



Informationen zum Studiengang

International Management and Intercultural Communication Master of Arts / GlobalMBA

Der Masterstudiengang »International Management and Intercultural Communication / GlobalMBA« wird in Kooperation zwischen den Fakultäten für Informations- und Kommunikationswissenschaften und Wirtschafts- und Rechtswissenschaften angeboten. Er richtet sich an Hochschulabsolvent*innen, die am internationalen Wirtschaftsgeschehen aus interkultureller sowie *New Economy*-Perspektive interessiert sind und ihre zukünftige berufliche Tätigkeit in internationalen Unternehmen und Organisationen sehen. Dieser Erwartung entspricht die Grundannahme des Studiengangs, dass eine moderne und innovative Managementqualifikation interkulturelle Kompetenzen einschließen muss. Der Studiengang bietet ein voll integriertes Curriculum an vier Standorten in Europa, Asien und Nordamerika, welches gemeinsam mit der University of North Florida (Jacksonville, USA) und der Universität Warschau (Polen) entwickelt wurde.

Ein besonderes Charakteristikum ist die internationale Zusammensetzung der Jahrganggruppen aus Studierenden aller Partneruniversitäten, die diese gemeinsam an alle vier Studienorte führt. Aufgrund dieser Rahmenbedingungen erfahren die Teilnehmer*innen unmittelbar die Notwendigkeit und Chancen interkultureller Kommunikation für die Entwicklung ihrer eigenen interkulturellen Team- und Problemlösungskompetenz im internationalen Kontext. Ferner schließt das Curriculum die *New Economy*-Themen Digitalisierung, Business Analytics und Technologiestrategie mit ein.

Studienziele

Dieses Masterstudium bereitet die Studierenden auf Aufgaben im Bereich des internationalen Managements in innovativen, global agierenden Unternehmen und Organisationen vor. Überdacht werden die fachlichen Ziele durch die Entwicklung kommunikativer und sozialer Kompetenzen, um die Teilnehmer*innen zu befähigen, an den Schnittstellen von Managementaufgaben und kulturellen Gegebenheiten kreative Lösungen durch ihre interkulturelle Handlungskompetenz und Teamfähigkeit zu erreichen. Ferner zielt das Studium auf eine Vertrautheit mit digitalen, datenanalytischen und *New Economy*-Konzepten ab. Um diese Ziele des Studiengangs zu realisieren, wird ein besonderer Schwerpunkt auf forschendes Lernen in multinationalen Teams gelegt.

Die Teilnehmer*innen sollen dabei die im Studium erworbenen Kenntnisse und Kompetenzen auf praxisorientierte Probleme

Technology Arts Sciences TH Köln

des internationalen Managements anwenden und wissenschaftlich basierte Problemlösungskompetenz entwickeln.

Berufsfelder

International agierende Wirtschaftsunternehmen, Organisationen und Institutionen. Abhängig von den Neigungen der Absolvent*innen z. B. Positionen im internationalen Management oder in der internationalen Kommunikation und Zusammenarbeit. Durch die Forschungsorientierung der Masterarbeiten bietet der Studiengang ferner eine solide Vorbereitung auf ein mögliches Promotionsstudium.

Studienabschluss

Die Absolvent*innen erhalten zwei akademische Titel:

- den gemeinsamen europäischen Master of Arts der TH Köln und der Universität Warschau
- sowie den Master of Business Administration (MBA) der University of North Florida.

Allgemeine Zulassungsvoraussetzungen

- der Abschluss eines Bachelorstudiums (oder eines Diplom- oder Magisterstudiums) an einer Hochschule oder Universität mit einer Gesamtnote von mindestens 2,5
- fundierte Kenntnisse in den Wirtschaftswissenschaften
- sehr gute Englischkenntnisse (mindestens Niveau B2)
- GMAT mit einer Mindestpunktzahl von 500 oder GRE mit einer Mindestpunktzahl von 150 im verbalen und 150 im quantitativen Teil.

Termine

Studienbeginn ist jeweils zum Wintersemester. Die Gesamtstudiendauer beträgt 15 Monate (inkl. Prüfungszeit) und ist in vier Studienabschnitte unterteilt. Die Recherchearbeiten für die Master Thesis beginnen an der TH Köln, werden in Warschau und Asien fortgeführt und enden mit der Thesis Defense in Jacksonville. Unterrichtssprache ist Englisch.

Bewerbungsschluss:

- 01.06. für deutsche Staatsangehörige sowie Bewerber*innen mit einem deutschen Hochschulabschluss
- 15.05. (via uni-assist) für ausländische Bewerber*innen mit ausländischem Hochschulabschluss

Die Zulassungsentscheidung erfolgt nach Teilnahme an Auswahlgesprächen zwischen Juni und 15. Juli.

Inhalte und Schwerpunkte / Studienfächer

Die Inhalte des Studiengangs beruhen auf Drei-Plus-Eins Säulen: Die erste Säule umfasst die Entwicklung der Fachkompetenz im Bereich des internationalen Managements mit Schwerpunkten auf internationaler Ökonomie, Unternehmensstrategie, Marketing, Finanzmanagement, Personalführung und Organisations-theorie.

Die zweite Säule umfasst die Entwicklung interkultureller Kompetenzen durch Seminare zur Theorie und Praxis der interkulturellen Kommunikation zu jedem der vier Studienorte.

Die dritte Säule dient der Entwicklung von Problemlösungs-kompetenz in multinationalen Teams. Die Studierenden erstellen dazu Masterarbeiten in multinational zusammengesetzten Teams unter Zeitvorgaben zu vorgegebenen Themengebieten.

Es werden wesentliche Entwicklungen globaler Industrien und deren Nachhaltigkeit analysiert, u. a. auch durch Vor-Ort-Recherchen an den jeweiligen Studienorten. Auf diese Weise werden typische Arbeitsformen in internationalen Unternehmen und Unternehmensberatungen simuliert. Die Arbeiten der Studierenden führen dabei die ihrer Vorgänger*innen fort und bilden zugleich die Grundlage für Arbeiten der nachfolgenden Studienkohorten.

Neben diesen drei Hauptsäulen zielt die vierte Säule auf die Entwicklung digitaler Kompetenz als eine Querschnittskompetenz. Diese in allen Studienfächern, Projekten und Aktivitäten integrierte vierte Säule umfasst Subthemen, die den Teilnehmer*innen eine Grundkompetenz in und Vertrautheit mit den *New Economy*-Konzepten der Digitalisierung, Business Analytics und Technologiestrategie ermöglichen.

Die Drei-Plus-Eins Säulen des GlobalMBA Master of International Management and Intercultural Communication

| | Global Management Qualifications | Culture and Business Exposure | Global Research Project (Group Thesis) | Digitalization, Business Analytics, Tech. Strategy and Sustainability** |
|-------------------------------------|--|--|---|---|
| University of North Florida, USA | <ul style="list-style-type: none"> – Advanced Strategic Management – Modeling and Management of Operations – International Marketing | <ul style="list-style-type: none"> – Applied Intercultural Communication: USA – Business Environment: USA | <ul style="list-style-type: none"> – Global Research Project: Final Report Writing, Presentation and Defense | <ul style="list-style-type: none"> – Digital Entrepreneurship – Supply-chain Digitalization – Big Data and Digital Marketing |
| Summer Term Asia * | <ul style="list-style-type: none"> – International Finance | <ul style="list-style-type: none"> – Applied Intercultural Communication: Asia – Business Environment: Asia | <ul style="list-style-type: none"> – Thesis Group Research | <ul style="list-style-type: none"> – Industrial and Technology Companies in Asia |
| University of Warsaw, Poland | <ul style="list-style-type: none"> – International Management and Strategy – Advanced Financial Management – Organizational Theory – Human Resource Management – Management Information Systems | <ul style="list-style-type: none"> – Applied Intercultural Communication: Poland – Business Environment: Poland | <ul style="list-style-type: none"> – Definition of Research Question, Methodology and Analytics, Thesis Outline and Table of Contents – Final Group Proposal | <ul style="list-style-type: none"> – Technology Strategy, Artificial Intelligence, Digital Business Models – New Technologies and the Future of Jobs, Big Data in Human Resources – Digitalization, AI in MIS, Internet of Things, Cybersecurity |
| Technische Hochschule Köln, Germany | <ul style="list-style-type: none"> – International Managerial Accounting – Making Decisions with Data – Global Economics | <ul style="list-style-type: none"> – Intercultural Communication – Applied Intercultural Communication: Germany – Business Environment: Germany | <ul style="list-style-type: none"> – Group Formation and Group Research: New Economy, Sustainability and Digital Business Models and Industries – First Group Proposal: Submission & Discussion | <ul style="list-style-type: none"> – Digitalization and New Media in Intercultural Communication – Data and Business Analytics – The Digital Economy – Sustainability and Circular Economy |

* Organized by the three partner universities.

** New economy topics integrated into the course Syllabi and Group Theses

Kontakt

TH Köln
Fakultät für Informations- und Kommunikationswissenschaften
Institut für Translation und Mehrsprachige Kommunikation
Campus Südstadt, Ubierring 48, 50678 Köln

Fakultät für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften
Schmalenbach Institut für Wirtschaftswissenschaften
Campus Südstadt, Claudiusstraße 1, 50678 Köln

Fachstudienberatung
Prof. Dr. Elke Schuch
T: +49 221-8275-3302
E: elke.schuch@th-koeln.de

Prof. Dr. Ridwan Dewayanto Rusli
T: +49 221-8275-3467
E: ridwan.rusli@th-koeln.de

www.th-koeln.de/globalmba ↗

