterfragen. ⁶Ziel ist die Entwicklung eines theoretischen Reflexionsvermögens, um gesellschaftliche Dynamiken und Identitätskonstruktionen in globalisierten Kontexten wissenschaftlich fundiert einordnen zu können. ⁷Ergänzend dazu erlernen die Studierenden im **Modul „Methoden der Kulturforschung“** das Instrumentarium der Komparatistik, um kulturelle Praktiken, Institutionen und Mediensysteme systematisch gegenüberzustellen. ⁸Sie üben den Umgang mit dem Vergleich als Erkenntnisverfahren, identifizieren Transferprozesse und analysieren kulturelle Hybridität. ⁹Ziel ist die methodisch gesicherte Durchführung von Strukturvergleichen, um Differenzen und Gemeinsamkeiten im globalen Kontext wissenschaftlich darzustellen und zu verstehen. ¹⁰Das **Modul „Interkulturelles Management“** vermittelt Konzepte der internationalen Organisations- und Personalführung unter Berücksichtigung kultureller Einflussfaktoren. ¹¹Studierende erhalten durch Einblicke in Theorie und Praxis Wissen zum konstruktiven und lösungsorientierten Umgang mit kultureller Diversität auf verschiedenen Ebenen im Management. ¹²Sie erwerben die Kompetenz, Managementinstrumente kultursensibel zu adaptieren und Synergieeffekte in diversen Teams gezielt für den Unternehmenserfolg

zu nutzen. ¹³Im flankierenden **Modul „Methoden Interkultureller Forschung“** stehen qualitative Verfahren zur Untersuchung interkultureller Interaktionen (z. B. teilnehmende Beobachtung, Experteninterviews, dokumentgestütztes Arbeiten oder Critical Incident Analysis) im Vordergrund. ¹⁴Studierende reflektieren die eigene Kulturgebundenheit und erlernen den ethisch verantwortungsvollen Umgang mit Forschungsfeldern und -subjekten. ¹⁵Ziel ist die Befähigung zur eigenständigen Erhebung und Interpretation von Daten in kulturellen Überschneidungssituationen. ¹⁶Im **Modul „Methoden der Betriebswirtschaftslehre“** schließlich vertiefen die Studierenden ihre Kompetenzen in wirtschaftswissenschaftlichen Methoden sowie der modellgestützten Analyse komplexer Entscheidungssituationen. ¹⁷Ziel ist die Befähigung zur kritischen Reflexion ökonomischer Paradigmen und die souveräne Auswahl sowie Kombination von quantitativen und qualitativen Modellen zur Lösung komplexer Managementherausforderungen in globalen Märkten.

(2) ¹Der **Modulbereich B: Spezialisierung „Kultur und Interkulturalität“** im Umfang von mindestens 30 ECTS-LP bildet den zukunftsorientierten Kern des Masterstudiengangs. ²Er verbindet die historische Tiefenschärfe mit aktuellen interkulturellen Debatten und unternehmerischer Gestaltungskraft. ³Die Modulgruppe verknüpft kulturwissenschaftliche, ethische und historische Perspektiven mit modernen interkulturellen Managementansätzen, um die Komplexität kultureller Systeme und globaler Transformationsprozesse zu durchdringen. ⁴Studierende analysieren Kulturgeschichte und Kommunikationsstrukturen als Basis für Identitätsbildung und untersuchen kritisch die Spannungsfelder von Globalisierung, Migration und Diversität in Organisationen. ⁵Sie erwerben die Kompetenz, durch interkulturelle Zukunftsfor-schung und konstruktives interkulturelles Management proaktive Lösungsstrategien für aktuelle und zukünftige gesellschaftliche Herausforderungen zu entwickeln. ⁶Ziel ist die Befähigung zu reflektiertem interkulturellem Handeln in organisationalen und wirtschaftlichen Kontexten sowie zum *Intercultural Entrepreneurship*, bei dem kultursensibles Handeln konsequent an wirtschaftsethischen Prinzipien und der Förderung kultureller Vielfalt ausgerichtet wird.

(3) ¹Der **Modulbereich C** umfasst die **Spezialisierungen „Management“** und **„Entrepreneurship“** im Umfang von mindestens 30 ECTS-LP. ²Die **Spezialisierungsmodulgruppe „Management“** bildet hierbei den strategischen und operativen Kern des Studiengangs. ³Im Rahmen des Masterstudiengangs liegt der Fokus hierbei auf der Verbindung von ökonomischer Effizienz mit transformativer Verantwortung und globaler Anpassungsfähigkeit. ⁴Die Studierenden werden zur Gestaltung und Steuerung komplexer Organisationen unter den Bedingungen von Globalisierung und digitalem Wandel befähigt. ⁵Studierende integrieren funktionale Kernbereiche wie Personal, Marketing, Accounting und Auditing mit strategischen Perspektiven des Innovationsmanagements und der Unternehmensführung. ⁶Sie erwerben die Fähigkeit, nachhaltige Geschäftsmodelle zu entwickeln und ethische Dilemmata in betriebswirtschaftliche Entscheidungsprozesse zu integrieren. ⁷Ziel ist die Ausbildung von Führungspersönlichkeiten, die aktuelle Trends im Management kritisch reflektieren, in wissenschaftlichen Diskursen (Masterseminar) validieren und komplexe Managementaufgaben in internationalen Kontexten lösungsorientiert verantworten können. ⁸Die **Spezialisierungsmodulgruppe „Entrepreneurship“** ist darauf ausgerichtet, Studierende zu befähigen, innovative Geschäftsideen in einem digitalisierten und globalisierten Umfeld nicht nur zu entwickeln, sondern auch ethisch verantwortlich und strategisch sicher umzusetzen. ⁹Die Modulgruppe verbindet das methodische Rüstzeug der Gründungsreise mit strategischer Innovationssteuerung und ethischer Reflexion. ¹⁰Studierende analysieren Digitalisierungstrends und High-Tech-Strategien, entwickeln marktfähige Marketing-Mix-Entscheidungen und erproben ihr unternehmerisches Handeln in kompetitiven Praxisformaten. ¹¹Sie erwerben die Kompetenz, Netzwerke in Gründungsprozessen zu steuern, Stakeholder-Interessen ethisch zu moderieren und Governance-Strukturen für wachsende Unternehmen zu entwerfen. ¹²Ziel ist die Ausbildung agiler Gründerpersönlichkeiten und auch von „Intrapreneuren“, die komplexe Innovationsvorhaben von der Ideation bis zur Marktreife führen und in Masterseminaren ihre Führungs- und Analysefähigkeiten auf Exzellenzniveau heben.

(4) ¹Der **Modulbereich D: Transfer und Praxis** im Umfang von 15 ECTS-LP ermöglicht den Studierenden entweder die Teilnahme an einer Summer School „Intercultural Summer Academy / Interkulturelle Zukunftswerkstatt“, die Absolvierung eines Moduls in der Fachspezifischen Fremdsprache und/oder die Absolvierung einer forschungs- bzw. praxisbezogenen Projektarbeit im Umfang von vier bzw. acht Wochen. ²In der **Summer School „Intercultural Summer Academy / Interkulturelle Zukunftswerkstatt“** (5 ECTS-LP) erarbeiten die Studierenden in einem interdisziplinären Setting innovative Lösungsansätze für globale Transformationsprozesse und interkulturelle Management-Herausforderungen. ³Sie vertiefen Methoden der partizipativen Projektentwicklung, um theoretische Konzepte der Interkulturellen Kommunikation bzw. Betriebswirtschaftslehre auf reale Fallstudien zu transferieren. ⁴Ziel ist die Entwicklung einer

kritischen Handlungs- und Gestaltungskompetenz, die es ermöglicht, in diversen Teams nachhaltige Strategien zu entwerfen und diese professionell vor Akteuren aus Wissenschaft und Praxis zu moderieren. ⁵Im Modul „**Fachspezifische Fremdsprache**“ (10 ECTS-LP) erlernen die Studierenden die wirtschafts- bzw. kulturwissenschaftliche Terminologie und setzen diese in fachspezifischen Kontexten wie dem internationalen Marketing oder Projektmanagement sicher ein. ⁶Sie entwickeln die Kompetenz, komplexe Fachtexte kritisch zu bewerten sowie interkulturelle Nuancen in der mündlichen und schriftlichen Geschäftskommunikation strategisch zu nutzen. ⁷Ziel ist die professionelle Sprachbeherrschung zur Analyse und Steuerung wirtschaftlicher Prozesse und die Vermittlung in multilingualen Arbeitsumfeldern. ⁸Weiterhin besteht die Option zur einem vier- bzw. achtwöchigen **Masterforschungsprojekt / Praktikum in Unternehmen und Institutionen** im Umfang von 5 bzw. 10 ECTS-LP. ⁹Hierdurch bietet sich den Studierenden eine von den Semesterzeiten unabhängige Möglichkeit, komplexe fachspezifische Fragestellungen in einem realen Forschungs- oder Unternehmenskontext eigenständig zu identifizieren und unter konsequenter Anwendung wissenschaftlicher Methoden zielorientiert zu bearbeiten. ¹⁰Sie beherrschen dadurch die methodische Planung sowie Steuerung anspruchsvoller Projekte und können fortgeschrittene Analysewerkzeuge kritisch anwenden, um fundierte Lösungen für praxisrelevante Probleme zu entwickeln. ¹¹Durch die Integration in professionelle Teamstrukturen schärfen sie ihre Fähigkeit zur Selbstreflexion und bewerten ihr eigenes Handeln sowie die institutionellen Rahmenbedingungen kritisch. ¹²Sie erhalten die Gelegenheit, gewonnene Erkenntnisse adressatengerecht aufzubereiten und in Berichtsform überzeugend darzustellen. ¹³Ziel ist die Schaffung einer Brücke zwischen theoretischem Fachwissen und der eigenständigen Anwendung in der Forschungspraxis oder im professionellen Arbeitsumfeld.

(5) ¹Die Modulbereiche setzen sich aus den in §§ 5 bis 8 aufgeführten Modulen zusammen. ²Alle Module außer die Module „Masterforschungsprojekt / Praktikum in Unternehmen und Institutionen“ werden benotet und sind Prüfungsmodule. ³In die Gesamtnotenberechnung fließen nur die Noten der nach ECTS-LP gewichteten Prüfungsmodule sowie die Note der Masterarbeit ein.

§ 5 Modulbereich A: Kernmodule

¹Dieser Modulbereich ist von allen Studierenden verpflichtend zu absolvieren. ²Er umfasst folgende Pflichtmodule:

Lehrform	Name des Moduls	Prüfungsform	SWS	ECTS-LP
V	Kulturtheorien	Klausur oder Portfolio	2	5
WÜ	Methoden der Kulturforschung	Hausarbeit oder Portfolio	2	5
V	Interkulturelles Management	Klausur	2	5
WÜ	Methoden Interkultureller Forschung	Hausarbeit oder Portfolio	2	5
V	Methoden der Betriebswirtschaftslehre	Klausur	2	5
Insgesamt: fünf Module			10	25

§ 6 Modulbereich B: Spezialisierung „Kultur und Interkulturalität“

¹In diesem Modulbereich sind von allen Studierenden drei Module im Umfang von insgesamt 30 ECTS-LP zu erwerben. ²Es stehen folgende Module zur Wahl:

Lehrform	Name des Moduls	Prüfungsform	SWS	ECTS-LP
HS	Interkulturelle Zukunftsforschung	Hausarbeit oder Portfolio	2	10
HS	Interkulturalität und Diversität in Organisationen	Hausarbeit oder	2	10

		Portfolio		
HS	Konstruktives Interkulturelles Management	Hausarbeit oder Portfolio	2	10
HS	Intercultural Entrepreneurship	Hausarbeit oder Portfolio	2	10
HS	Wirtschaftsethik	Hausarbeit oder Portfolio	2	10
HS	Kultur, Gesellschaft und Kommunikation	Hausarbeit oder Portfolio	2	10
HS	Globalisierung, Gerechtigkeit und kulturelle Vielfalt	Hausarbeit oder Portfolio	2	10
HS	Kulturgeschichte	Hausarbeit oder Portfolio	2	10
Insgesamt: drei Module			6	30

§ 7 Modulbereich C: Spezialisierungen „Management“ und „Entrepreneurship“

¹In diesem Modulbereich sind von allen Studierenden aus dem Angebot der Spezialisierungsmulgruppen „Management“ und „Entrepreneurship“ insgesamt mindestens 30 ECTS-LP zu erwerben. ²In der Wahl der Module und der Gewichtung der beiden Spezialisierungsmulgruppen sind die Studierenden frei. ³In der Spezialisierungsmulgruppe „Management“ stehen folgende Module zur Wahl:

Lehrform	Name des Moduls	Prüfungsform	SWS	ECTS-LP
V(+Ü)	Marketing Management	Klausur	2-4	5
V	Strategic and Innovation Management	Klausur	2	5
V	Organizational Behavior	Portfolio	2	5
SE	Empirische Methoden für Masterstudierende im Bereich Management, Personal und Information	Portfolio	2	5
V	Sustainability and Digitalization	Klausur	2	5
V+Ü	Management Accounting	Klausur	2	5
V+Ü	International Accounting	Klausur	2	5
V	Organisation Theory and Sustainable Leadership	Portfolio	2	5
V	Sustainability and Business Ethics	Klausur oder Portfolio	2	5
SE	Governance	Portfolio	4	5
SE	Masterseminar in Management	Portfolio	1-4	7
V/SE	Vertiefungen in Management	Hausarbeit oder Portfolio oder Klausur	2-4	5

⁴In der Spezialisierungsmulgruppe „Entrepreneurship“ stehen folgende Module zur Wahl:

Lehrform	Name des Moduls	Prüfungsform	SWS	ECTS-LP
----------	-----------------	--------------	-----	---------

V+Ü	Strategy for High-tech Startups	Klausur	4	5
V+Ü	Organizations and Innovation Strategy	Klausur	4	5
V	Fundamentals of Digitalization and Digital Trends	Klausur	2	5
V(+Ü)	Marketing-Mix Decisions	Klausur	2-3	5
V	Entwicklung von Managementfähigkeiten	Portfolio	2	5
V+Ü	Corporate Valuation (Unternehmensbewertung)	Klausur	4	5
SE	Ethical Entrepreneurship and Stakeholder Analysis	Portfolio	4	5
SE	Network Management in Startup Processes	Portfolio	4	5
SE	5-Euro-Business Wettbewerb	Hausarbeit	4	5
SE+SE	Entrepreneurship Development Program	Portfolio	8	10
SE	Masterseminar in Entrepreneurship	Portfolio	1-4	7
V/SE	Vertiefungen in Entrepreneurship	Hausarbeit oder Portfolio oder Klausur	2-4	5

§ 8 Modulbereich D: Transfer und Praxis

¹Im Modulbereich D: Transfer und Praxis sind 15 ECTS-LP zu erwerben; hierzu ist jeweils ein Modul im Umfang von 5 ECTS-LP und ein Modul im Umfang von 10 ECTS-LP nach Wahl der Studierenden zu absolvieren. ²Es kann nur eines der beiden Projektmodule Forschung (PF) bzw. Praktika (PT) mit der Bezeichnung „Masterforschungsprojekt / Praktikum in Unternehmen und Institutionen“ eingebracht werden. ³Im Modul „Fachspezifische Fremdsprache“ kann eine der in § 29 der AStuPO aufgeführten Fremdsprachen absolviert werden; eine Niveaustufe entspricht dabei zwei Sprachkursen über insgesamt zwei Semester. ⁴„Englisch“ und „Deutsch als Fremdsprache“ können erst ab Erreichen der Niveaustufe C1 des GER gewählt werden. ⁵In allen Sprachen muss, sofern eine Fachsprache Wirtschaftswissenschaften angeboten wird, ab der Aufbaustufe zwischen den Fachsprachen Wirtschafts- und Kulturwissenschaften gewählt werden. ⁶Es stehen folgende Module zur Wahl:

Lehrform	Name des Moduls	Prüfungsform	SWS	ECTS-LP
WÜ	Intercultural Summer Academy / Interkulturelle Zukunftswerkstatt	Portfolio oder Bericht oder Präsentation	2	5
Ü	Fachspezifische Fremdsprache	Klausur oder Klausur und mündliche Prüfung	4-8	10
PF/PT	Masterforschungsprojekt / Praktikum in Unternehmen und Institutionen (mind. vier Wochen)	Bericht	---	5
PF/PT	Masterforschungsprojekt / Praktikum in Unternehmen und Institutionen (mind. acht Wochen)	Bericht	---	10
Insgesamt: zwei Module			2-10	15

§ 9 Masterarbeit

¹Von allen Studierenden ist eine Masterarbeit in einem der in den Modulbereichen B und C gewählten Spezialisierungsmodulgruppen vertretenen Fach anzufertigen. ²Die Bearbeitungszeit der Masterarbeit beträgt vier Monate. ³Die Masterarbeit soll in der Regel ca. 40 Seiten nicht überschreiten. ⁴Für eine bestandene Masterarbeit werden 20 ECTS-LP vergeben.

§ 10 Zweite Wiederholung von Modulen und Notenverbesserung

(1) Jedes mit „nicht ausreichend“ bzw. „nicht bestanden“ bewertete Modul kann höchstens zweimal wiederholt werden.

(2) ¹Zur freiwilligen Notenverbesserung können höchstens drei bestandene Prüfungsmodul einmally wiederholt werden. ²Die Notenverbesserung ist beim Prüfungssekretariat zu beantragen.

(3) Hinsichtlich der Wiederholungsmöglichkeiten der Masterarbeit gelten die Regelungen der AStuPO.

§ 11 Zusammensetzung der Prüfungskommission

¹Die Prüfungskommission besteht aus vier prüfungsberechtigten Mitgliedern der Universität Passau, von denen mindestens drei Hochschullehrerinnen oder Hochschullehrern sein müssen. ²Die Geistes- und Kulturwissenschaftliche Fakultät stellt zwei Mitglieder, von denen in der Regel eines den Vorsitz und eines die Stellvertretung übernimmt. ³Die übrigen zwei Mitglieder werden jeweils auf Vorschlag der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät und des Sprachenzentrums bestellt.

§ 12 Inkrafttreten, Außerkrafttreten und Übergangsbestimmung

¹Diese Satzung tritt am 01. November 2026 in Kraft. ²Sie gilt erstmals für Studierende, die ihr Studium zum Sommersemester 2027 aufnehmen. ³Die Fachstudien- und -prüfungsordnung für den Masterstudiengang „Kulturwirtschaft / International Cultural and Business Studies“ an der Universität Passau vom 6. Mai 2020 (vABIUP Seite 25) tritt am 31. März 2027 außer Kraft. ⁴Abweichend von Satz 3 findet auf Studierende, die bereits vor dem in Satz 3 bestimmten Zeitpunkt in den Masterstudiengang „Kulturwirtschaft / International Cultural and Business Studies“ an der Universität Passau immatrikuliert waren, weiterhin die Satzung nach Satz 3 mit der Maßgabe Anwendung, dass auch für Studierende nach Satz 3 die nach § 10 AStuPO in Verbindung mit § 11 dieser Satzung gebildete Prüfungskommission für die Vorbereitung und Durchführung der Prüfungen zuständig ist.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Senats der Universität Passau vom 15. Juli 2026 und der Genehmigung durch den Präsidenten der Universität Passau vom 22. September 2026 (Aktenzeichen V/S.I-10.3960/2026).

Passau, den 22. September 2026
UNIVERSITÄT PASSAU
Der Präsident

Professor Dr. Jan Hendrik Schumann

Die Satzung wurde am 22. September 2026 in der Hochschule niedergelegt; die Niederlegung wurde am 22. September 2026 durch Anschlag in der Hochschule bekannt gegeben.

Tag der Bekanntmachung ist der 22. September 2026.