

Studien- und Prüfungsordnung (SPO)

Masterstudiengang Business Management an der Fakultät Business and Economics der Steinbeis-Hochschule

Präambel

Aufgrund von § 11 Abs. 4 c Grundordnung der Steinbeis-Hochschule vom 23. April 2018 hat der Akademische Senat der Steinbeis-Hochschule am 07.01.2019 die folgende Studienordnung für den Masterstudiengang Business Management der Fakultät Business and Economics der Steinbeis-Hochschule erlassen.

Inhaltsverzeichnis

§ 1 Geltungsbereich

Teil I: Studium

§ 2 Qualifikationsziele

§ 3 Studieninhalte

§ 4 Verliehener Grad und Art des Masterstudiums

§ 5 Aufbau des Masterstudiums

§ 6 Lehr- und Lernformen

Teil II: Zulassung, Leistungsüberprüfungen, Abschlusszeugnis

§ 7 Prüfungsausschuss

§ 8 Zulassung zum Studium

§ 9 Erwerb von Credit Points

§ 10 Modulprüfungen

§ 11 Plagiat

§ 12 Leistungsüberprüfungen im Modulbereich Project

§ 13 Anerkennung von Studien- und Prüfungsleistung

§ 14 Studienabschluss

§ 15 Abschlusszeugnis des Masterstudiums

Teil III: Inkrafttreten

§ 16 Inkrafttreten und Übergangsregelungen

Anlagen

Anlage 1: Modulbereiche

Anlage 2: Module in den Modulbereichen

Anlage 3: Modulbeschreibungen

§ 1 Geltungsbereich

- (1) Diese Ordnung regelt Ziele, Inhalt, Aufbau, Zulassungsbedingungen und Anforderungen und Verfahren der Erbringung der Leistungen im Masterstudiengang Business Management der Fakultät Business and Economics der Steinbeis-Hochschule.
- (2) Es handelt sich um einen konsekutiven Masterstudiengang gemäß § 23 Abs. 3 Nr. 1 a) Gesetz über die Hochschulen im Land Berlin (Berliner Hochschulgesetz – BerlHG) vom 26. Juli 2011 (GVBl. S. 378).

I. Studium

§2 Qualifikationsziele

- (1) Die Absolventinnen und Absolventen kennen komplexe theoretische Modelle und moderne empirische Methoden der Betriebswirtschaftslehre. Aufbauend auf ihrem Vorwissen vertieft das Studium das Wissen in unterschiedlichen Teilgebieten der Wirtschaftswissenschaften und Managementlehre.
- (2) Das Studium vermittelt fachliche und überfachliche Fähigkeiten auf dem Stand der internationalen Forschung. Diese sind insbesondere dort von Vorteil, wo Kompetenzen auf unterschiedlichen Teilgebieten der Betriebswirtschaftslehre gleichzeitig benötigt werden. Dies befähigt die Absolventinnen und Absolventen, sowohl bekannte als auch neue und komplexe Fragestellungen und Probleme der Betriebswirtschaftslehre selbstständig oder in Arbeitsgruppen zu analysieren und darauf aufbauend Lösungsvorschläge zu erarbeiten. Dabei sind sie in der Lage, gender- und diversityspezifische Aspekte dieser Probleme sowie soziale und ethische Rahmenbedingungen zu berücksichtigen.
- (3) Die Absolventinnen und Absolventen sind befähigt, in allen Bereichen nationaler und internationaler Unternehmen, öffentlicher Organisationen sowie in wissenschaftlichen Einrichtungen tätig zu werden, in denen die strategische und operative Weiterentwicklung auf der Grundlage fundierter wissenschaftlicher Analysen auf dem Stand der internationalen Forschung gefragt ist.
- (4) Die Absolventinnen und Absolventen werden befähigt, Alternativen abzuwägen und auf dieser Grundlage Praxisentscheidungen fundiert zu begründen. Sie können Beurteilungsmaßstäbe selbst entwickeln und im organisatorischen Kontext anwenden.
- (5) Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, ihr Handeln als Führungskräfte konstruktiv und kritisch zu hinterfragen. Durch das Angebot von Modulen, die zivilgesellschaftliche, soziale und ethische Verantwortung schulen, sollen sich die Studierenden zu verantwortungsvollen und nachhaltigen Führungskräften, Unternehmern und Gestaltern in unserer Gesellschaft entwickeln. Dafür notwendige soziale und kommunikative Kompetenzen werden gezielt vermittelt und trainiert.
- (6) Die Absolventinnen und Absolventen erwerben die notwendigen wissenschaftlichen Kompetenzen für die Analyse und Bewertung fremder wissenschaftlicher Erkenntnisse. Ferner werden sie befähigt, eigene empirische Erhebungen durchzuführen, auszuwerten und selbstkritisch zu hinterfragen. Sie werden dadurch zur Aufnahme eines wirtschaftswissenschaftlichen Promotionsvorhabens befähigt.

§ 3 Studieninhalte

- (1) Um die Qualifikationsziele zu erreichen, vertieft der Masterstudiengang zunächst betriebswirtschaftliche und wissenschaftliche Kompetenzen, die i.d.R. auf den Grundlagen eines zuvor absolvierten wirtschaftswissenschaftlichen Studienprogrammes aufbauen.
- (2) Ergänzend werden in den Vertiefungsrichtungen individuelle Schwerpunkte gesetzt. Dabei werden insbesondere theoretische und methodische Aspekte betont.
- (3) Der Studiengang vermittelt insgesamt sowohl grundlegende Inhalte der Wirtschaftswissenschaften und Managementlehre (Foundations) als auch individuell wählbare Vertiefungen (engl. Major) und Spezialisierungen (engl. Minor). Dabei wird ein hohes Gewicht auf die enge und präzise Verbindung zwischen Theorie (Prinzipienebene) und Praxis (Phänomenebene) gelegt.
- (4) Verschiedene überfachliche Fähigkeiten, wie beispielsweise Gender-, Diversity- und interkulturelle Kompetenz, die Kommunikation wirtschaftswissenschaftlicher Analysen sowie das Arbeiten in und Anleiten von auch interkulturellen Arbeitsgruppen, werden insbesondere in den Modulen der Vertiefungsrichtungen und den Kombinationen aus Wahlpflichtmodulen zu Spezialisierungen erworben. Dabei spielt das Verständnis der Beziehung von Marktwettbewerb und Chancengleichheit eine besondere Rolle.

§ 4 Verliehener Grad und Art des Masterstudiums

- (1) Studierenden im Masterstudiengang Business Management, die das Studium bestanden haben, wird der Grad eines „Master of Science (M.Sc.)“ verliehen.
- (2) Das Masterstudium umfasst 120 Credit Points (CP) entsprechend dem European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS).
- (3) Das Studium ist grundsätzlich berufsintegriert mit einer Regelstudienzeit von 24 Monaten. Es kann auch berufsbegleitend mit einer Regelstudienzeit von 36 Monaten absolviert werden.
- (4) Das Studium basiert auf der Lehrverfassung der Steinbeis-Hochschule. Es folgt den Prinzipien des Transferstudiums/Projektkompetenzstudiums.
- (5) Die Berechnung der Credit Points richtet sich nach dem European Credit Transfer and Accumulation System ECTS. Die Anzahl der Credit Points (CP) pro Lehrveranstaltung entspricht dem erwarteten zeitlichen Lernaufwand für die Studierenden. Als Richtwert wird 1 CP für 30 Stunden studentischer Arbeitszeit einer bzw. eines durchschnittlichen Studierenden vergeben. Seminarstunden à 45 Minuten werden dabei als ganze Zeitstunden angerechnet.

§ 5 Aufbau des Masterstudiums

- (1) Das Masterstudium Business Management umfasst Lehrveranstaltungen in drei Modulbereichen:

Modulbereich	Modulinhalt	Credit Points
Foundation	Grundlagen Wissenschaft Grundlagen Business Management	40
Vertiefungsrichtungen (engl. Major)	Es werden sechs Vertiefungsrichtungen angeboten: 1) Management, Entrepreneurship & Strategy 2) Organisation, HR & Führung 3) Marketing, Media & Communication – advanced 4) Finance, Banking & Controlling – advanced 5) Innovation, Technology & Digitization – advanced 6) Economic Theory, Politics & Law	50
Project	Projektstudienarbeit (PSA) Studienarbeit (SA) Master Thesis (MT)	30
Total		120

- (2) Studierende können beim Prüfungsausschuss beantragen, Module im Umfang von bis zu 10 CP in einer anderen Vertiefungsrichtung als in ihrer ausgewählten Vertiefungsrichtung zu absolvieren.
- (3) Ein Studienanfang ist jederzeit möglich. In der Regel sind Studienstarts zum Frühjahr oder Herbst vorgesehen.

§ 6 Lehr- und Lernformen

- (1) Vorlesung: Die Vorlesung vermittelt einen Überblick über einen größeren Gegenstandsbereich und seine methodischen bzw. theoretischen Grundlagen. Die vorrangige Lehrform ist der Vortrag der jeweiligen Lehrkraft. Außerdem werden die Studentinnen und Studenten zu eigenen Diskussionsbeiträgen angeregt.
- (2) Seminar: Das Seminar vermittelt Kenntnisse und Kompetenzen über ein spezielles Stoffgebiet und seine Forschungsprobleme. Als Lehrform wechseln sich der Vortrag der jeweiligen Lehrkraft mit Diskussionsbeiträgen und Übungen der Studierenden ab.
- (3) Kolloquium: In einem Kolloquium präsentieren Studierende den Stand ihrer Projektarbeiten (PSA, SA, MT) und stellen sich der Diskussion mit der betreuenden Lehrkraft und den Studierenden.
- (4) E-Learning: E-Learning-Elemente unterstützen die Vermittlung eines Überblicks sowie die Vermittlung von Kenntnissen und Kompetenzen über einen größeren Gegenstandsbereich oder ein spezielles Stoffgebiet und seine Forschungsprobleme. Auch dabei werden Diskussionen und Übungen unter den Studierenden angeregt. Während Vorlesungen, Seminare und Kolloquien immer ein synchrones Lernen zwischen Lehrkraft und Studierenden darstellen, kann E-Learning auch ein asynchrones Lernen unterstützen.

II. Zulassung, Leistungsüberprüfungen, Abschlusszeugnis

§ 7 Prüfungsausschuss

- (1) Die Mitglieder des Prüfungsausschusses werden nach den Vorgaben der Rahmenprüfungsordnung der Steinbeis-Hochschule bestimmt.
- (2) Der Prüfungsausschuss nimmt die ihm in dieser Ordnung zugewiesenen Aufgaben wahr und entscheidet in allen Fragen der Leistungsüberprüfung, für die diese Ordnung keine Bestimmungen enthält.
- (3) Der Prüfungsausschuss kann Entscheide auf der Grundlage standardisierter Entscheidungsregeln an die Studienadministration delegieren. Entscheidungen der Studienadministration müssen dem Prüfungsausschuss auf Verlangen vorgelegt werden.
- (4) Der Prüfungsausschuss kann des Weiteren gemäß Rahmenprüfungsordnung weitere nachgeordnete Prüfungsausschüsse bestellen, die entsprechend den Vorgaben und Regelungen des Prüfungsausschusses Beschlüsse umsetzen und studienrechtliche Fragestellungen regeln. Bei grundlegenden Fragestellungen muss der nachgeordnete Prüfungsausschuss den Prüfungsausschuss zur Klärung und Entscheidung des Sachverhaltes anrufen. Sämtliche Beschlüsse des nachgeordneten Prüfungsausschusses müssen dem Prüfungsausschuss vorgelegt werden.
- (5) Der Vorsitz obliegt einer von der Fakultät aus dem Kreis der hauptamtlichen Professorinnen bzw. Professoren gewählten Person.
- (6) Der Prüfungsausschuss veröffentlicht alle sechs Monate eine Übersicht der geplanten Module für die nächsten zwei Jahre.
- (7) Der Prüfungsausschuss kann bei Härtefällen, die einzelne Studierende betreffen, begründete Ausnahmen von den in dieser Ordnung genannten Regelungen genehmigen.

§ 8 Zulassung zum Studium

- (1) Zum Masterstudium Business Management kann zugelassen werden, wer ein staatlich anerkanntes Hochschulstudium mit einem wirtschaftswissenschaftlichen Hintergrund oder ein gleichwertiges Studium an einer Hochschule im In- oder Ausland erfolgreich absolviert hat sowie die Eignungsprüfung gemäß Rahmenprüfungsordnung besteht.
- (2) Das absolvierte Erststudium muss aus mindestens 180 CP bestehen. Sollte das Erststudium kein wirtschaftswissenschaftliches Studium gewesen sein, so müssen durch das Erststudium oder anderweitige Prüfungsleistungen auf Qualifikationsstufe 6 des Deutschen Qualifikationsrahmens nachgewiesen sein:
 - 25 CP insbesondere aus folgenden Fächern der Wirtschafts- und Rechtswissenschaften:
 - Allgemeine und spezielle Betriebswirtschaftslehre
 - Volkswirtschaftslehre
 - Managementlehre
 - Interne und der externe Rechnungslegung
 - Betriebswirtschaftliche Steuerlehre
 - Finanzwissenschaft
 - Fachbezogene Rechtsgebiete, z. B. Handelsrecht, Gesellschaftsrecht
 - (Wirtschafts)-Informatik
 - 10 CP aus den folgenden Fächern:
 - Mathematik
 - Statistik/Ökonometrie
 - Wissenschaftstheorie/ Wissenschaftliches Arbeiten

- (3) Wenn ein Erststudium im Umfang von 180 CP erfolgreich absolviert wurde und auch alle weiteren formalen Zulassungskriterien des Masterstudiengangs erfüllt sind, so kann eine Bewerberin/ein Bewerber auch dann zur Eignungsprüfung eingeladen werden, wenn im Erststudium nicht ausreichende CP aus den genannten Fächern enthalten sind. In diesem Fall ist im Zuge der Eignungsprüfung zu klären, ob fehlende CP durch den Besuch und den erfolgreichen Abschluss entsprechender Module im Bachelor of Business Administration oder ggf. spezifischer dafür angebotener Vorbereitungskurse/Propädeutika der Steinbeis-Hochschule erworben werden können. Wenn zusätzliche Module während des Studiums zu erbringen sind, dann ist bis zum erfolgreichen Abschluss dieser Module eine vorläufige Immatrikulation möglich. Die in der Phase der vorläufigen Immatrikulation erbrachten Studienzeiten werden bei endgültiger Immatrikulation auf die erbrachte Studienzeit angerechnet.
- (4) Bewerber, deren Muttersprache nicht Englisch ist und deren erster Hochschulabschluss nicht an einer Bildungsstätte erworben wurde, in der Englisch Unterrichtssprache ist, benötigen einen Nachweis über ihre Englischkenntnisse (Niveau B2 GER). Diese Voraussetzung erfüllt jeder, der 6 Jahre Schulenglisch durch sein Abiturzeugnis oder sein Zeugnis der Hochschulreife nachweisen kann. Ansonsten muss ein entsprechendes Zertifikat bei einer Sprachschule oder ähnlichen Einrichtung eingeholt werden. Anerkannt werden: IELTS 5.0, Cambridge Examination FCE oder CAE oder CPE, TOEFL Paper 500 oder Computer 170 oder Internet 80, UNICert® II.
- (5) Bewerber für eine deutschsprachige Umsetzung des Masterstudiums, deren Muttersprache nicht Deutsch ist und deren erster Hochschulabschluss nicht an einer Bildungsstätte erworben wurde, in der Deutsch Unterrichtssprache ist, benötigen einen Nachweis über ihre Deutschkenntnisse. In diesem Fall ist ein Nachweis über den Abschluss einer der folgenden Prüfungen erforderlich: TestDaF (Deutsch als Fremdsprache) mit mindestens der Note 3 in allen vier Teilen; absolvierter Kurs B2 oder B2.2 GERS, Teilnahme an einem Kurs C1 GERS; oder DSH-1.

§ 9 Erwerb von Credit Points

- (1) Studentische Leistungen werden grundsätzlich immer mit einer Note bewertet. Die Notenskala wird in der Rahmenprüfungsordnung geregelt.
- (2) Credit Points werden in diesen Veranstaltungen durch mit mindestens ausreichend bewertete studentische Leistungen erworben
- (3) Für gleiche und ähnliche Studienleistungen werden nur einmal Credit Points vergeben.
- (4) Credit Points können nur von immatrikulierten, nicht beurlaubten Studierenden erworben werden.

§ 10 Modulprüfungen

- (1) In den Modulbeschreibungen werden die Leistungsnachweise von den Modulverantwortlichen festgelegt.
- (2) Die Modulprüfungen finden in der Regel am Ende bzw. nach Durchführung aller zu einem Modul gehörenden Veranstaltungen statt. Sie können auch als integraler Bestandteil innerhalb einer Lehrveranstaltung abgelegt werden.
- (3) Wenn zu einem Modul Wahlmöglichkeiten für die Art des zu erbringenden Leistungsnachweises angegeben sind, so wird von der prüfenden Dozentin/vom prüfenden Dozenten bis einen Monat vor Beginn der Präsenzveranstaltung eine der angegebenen Arten des Leistungsnachweises ausgewählt. Die Studierenden werden über die Seminareinladung, die bis einen Monat vor der Präsenzphase an alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer verschickt wird, über die Art des Leistungsnachweises informiert.

- (4) Sollten aufgrund einer Behinderung einer/eines Studierenden abweichende Prüfungsformen für ein Modul notwendig sein, so kann der/die Studierende oder die Lehrkraft beim Prüfungsausschuss eine alternative Prüfungsform beantragen, die unter Wahrung der Gleichwertigkeit zu einem Nachteilsausgleich führt.

§ 11 Plagiat

- (1) Die Studierenden haben zu Beginn aller schriftlichen Arbeiten folgende Erklärung abzugeben: „Ich habe die vorliegende schriftliche Arbeit selbständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt. Alle Stellen, die wörtlich oder sinngemäß fremden Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht.“ Diese Erklärung ist zu unterschreiben.
- (2) Gemäß der Grundordnung bzw. Rahmenprüfungsordnung der Steinbeis-Hochschule führt das Einreichen eines Plagiats dazu, dass der entsprechende Leistungsnachweis als nicht bestanden gewertet wird.
- (3) Darüber hinaus obliegt es dem Prüfungsausschuss zu entscheiden, ob in Anbetracht der Schwere des Plagiats rechtliche Schritte wegen eines Verstoßes gegen die abgegebene Erklärung und/oder ein Verfahren zum Ausschluss aus dem Studium eingeleitet werden.

§ 12 Leistungsüberprüfungen im Modulbereich Project

- (1) Das Projekt mit Projektstudienarbeit (PSA), Studienarbeit (SA) und Master Thesis (MT) wird von einer Lehrkraft der Steinbeis-Hochschule betreut. Diese stimmt das Themenfeld des Projektes und die sich daraus ergebenden, jeweils eigenständigen Themen und Aufgabenstellungen für die PSA, die SA und die MT mit der/dem Studierenden und gegebenenfalls mit dem Projektgeber (i.d.R. das Unternehmen der/des Studierenden) ab.
- (2) Thema und Aufgabenstellung der PSA müssen so beschaffen sein, dass die Bearbeitung innerhalb einer Bearbeitungszeit von 150 Stunden abgeschlossen werden kann. Für die PSA wird von der betreuenden Lehrkraft ein Abgabe- und Präsentationstermin festgelegt.
- (3) Thema und Aufgabenstellung der SA müssen so beschaffen sein, dass die Bearbeitung innerhalb einer Bearbeitungszeit von 150 Stunden abgeschlossen werden kann. Ausgabe und Fristeinholung sind aktenkundig zu machen. Die SA muss bei der zuständigen Studienadministration angemeldet werden.
- (4) Thema und Aufgabenstellung der MT müssen so beschaffen sein, dass die Bearbeitung innerhalb einer Bearbeitungszeit von 600 Stunden abgeschlossen werden kann. Ausgabe und Fristeinholung sind aktenkundig zu machen. Die MT muss bei der zuständigen Studienadministration angemeldet werden.

§ 13 Anerkennung von Studien- und Prüfungsleistung

- (1) Anträge auf Anerkennung von Leistungen, die bereits in einem anderen Studiengang oder an einer anderen Hochschule erbracht wurden, können bereits in der Bewerbungsphase gestellt werden.
- (2) Der Prüfungsausschuss entscheidet über die Anerkennung, die anzuerkennende Anzahl der Credit Points, die Note der anzuerkennenden Leistung und das zugeordnete Modul mittels Verfügung.
- (3) Bei der Anerkennung wird zwischen Anrechnung einer Leistung und Erlass einer Leistung unterschieden.
 - a) Anrechnung:
Die Studienleistung wurde bisher für keinen Studienabschluss verwendet. Die Anrechnung erfolgt mit den entsprechenden Credit Points und Benotung.
 - b) Erlass:
Die Studienleistung wurde bereits für einen anderen Studienabschluss verwendet. In diesem Fall werden weder Credit Points noch eine Benotung übernommen. Im Zeugnis wird dieses Modul als „anerkannt“ ausgewiesen.
- (4) Zeigt die Eignungsprüfung individuelle, den möglichen Gesamterfolg des Studiums positiv beeinflussende Kompetenzen durch die Vorbildung, können diese im Protokoll der Eignungsprüfung dokumentiert werden und zu einer bedingten Anwesenheitspflicht in einzelnen Studienmodulen führen. Der Prüfungsausschuss entscheidet über die bedingten Anwesenheitspflichten. Bedingte Anwesenheitspflichten werden im individuellen Studienplan dokumentiert.

§ 14 Studienabschluss

- (1) Das Masterstudium ist bestanden, wenn folgende Credit Points erworben sind:
 - a) 40 CP aus den Modulen des Bereichs Foundation
 - b) 50 CP aus den Wahlmodulen eines Vertiefungsbereichs (engl. Major), mit oder ohne Spezialisierungen (engl. Minor)
 - c) 30 CP aus dem Modulbereich Project (Projektstudienarbeit, Studienarbeit und Master Thesis inkl. Abschlussprüfung).

Der transferorientierte Ansatz in Forschung und Bildung folgt der Lehrverfassung der Steinbeis-Hochschule. Zu den transferorientierten Lernelementen zählen sowohl mögliche Transferleistungen in den Modulen, als auch die Leistungen des Modulbereiches Project.

§ 15 Abschlusszeugnis des Masterstudiums

- (1) Auf der Master-Urkunde werden der absolvierte Masterstudiengang „Business Management“ sowie der erworbene Grad „Master of Science (M.Sc.)“ ausgewiesen.
- (2) Auf dem Prüfungszeugnis werden der absolvierte Masterstudiengang „Business Management“ und die gewählte Vertiefungsrichtung (engl. Major) sowie ggf. absolvierte Spezialisierungen (engl. Minor) ausgewiesen. Das Prüfungszeugnis führt weitergehend alle Module auf, deren Credit Points für den Masterabschluss berücksichtigt wurden. Es enthält Angaben über das Thema der Master Thesis, die erworbenen Credit Points und ihre Bewertung sowie die Abschlussnote.
- (3) Sämtliche Noten im Prüfungszeugnis werden kaufmännisch auf eine Zehntelnote gerundet.
- (4) Es weist die Abschlussnote aus, die sich als ein mit den Credit Points gewichtetes Mittel der benoteten Studienleistungen des Masterstudiums, gerundet auf eine Zehntelnote, berechnet. Dabei basiert die Note auf den Modulen im Umfang von mindestens 120 CP, die für den Abschluss des Masterstudiums notwendig sind.
- (5) Als Maßstab für die Beurteilung der errechneten Gesamtleistung (Abschlussnote) im Masterstudium dient die Notenskala der Rahmenprüfungsordnung.
- (6) Zusätzlich zu dem Masterzeugnis wird ein Diploma Supplement ausgegeben, das folgende Informationen in Englischer Sprache enthält: Holder of the Degree, Degree, Level of the Degree, Contents and Results Gained, Function of the Degree, Additional Information, Certification, National Higher Education System, Appendix.

III. Inkrafttreten

§ 16 Inkrafttreten und Übergangsregelungen

- (1) Diese Ordnung tritt am 30.01.2019 in Kraft
- (2) Gleichzeitig löst sie ab 30. Juni 2019 folgende bisherige Studiengänge der Steinbeis-Hochschule und deren Studien- und Prüfungsordnungen ab: M.Sc. IV -2, -3, -7, -8, -9, -10, -11, -12, -13, -14, -15, -16. Bis zum 30. Juni 2019 besteht die Möglichkeit zu einer Parallelphase mit den abgelösten Studiengängen.
- (3) Nach Inkrafttreten wird der Masterstudiengang Business Management Teil der Master-Riegelstudiengänge Wirtschaftsingenieurwesen und Wirtschaftsinformatik an der Fakultät Technology and Engineering.

Modulbereiche

1. Überblick

Modulbereich Foundation

Der Modulbereich Foundation beinhaltet Veranstaltungen zu zentralen Themen des Managements und wissenschaftlicher Methoden. Mit diesem Kernfachangebot wird sichergestellt, dass alle Absolventen des M.Sc. über grundlegendes Wissen und grundlegende Kompetenzen im Bereich Business Management verfügen. Ebenfalls wird die Basis für weiterführende Veranstaltungen in den entsprechenden Vertiefungsrichtungen und ggf. gewählten Spezialisierungen gelegt. Wenn einzelne Module aus den Foundations absolviert sein müssen, bevor bestimmte Vertiefungsmodule besucht werden können, so ist das in den jeweiligen Modulbeschreibungen kenntlich gemacht.

Modulbereich Vertiefungsrichtungen (engl. Major) und Spezialisierungen (engl. Minor)

Die Vertiefungsrichtungen (engl. Major) sowie die darin enthaltenen Spezialisierungen (engl. Minor) beinhalten Module aus dem jeweiligen Kompetenzbereich. Der Inhalt lehnt sich eng an die Forschungsfelder der Fakultät an. Es muss und kann nur eine Vertiefungsrichtung gewählt werden. Die angebotenen Veranstaltungen in diesem Modulbereich sind im Studienangebotsplan aufgelistet. Innerhalb einer Vertiefungsrichtung können verschiedene Spezialisierungen angeboten werden.

Modulbereich Project

Dieser Bereich beinhaltet folgende Leistungen: Eine Projektstudienarbeit (PSA), eine Studienarbeit (SA) und eine Master Thesis (MT). Wie alle Studiengänge der Steinbeis-Hochschule Berlin gründet der Master of Science in Business Management auf dem Konzept des so genannten Projekt-Kompetenz-Studiums/Transferstudiums. Diesem Bildungskonzept liegt die stetige Kopplung zwischen Beobachtungen und Lösungsansätzen auf der Phänomenebene sowie der Reflexion, Gewinnung und Rückspiegelung dieser Lösungsansätze auf der Prinzipiebene zugrunde. Ein transferorientiertes Studium zeichnet sich dadurch aus, dass Studierende die Möglichkeit erhalten, zur Generierung von Lösungsansätzen auf der Phänomenebene sowie zur Gewinnung von Wissen auf der Prinzipiebene beizutragen. Der Transfer rückt hierdurch als Lernerfahrung in den Mittelpunkt des Bildungsprozesses. Der Modulbereich Project bündelt diesen Transfergedanken in Form eines authentischen, realen Projektes aus der Lebens- und Arbeitswelt des Studierenden in einem Unternehmen bzw. einer Organisation. Dieses Projekt wird durch die/den Studierenden während ihres/seines Studiums durchdacht, geplant und umgesetzt. Der Transferprozess zwischen Phänomen- und Prinzipiebene wird dabei innerhalb des Themenfeldes des Projektes mit daraus abgeleiteten, jeweils eigenständigen Themen und Aufgabenstellungen in der PSA, der SA sowie und der MT dokumentiert.

2. Vertiefungsrichtungen und Spezialisierungen des Masterstudiums

Nachfolgend werden die Vertiefungsrichtungen in der Reihenfolge ihrer Nennung in der SPO beschrieben:

- 1) Management, Entrepreneurship & Strategy
- 2) Organisation, HR & Führung
- 3) Marketing, Media & Communication – advanced
- 4) Finance, Banking & Controlling – advanced
- 5) Innovation, Technology & Digitization – advanced
- 6) Economic Theory, Politics & Law

Zu jeder Vertiefungsrichtung (engl. Major) werden zudem die zugehörigen Spezialisierungen (engl. Minor) beschrieben.

Vertiefungsrichtung 1: Management, Entrepreneurship & Strategy

Leitthema und Schwerpunkt dieser Vertiefungsrichtung sind Themen der strategischen Unternehmensführung sowie Instrumente des modernen Managements. Die Studierenden sollen selbständig in der Lage sein, langfristige und nachhaltige Unternehmensstrategien zu entwickeln sowie übergreifende Aufgaben im Management und der Führung von Organisationen zu übernehmen. Durch die umfassende Behandlung strategischer Fragen der Unternehmensführung, Organisationsentwicklung und der Internationalisierung sollen die Studierenden auf leitende und beratende Funktionen in Unternehmen und Organisationen vorbereitet werden. Einen besonderen Schwerpunkt bilden die Themenkomplexe Unternehmertum, Veränderungsmanagement, Innovationsmanagement und Digitalisierung. Zu den jeweiligen Managementfeldern sollen die Studierenden eine konstruktiv kritische Haltung entwickeln und zukünftige Entwicklungen einschätzen können. Neben der anwendungsorientierten und methodischen Qualifizierung für Management- und strategische Führungsaufgaben sollen die Studierenden in der Vertiefungsrichtung Management, Entrepreneurship und Strategy ein profundes, auf wissenschaftlichen Elementen basierendes Verständnis für alle Teilbereiche dieses Kompetenzfeldes erhalten.

Innerhalb der Vertiefungsrichtungen können durch Kombination bestimmter Wahlpflichtmodule folgende Spezialisierungen absolviert werden:

Spezialisierung 1.1: General Management (25 CP)

Spezialisierung 1.2: Innovation (25 CP)

Spezialisierung 1.3: Sustainable Management (25 CP)

Spezialisierung 1.1: General Management (25 CP)

Die Spezialisierung „General Management“ fokussiert insbesondere Managementthemen des Strategiemanagements, des strategischen Marketings und der strategischen Organisationsentwicklung. Darüber hinaus beschäftigen sich die Studierenden sowohl unter einem anwendungsorientierten als auch unter einem wissenschaftlichen Blickwinkel mit den Themen Führung, Internationalisierung und Informationstechnologie. Neben den strategischen Management-Themen wird ein besonderer Fokus auf die Themen Corporate Social Responsibility und Wissenschaftstheorie gelegt.

Spezialisierung 1.2: Management & Innovation (25 CP)

Die Spezialisierung „Management & Innovation“ fokussiert insbesondere Managementthemen der Digitalisierung, des Innovationsmanagements sowie der agilen Organisations- und Unternehmensentwicklung. Darüber hinaus werden die Themenkomplexe Entrepreneurship, Unternehmensgründung und Intrapreneurship vertiefend behandelt. Die Studierenden sind nach Belegung dieser Spezialisierung in der Lage, verschiedene Aspekte des Innovationsmanagements, der technologie-getriebenen Unternehmensführung sowie des digitalen Marketings kritisch zu reflektieren und haben sich umfassend mit wissenschaftlichen Grundlagen zu diesen Themenbereichen beschäftigt.

Spezialisierung 1.3: Sustainable Management (25 CP)

Die Spezialisierung „Sustainable Management“ vermittelt den Studierenden zunächst ein differenziertes Verständnis von den gesellschaftlichen, ökonomischen, ökologischen und organisatorischen Perspektiven der Nachhaltigkeit. Die Vermittlung dieses Bezugsrahmens zur Nachhaltigkeit ermöglicht das vertiefende Studium zu wesentlichen Fragen des nachhaltigen und verantwortlichen Managements. Damit werden die Studierenden in der Lage versetzt, nachhaltige unternehmerische Ansätze und Initiativen zu konzipieren. Dabei beschäftigen sich die Studierenden besonders mit der Frage, welche Rolle Innovationsprozesse bei der unternehmerischen Gestaltung von nachhaltigen Lösungen spielen. Schließlich werden die Studierenden befähigt, nachhaltige Wachstumsstrategien zu formulieren bzw. existierende Wachstumsmodelle zu reformulieren.

Vertiefungsrichtung 2: Organisation, HR & Führung

Die Vertiefungsrichtung Organisation, HR & Führung dient der Vertiefung all der Bereiche der Unternehmensführung, bei denen es um Menschen und deren Zusammenarbeit geht. Im Bereich Organisation geht es um die Ausgestaltung von Regeln, nach denen die Zusammenarbeit der Mitglieder eines Unternehmens abläuft und ablaufen soll. Diese Regeln können bewusst geschaffen werden. Zur Organisation gehören aber auch die Regeln, die ohne Gestaltungsabsicht entstehen. Im Bereich HR geht es um insbesondere die Fragen, welche Menschen für die Mitarbeit in einem Unternehmen gesucht und gefunden werden und wie diese, wenn sie dem Unternehmen angehören, in ihren Kompetenzen weiterentwickelt werden. Der Bereich der Führung bedient gleichermaßen das Feld der Organisation wie das Feld des Personals. Führung schafft Organisation und Führung selektiert und entwickelt Personal. Zur Führung gehört daneben auch die strategische Ausrichtung eines Unternehmens sowie die Gestaltung von Netzwerken, in denen das Unternehmen mit anderen Partnern zusammenwirkt, um seine Unternehmensmission zu erfüllen und seine Ziele zu erreichen. Die Vertiefungsrichtung Organisation, HR & Führung richtet sich an Personen, die in ihrem Beruf formale oder informale Aufgaben der Führung in solchen Bereichen haben, in denen es nicht nur als Nebenaufgabe, sondern als Hauptaufgabe um Fragen von Organisation und Personal geht. Ein Schwerpunkt der Bildung zielt dabei auf die Fähigkeit, Herausforderungen aus dem Bereich von Organisation, HR und Führung auf der Phänomenebene durch ein wissenschaftlich reflektiertes Betrachten der Prinzipienebene lösen zu können und gleichzeitig Beiträge für diese Prinzipienebene leisten zu können.

Innerhalb der Vertiefungsrichtungen können durch Kombination bestimmter Wahlpflichtmodule folgende Spezialisierungen absolviert werden:

- Spezialisierung 2.1: Organisationsdesign (15 CP)
- Spezialisierung 2.2: Change Management (15 CP)
- Spezialisierung 2.3: Personalmanagement (15 CP)
- Spezialisierung 2.4: Prozessmanagement (10 CP)
- Spezialisierung 2.5: Projektmanagement (10 CP)
- Spezialisierung 2.6: Business Analyse (10 CP)

Spezialisierung 2.7: Unternehmensarchitektur (10 CP)
Spezialisierung 2.8: Data Driven Organisation (15 CP)
Spezialisierung 2.9: Leadership und Change Management Healthcare (25 CP)
Spezialisierung 2.10: Logistik (25 CP)
Spezialisierung 2.11: Organizational Behaviour and New Work (15 CP)
Spezialisierung 2.10: Wirtschafts- und Organisationspsychologie (25 CP)

Spezialisierung 2.1: Organisationsdesign (15 CP)

In der Spezialisierung Organisationsdesign werden, ausgehend von klassischen Formen der Organisationsgestaltung und klassischer Organisation- und Entscheidungstechniken, moderne Formen der Organisation und ihrer Entwicklung betrachtet. Die Bewältigung von Ambidextrie, das intelligente Zusammenspiel von Fremd- und Selbstorganisation und die Herausforderung des Umgangs mit Unternehmensgrenzen stehen im Mittelpunkt dieser Spezialisierung.

Spezialisierung 2.2: Change Management (15 CP)

Die Spezialisierung Change Management beschäftigt sich mit den Herausforderungen des Wandels und der Transformation von Organisationen. Dabei handelt es sich regelmäßig nicht nur um komplizierte, sondern auch und vor allem um komplexe Herausforderungen im Umgang mit sozialen Systemen. Veränderungen verursachen nahezu zwangsläufig Widerstandsreflexe zumindest bei Teilen einer Belegschaft und in der Regel über alle Führungsebenen hinweg. Die Antizipation dieser Widerstandsreflexe sowie der produktive Umgang mit ihnen stehen im Mittelpunkt der Module in dieser Spezialisierung.

Spezialisierung 2.3: Personalmanagement (15 CP)

In der Spezialisierung Personalmanagement werden die strategischen und operativen Herausforderungen der Gewinnung, der Bindung und der Engagements von Mitarbeitern behandelt. Dazu gehört sowohl das Spektrum der unternehmensinternen Gestaltungsmöglichkeiten im Bereich der Personalmanagement-Strategie, der Personalbereitstellung, der Personaladministration und des Personalcontrollings wie auch die Beachtung der extern gegebenen und insbesondere arbeitsrechtlich vorgegebenen Bedingungen.

Spezialisierung 2.4: Prozessmanagement (10 CP)

Die Spezialisierung Prozessmanagement richtet sich an Studierende, die hauptberuflich mit der Entwicklung von Prozesskulturen und dem Ausbau von Prozessmanagementsystemen beschäftigt sind. Basierend auf den Grundlagen des Prozessmanagements werden hier Strategien für ein kontinuierliches Prozessmanagement und für die Entwicklung einer Prozesskultur behandelt.

Spezialisierung 2.5: Projektmanagement (10 CP)

Nachdem in den Foundation-Modulen bereits die Grundlagen des Projektmanagements behandelt wurden, richtet sich diese Spezialisierung an Studierende, die ihre Fähigkeiten in der Leitung von Projekten und im Multiprojektmanagement noch deutlich weiter ausbauen wollen.

Spezialisierung 2.6: Business Analyse (10 CP)

Die Spezialisierung Business Analyse richtet sich an Studierende, zu deren Aufgaben es gehört, Strukturen, Geschäftsprozesse und Kommunikationsprinzipien in Unternehmen zu analysieren und die Analyseergebnisse so aufzubereiten, dass sie für die organisatorische und technische Weiterentwicklung genutzt werden können. Die Business Analyse bedient dabei insbesondere die Schnittstelle zwischen den Anforderungen an organisatorische Lösungen und deren technischer Umsetzung.

Spezialisierung 2.7: Unternehmensarchitektur (10 CP)

Die Spezialisierung Unternehmensarchitektur richtet sich an Studierende, zu deren Aufgaben das Management von Informationssystemen und die Schaffung von IT-Architekturen gehören. Dabei geht es auch um die Fähigkeit, Brücken zwischen der Seite der Informationstechnologie und der sozialen Seite des Managements zu bauen. Neben IT- Strategie und Architektur stehen dabei auch Themen wie IT-Portfoliomanagement und Applikationsmanagement im Mittelpunkt der Spezialisierung.

Spezialisierung 2.8: Data Driven Organization (15 CP)

Daten sind die wichtigsten Rohstoffe des 21. Jahrhunderts. Die Analyse und Aufbereitung vorhandener Datenmengen sowie die Akquise und Integration neuer Datenbestände sind Voraussetzung für digitale Transformation und Industrie 4.0. Die Spezialisierung Data Driven Organization richtet sich an Studierende, die sich mit den entsprechenden Herausforderungen von Data Science und Workforce Analytics beschäftigen.

Spezialisierung 2.9: Leadership und Change Management Healthcare (25 CP)

In der Spezialisierung Leadership und Change Management Healthcare wird auf die administrativen Teile der Gesundheitsbranche und die dortigen Prozesse des Einkaufs sowie die Herausforderungen der Vernetzung in Supply Chains fokussiert. Die Spezialisierung liefert das Rüstzeug für das Verstehen von Supply Chains im Healthcare Bereich und wendet die Methoden von Leadership und Change Management auf diese Supply Chains an.

Spezialisierung 2.10: Logistik (25 CP)

Die Spezialisierung Logistik richtet sich an Studierende, zu deren Aufgaben die Entwicklung und das Management von Logistiksystemen gehört. Logistische Herausforderungen werden in Zeiten von Industrie 4.0 noch keineswegs geringer. An manchen Stellen, etwa in der Belieferung von Privatkunden und in der Just-in-Time-Belieferung von Unternehmen, nehmen sie sogar deutlich zu. In der Spezialisierung Logistik werden die Fähigkeiten entwickelt, Beiträge zur Bewältigung dieser Herausforderungen auf der Phänomenebene und auf der Prinzipienebene zu leisten.

Spezialisierung 2.11: Organizational Behaviour and New Work (15 CP)

Die Spezialisierung Organizational Behaviour and New Work richtet sich an Studierende, die mit den Herausforderungen des New Work zu tun haben oder sich auf diese vorbereiten möchten. Im Mittelpunkt der Spezialisierung stehen dabei Aspekte des Verhaltens von Menschen im Kontext von New Work auf der individuellen Ebene, auf der Teamebene und auf der Ebene des Unternehmens und seiner Umwelt. Die Module dieser Spezialisierung vermitteln dabei nicht nur vorhandene wissenschaftliche Erkenntnisse. Sie regen auch zu einer Klärung und Reflektion der eigenen Erwartungen an New Work an.

Spezialisierung 2.12: Wirtschafts- und Organisationspsychologie (25 CP)

Die Spezialisierung „Wirtschafts- und Organisationspsychologie vermittelt den Studierenden eine Kompetenzentwicklung in Wirtschaftspsychologie, Diagnostik, Organisationsberatung, Organisationsentwicklung und Führung. Sie bietet den Studierenden damit eine Fundierung, um in Organisationen Entwicklungs- und Transformationsprogramme zu designen und von psychologischer Seite her zu begleiten. Auch werden die Studierenden in dieser Spezialisierung mit Qualifikationen ausgestattet, um die Entwicklungsaufgaben der HR zu überblicken und in diesen Feldern qualifizierte Beiträge leisten zu können. Schließlich verfügen die Studierenden durch die Spezialisierung über Grundkenntnisse im Coaching.

Vertiefungsrichtung 3: Marketing, Media & Communication – advanced

Schwerpunkt dieser Vertiefungsrichtung sind Themen des strategischen Marketings, des digitalen Marketings sowie der strategischen Markenführung. Die Studierenden sollen selbständig in der Lage sein, Marketing-Strategien, Marketing- und Vertriebssysteme/-organisationen sowie innovative, crossmediale Media- und Kommunikationskampagnen zu entwickeln. Durch die umfassende Behandlung strategischer Marketingmanagement-Ansätze sollen die Studierenden auf leitende und beratende Funktionen in Unternehmen, insbesondere auf Marketingfunktionen in Medienunternehmen, Kommunikations- und Kreativagenturen sowie Beratungen vorbereitet werden.

Einen Schwerpunkt bilden die Themenkomplexe Konsumentenverhalten, (digital) Media sowie strategische Unternehmenskommunikation. Durch die intensive Auseinandersetzung mit Marketingparadigmen und -theorien können die Studierenden auf der Grundlage eines wissenschaftlichen Fundaments Wirkungsmechanismen von modernen Marketingkonzepten und -kampagnen beurteilen. Zu den jeweiligen Managementfeldern des Marketings sollen die Studierenden eine konstruktiv kritische Haltung entwickeln und zukünftige Entwicklungen einschätzen können.

Innerhalb der Vertiefungsrichtungen können durch Kombination bestimmter Wahlpflichtmodule folgende Spezialisierungen absolviert werden:

Spezialisierung 3.1: Digital Media & Online Marketing (20 CP)

Spezialisierung 3.2: Strategic Marketing Management (15 CP)

Spezialisierung 3.3: Creative Communication (20 CP)

Spezialisierung 3.4: Sales Management (20 CP)

Spezialisierung 3.5: Markt- und Werbepsychologie (25 CP)

Spezialisierung 3.1: Digital Media & Online Marketing (20 CP)

Die Spezialisierung „Digital Media & Online Marketing“ fokussiert vertiefend Themen des Digitalen Marketings sowie innovative Technologien im Kontext von Marketing und Media. Ein besonderer Fokus liegt auf der umfassenden Analyse von modernen Medienmärkten sowie die kritische Beurteilung und Entwicklungen von crossmedialen Media-Strategien.

Spezialisierung 3.2: Strategic Marketing Management (15 CP)

Vor dem Hintergrund des nachhaltigen Erfolgs und der konsequenten Positionierung von Marken, Produkten und Unternehmen nimmt das strategische Marketing eine zentrale Rolle ein. Vor diesem Hintergrund qualifiziert die Spezialisierung „Strategic Marketing Management“ für strategische und gestaltende Marketing-Management-Aufgaben in der Wirtschaft. Dabei spielen die Themen Marketing-Kommunikation und Markenführung – gerade vor dem Hintergrund einer zunehmenden Fragmentierung, Integration und Digitalisierung der Kommunikationskanäle – eine entscheidende Rolle. Darüber hinaus sind die Studierenden mit Abschluss dieser Spezialisierung in der Lage, nachhaltige Pricing-Strategien und Steuerungssysteme für das integrierte Marketing zu entwickeln. Ein besonderer Fokus liegt außerdem auf den Spezialgebieten des Business-to-Business- sowie des Service-Marketings, die ebenfalls aus einer strategischen Perspektive beleuchtet werden.

Spezialisierung 3.3: Creative Communication (20 CP)

In der Spezialisierung „Creative Communication & Management“ beschäftigen sich die Studierenden intensiv mit Methoden und Strategien der kreativen Kommunikation - insbesondere mit einer anwendungsorientierten Perspektive. Die Studierenden sind selbständig in der Lage Kreativitätstechniken auf den Gebieten Grafikdesign, Text und integrierte Kommunikation anzuwenden. Außerdem sind ihnen die wichtigsten Theorien auf diesen Gebieten bekannt und sie sind in der Lage, diese sowohl im wissenschaftlichen Diskurs als auch in der praktischen Anwendung kritisch zu diskutieren, zu reflektieren und anzuwenden.

Spezialisierung 3.4: Sales Management (20 CP)

Der Spezialisierung „Sales Management“ setzt sich vertiefend mit Aspekten des Vertriebsmanagements auseinander. Dabei sind die Studierenden nach dem Absolvieren dieser Spezialisierung selbständig in der Lage, Vertriebsstrategien zu entwickeln, Vertriebsorganisationen zu strukturieren und Vertriebsmitarbeiter zu führen. Außerdem haben sie sich kritisch mit Verkaufsmethoden und Verhandlungsstrategien auseinandergesetzt und sind in der Lage, diese im beruflichen Kontext anzuwenden. Die besondere Rolle des Business-to-Business-Marketings sowie strukturelle Rahmenbedingungen des Marketings und des Vertriebs werden ebenfalls vertiefend behandelt.

Spezialisierung 3.5: Markt- und Werbepsychologie (25 CP)

Die Spezialisierung „Markt- und Werbepsychologie“ bietet Wissen und Handlungskompetenzen auf der Schnittstelle von Produkten und Services einerseits sowie Kunden und Markt andererseits. Die Studierenden erhalten fundierte Kenntnisse zu psychologischen Zusammenhängen, die das Markt- und Kundenverhalten bestimmen. Das psychologische Verständnis von Märkten und Kunden, die letztlich über den Erfolg von Unternehmen entscheiden, entwickeln die Studierenden über die Beschäftigung mit allen relevanten Spezialgebieten (z.B. Psychologie des Angebots; Psychologische Aspekte der Produktgestaltung; Konsumenten- und Werbepsychologie; Motivation und Konsum). Weiter bietet die Spezialisierung Studierenden die Möglichkeit, Kompetenzen dadurch zu entwickeln, dass sie einen eigenen Brand konstruieren, um diverse markt- und werbepsychologische Aspekte zu integrieren.

Vertiefungsrichtung 4: Finance, Banking & Controlling – advanced

Diese Vertiefungsrichtung entspringt dem Kompetenzbereich Finanzwirtschaft und Bankwirtschaft. Leitthema ist die finanziell-quantitative Steuerung unternehmerischer und privater Investitions- und Finanzierungsentscheidungen. Studierende sollen so für eine Managementtätigkeit im Finanzdienstleistungssektor sowie im Finanzbereich von Industrie- und Dienstleistungsunternehmen vorbereitet werden. Im Vordergrund steht die Ausbildung für eine Tätigkeit in den Unternehmensbereichen Controlling, Finanz- & Rechnungswesen sowie Finanzmanagement. Dazu werden Verfahren, Modelle, Instrumente und Methoden zur Messung und Steuerung von Rentabilität und Risiko in Unternehmen wissenschaftlich fundiert diskutiert. Die Studierenden werden durch das Erlernen wissenschaftlicher Ansätze auf anspruchsvolle Führungstätigkeiten im Finanzdienstleistungssektor oder im Finanzbereich von Industrie und Dienstleistungsunternehmen vorbereitet. Die Entscheidungsqualität der Studierenden soll durch das Erlernen wissenschaftlicher Methodik verbessert werden. Im Bereich Finanzen stehen z. B. die Modelle zur Portfolio-Optimierung, preistheoretische Ansätze zur Bewertung von Finanzderivaten sowie die Stilrichtungen der Behavioral Finance im Fokus. Im Bereich Banken werden vor allem fortgeschrittene Methoden zur Bepreisung von Bankprodukten, spezielle aufsichtsrechtliche Fragestellungen, aber auch modern Konzepte zur Messung und Steuerung im Sinne einer optimierten Risikokapitalallokation erörtert. Im Controlling wird das Konzept des Value Controllings fortgeschrieben, im Sinne einer optimierten Rendite-/Risikosteuerung weiterentwickelt, aber auch im Hinblick auf ein funktionsbezogenes Controlling, das sogenannte Bindestrich-Controlling, erweitert.

Innerhalb der Vertiefungsrichtungen können durch Kombination bestimmter Wahlpflichtmodule folgende Spezialisierungen absolviert werden:

Spezialisierung 4.1: Banking and Finance (25 CP)

Spezialisierung 4.2: Consulting & Controlling (25 CP)

Spezialisierung 4.3: Wealth Management (20 CP)

Spezialisierung 4.4: Organisation/IT (20 CP)

Spezialisierung 4.5: Bankmanagement (20 CP)

Spezialisierung 4.6: Versicherungsmanagement (20 CP)

Spezialisierung 4.7: Digital Financial Services (20 CP)
Spezialisierung 4.8: Financial Planning (15 CP)
Spezialisierung 4.9: Management for Financial Planner (15 CP)
Spezialisierung 4.10: Sustainable Finance (20 CP)

Spezialisierung 4.1: Banking and Finance (25 CP)

Diese Spezialisierung fokussiert auf moderne Konzepte der Banksteuerung in Verbindung mit Kerngebieten der Finanzwirtschaft. Die theoretischen Modelle der Finanzwirtschaft sind für das Verständnis der Mechanismen auf den Finanzmärkten, die theoretische und praktische Preisfindung von Finanzinstrumenten sowie den Einsatz der entsprechenden konventionellen und derivativen Instrumente zur Steuerung von Rendite und Risiko unabdingbar. Auch in den modernen Konzepten der Banksteuerung finden sich genau diese Elemente wieder, zusätzlich aber auch branchenspezifische Besonderheiten im Umgang mit Rendite und Risiko. Neben den eher quantitativ geprägten bank- und finanzwirtschaftlichen Inhalten fokussiert die Spezialisierung außerdem auf Aspekte der gesellschaftspolitischen Verantwortung und ihre strategische Einbettung sowie Innovationen, die insbesondere für Unternehmen der Finanzdienstleistungsindustrie eine besondere Bedeutung aufweisen.

Spezialisierung 4.2: Controlling & Consulting (25 CP)

Die Spezialisierung Controlling & Consulting nähert sich dem komplexen Themenfeld mit der Fokussierung auf die drei Schwerpunkte Controlling, Consulting und Geschäftsprozessmanagement. Der Themenkomplex Controlling vermittelt einen Überblick über die Inhalte und Aufgaben des Controllings und den aktuellen Entwicklungstendenzen. Dieser Bereich umfasst u.a. Kostenträgerrechnung, Kalkulationsformen, Break-Even-Analysen sowie die Unterstützung von operativen Entscheidungen und die Auswahl und Bewertung von Finanzierungsarten. Im Bereich des Consultings wird eine Übersicht über die wichtigsten Beratungs-Tools im Consulting vermittelt. Die Darstellung erfolgt am Beratungsauftrags-Zyklus und setzt sich mit den typischen Aufgaben eines Consultants im Rahmen eines Beratungsprojektes auseinander. Das Geschäftsprozessmanagement wird in den Gesamtkontext der strategischen Unternehmensführung eingeordnet. Der Schwerpunkt Geschäftsprozessmanagement umfasst die Themenbereiche Geschäftsprozessmodellierung und Geschäftsprozessoptimierung sowie die strukturierte Geschäftsprozessaufnahme und -analyse.

Spezialisierung 4.3: Wealth Management (20 CP)

Die aktuellen Entwicklungen im Finanzdienstleistungsgeschäft machen deutlich, dass neben der Ausnutzung von Kostensenkungspotenzialen neue Erfolgsquellen gefunden werden müssen, um eine ausreichend hohe Rentabilität erwirtschaften zu können. Immer stärker rückt hier das Wealth Management in den Vordergrund. Mit verschiedenen alternativen Konzepten wird versucht, den Markt zu bearbeiten, neue Kunden zu gewinnen und Profitabilität zu erzielen. Im Spezialisierung Wealth Management wird dieser spezielle Geschäftsbereich tiefergehend analysiert. Die Produkte und Dienstleistungen werden dargestellt, analysiert und kalkuliert, organisatorische und personalpolitische Konzepte werden bewertet und es werden Strategien für eine erfolgreiche Marktbearbeitung dieses Segments diskutiert.

Spezialisierung 4.4: Organisation/IT (20 CP)

Die Spezialisierung „Organisation/IT“ verbindet als fächerübergreifender Kurs die Lehrinhalte der Betriebswirtschaftslehre mit denen der Wirtschaftsinformatik. An der Schnittstelle dieser beiden Fächer beschäftigt er sich mit dem optimalen Einsatz der Informations- und Kommunikationstechnik im Finanzdienstleistungssektor. Es werden fundierte Kenntnisse über die Modelle, Verfahren und Formate der zentralen Managementdisziplin Organisation/ IT vermittelt – jeweils verbunden mit aktuellen und praxisorientierten Beispielen zur konkreten Umsetzung in den Unternehmen. Es wird umfassendes, anwendungsorientiertes ökonomisches Wissen im Bereich Organisation/IT-Management und eine integrierte Betrachtungsweise von Informatik- und Wirtschaftsproblemen aufgezeigt.

Spezialisierung 4.5: Bankmanagement (20 CP)

Das Schierenbeck'sche Konzept des Ertragsorientierten Bankmanagements sowie die von Rolfes vorgestellte Philosophie zur Gesamtbanksteuerung bilden den inhaltlichen Nukleus dieser Spezialisierung. Getrieben von den Ideen der Erfinder des modernen Bankmanagements setzen sich die Studierenden mit den theoretischen Fundamenten und umsetzungsorientierten Lösungsansätzen einer hoch entwickelten Bankcontrolling-Konzeption auseinander. Erarbeitet werden klassische Themen wie z. B. integrierte Rendite-/Risikosteuerung, aber auch innovative Führungskonzeptionen z. B. aus dem Bereich Personal- und Organisationsentwicklung, ebenso wie neueste Strategieansätze. Dabei ist dieser Spezialisierung immer in den Kontext einer modernen Gesamtbanksteuerung eingebettet.

Spezialisierung 4.6: Versicherungsmanagement (20 CP)

Die Versicherungswirtschaft ist zwar wesentlicher Träger der Finanzindustrie, die Steuerungsmechanismen einer Versicherung funktionieren jedoch deutlich anders als die von Banken. Die relevanten Besonderheiten werden in der Spezialisierung Versicherungsmanagement hervorgehoben. Neben der Kalkulation von Versicherungsprodukten werden zwei Säulen der Steuerungskonzeption von Versicherern inhaltlich betont. Zum einen werden alle Facetten des Versicherungsvertriebs analysiert und es werden Ansätze zur Optimierung des Vertriebs präsentiert. Die Studierenden lernen, wie die Schlagkraft von Vertriebsorganisationen gesteigert und neue Vertriebseinheiten effizient aufgebaut werden können. Zum anderen wird das ganzheitliche Konzept eines Wertorientierten Managements von Versicherungsunternehmen durchleuchtet, indem z. B. Modelle und Instrumente des Prozess-, Risiko- und Asset-Liability Managements diskutiert werden. Im Vordergrund steht dabei die Diskussion von alternativen Maßnahmen und Strategien, mit denen der Unternehmenswert bzw. der Gewinn eines Versicherungsunternehmens im Allgemeinen und für die Geschäftsbereiche Life, Property und Casualty Insurance im Speziellen gesteigert werden kann. Natürlich sind hier mit aufsichtlichem Fokus stets auch die Solvency-Richtlinien zu beachten.

Spezialisierung 4.7: Digital Financial Services (20 CP)

Noch fehlt eine Theorie der Digitalisierung oder eine ausreichende wissenschaftliche Fundierung dieses Bereichs, sowohl im Allgemeinen, wie natürlich auch im Umfeld der Financial Services Industry. Eine solchermaßen theoretische Basis kann im Kontext von digitalem Vokabular, digitaler Kultur und digitaler Grammatik entstehen und analysiert werden. Trotzdem können im Financial Services Sektor schon heute empirisch oder normativ fundierte Diskussionen über die veränderte Art der Kundeninteraktionen über digitalisierte, teilweise vollautomatisierte Prozesse geführt werden. Aus ablauforganisatorischer Sicht ergeben sich neue Arbeitsformen unter dem Schlagwort „Arbeit 4.0“. Die gesamte Fin Services Industrie steht vor einem tiefgreifenden Anpassungsbedarf ihrer Geschäftsmodelle, also ihrer strategischen Ausrichtung. In dieser Spezialisierung wird versucht, theoretisch gestützt die Herausforderungen und Facetten der Digitalisierung zu strukturieren.

Spezialisierung 4.8: Financial Planning (15 CP)

Die ganzheitliche Finanzberatung spielt eine immer wichtigere Rolle in der Financial Service Industry. Dabei wird insbesondere eine finanzwissenschaftliche und methodische Fundierung verlangt. Der Spezialisierung „Financial Planning“ bietet deshalb Module auf den Gebieten der Finanzberatung und des Financial Planning – sowohl für private als auch für unternehmerische Haushalte. Die kritische Reflektion und Analyse ist ein weiterer wichtiger Baustein dieser Spezialisierung.

Spezialisierung 4.9: Management for Financial Planner (15 CP)

Manager und Berater in der Finanzdienstleistungsbranche brauchen ein umfassendes Managementwissen, das auch methodisch gestützt wird, für die Führung und Positionierung der eigenen Unternehmung. Vor diesem Hintergrund qualifiziert die Spezialisierung „Management for Financial Planner“ für Marketing-, Innovations- und Vertriebsaufgaben mit einem umfassenden theoretischen Fundament. Hinzu kommen Fragestellungen des modernen Organisationsmanagements sowie wesentliche Aspekte aus dem Bereich Managerial Economics.

Spezialisierung 4.10: Sustainable Finance (20 CP)

Spätestens mit der Erklärung der Bundesregierung, den deutschen Finanzmarkt zum führenden Standort für nachhaltige Finanzen auszubauen, ist das Thema „Sustainable Finance“ nicht mehr aus den Führungsetagen von Finanzdienstleistern wegzudenken. Fundiertes Wissen sowie Handlungs- und Entscheidungskompetenz im Themenbereich „Sustainable Finance“ sind hochrelevante Teile einer Qualifikation für alle gegenwärtigen Führungskräfte sowie für alle Nachwuchsführungskräfte. In der Spezialisierung Sustainable Finance erschließen sich die Studierenden die vielfältigen Impulse von Nachhaltigkeit auf die Finanzdienstleistungsindustrie systematisch. Ausgehend von terminologischen Grundlagen des Nachhaltigkeitsbegriffes und der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit Trends in der Finanzbranche werden Auswirkungen auf das unternehmerische Handeln in der Finanzdienstleistungsindustrie, auf die Gesellschaft sowie auf die Prozesse und Verhaltensweisen am Geld- und Kapitalmarkt analysiert. Die Spezialisierung befähigt die Studierenden, Nachhaltigkeit in der Finanzbranche ganzheitlich zu denken, nachhaltige unternehmerische Entscheidungen in der Praxis zu bewerten und selbst treffen zu können.

Vertiefungsrichtung 5: Innovation, Technology & Digitization – advanced

Leitthema dieser Vertiefungsrichtung sind die Implikationen von modernen Technologien und Innovationen auf die Führung von Unternehmen und Organisationen. Grundlage für die Anwendung von Managementstrategien und -methoden ist dabei das umfassende Verständnis von Technologien, Plattformen, digitalisierten Systemen und Netzwerken sowie deren kritischen Beurteilungen und Analyse. Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf dem Thema Innovation, wobei dieses bewusst sehr weit gefasst ist. Neben den Fragestellungen des produkt- und servicezentrierten Innovationsmanagements setzen sich die Studierenden intensiv mit organisationalen Innovationen und Veränderungen sowie mit Fragen des Unternehmertums (Entrepreneurship und Intrapreneurship) auseinander. Darüber hinaus spielt die Transformation von Geschäftsmodellen und Organisationen eine zentrale Rolle. Die Studierenden können sich in dieser Vertiefungsrichtung intensiv mit datengetriebenen Geschäftsmodellen, Business Intelligence sowie mit cyber-physischen Systemen auseinandersetzen und sind in der Lage, deren Implikationen für Wirtschaft und Gesellschaft zu beurteilen. Die Studierenden werden in dieser Vertiefungsrichtung auf Leitungs-, Beratungs-, und Projektmanagement-Funktionen in Unternehmen und Organisationen vorbereitet - mit einem besonderen Fokus auf Digitalisierung, Innovations- und Veränderungsmanagement. Neben der anwendungsorientierten und methodischen Qualifizierung für Management- und Führungsaufgaben sollen die Studierenden in der Vertiefungsrichtung „Innovation, Technologie und Digitalisierung“ ein profundes, auf wissenschaftlichen Elementen basierendes Verständnis für alle Teilbereiche dieses Kompetenzfeldes erhalten.

Innerhalb der Vertiefungsrichtungen können durch Kombination bestimmter Wahlpflichtmodule folgende Spezialisierungen absolviert werden:

Spezialisierung 5.1: Digital Innovation (15 CP)

Spezialisierung 5.2: Business Transformation (15 CP)

Spezialisierung 5.3: Strategic Innovation Management (25 CP)

Spezialisierung 5.4: Business Intelligence & Digitalization (25 CP)

Spezialisierung 5.1: Digital Innovation (15 CP)

Die Spezialisierung „Digital Innovation“ fokussiert insbesondere folgende Aspekte des Managements und der betriebswirtschaftlichen Führung: Digitale Technologien sowie digitales Marketing. Außerdem setzen sich die Studierenden intensiv mit datengetriebenen Geschäftsmodellen und Marketingstrategien auseinander. Die Studierenden sind in der Lage, die Themen dieser Spezialisierung kritisch zu reflektieren und entsprechende Management-Konzepte anzuwenden.

Spezialisierung 5.2: Business Transformation (15 CP)

Die Spezialisierung „Business Transformation“ vermittelt Managementmethoden und -konzepte für die strategische Anpassung und organisatorische Veränderung von Unternehmen im Zeitalter der fortschreitenden Digitalisierung. Dabei setzen sich die Studierenden kritisch mit Fragen des Veränderungsmanagements, der Führung sowie des Unternehmertums auseinander. Auf der Grundlage von wissenschaftlich fundierten Modellen sollen die Studierenden zukunftsorientierte Managementkonzepte entwickeln.

Spezialisierung 5.3: Strategic Innovation Management (25 CP)

In dieser Spezialisierung werden die verschiedenen Arten der Innovationstechnologie, das Zusammenwirken der Technologiearten, die verschiedenen Innovationsarten im Lebenszyklus sowie ein integriertes Technologie- und Innovationsmanagement dargestellt. Innovationsmanagement wird im Kontext strategischer Unternehmensführung verstanden. Es werden Tools und Methoden des Innovationsmanagements und Methoden und Instrumente zur Inventionserzeugung diskutiert. Ergänzt wird dies z.B. durch die Anwendung der Szenariotechnik sowie Trend- und Mega-Trend-Analysen.

Spezialisierung 5.4: Business Intelligence & Digitalization (25 CP)

Die Spezialisierung vermittelt einen Überblick über Konzeption und Methoden der Business Intelligence. Die wichtigsten Business-Intelligence-Prozesse und Methoden der Unternehmensdatenanalyse sind ebenso Gegenstand der Spezialisierung wie Technologien und Systeme, um Business Intelligence-Systeme planen, gestalten und einführen zu können. Betrachtet werden u.a. weiterhin das Reporting, Multidimensional Database Models, User Interfaces Security and Access Regulations. Darauf aufbauend erfolgt die Auseinandersetzung mit Konzepten, Methoden und IT-Unterstützung im Kontext von Cyber-physical Production Systems (CPPS) und Industrie 4.0.

Vertiefungsrichtung 6: Economic Theory, Politics & Law

Die Vertiefungsrichtung Economic Theory, Politics and Law schafft ein Verständnis über den Zusammenhang von Ökonomie und den gesellschaftlichen Teilsystemen der Politik und des Rechts. Hier werden wissenschaftliche und politische Debatten über internationale, europäische und deutsche Politik sowie aktuellen Gesellschafts- und Rechtsfragen nachvollzogen, bewertet und reflektiert. Dabei können je nach Spezialisierung volkswirtschaftliche, politische oder rechtliche Fragen im Vordergrund stehen.

Innerhalb der Vertiefungsrichtungen kann durch Kombination bestimmter Wahlpflichtmodule folgende Spezialisierung absolviert werden:

Spezialisierung 6.1: Company Law (25 CP)

Spezialisierung 6.1: Company Law (25 CP)

Diese Spezialisierung ist inhaltlich auf die steigenden Bedürfnisse der Wirtschaft nach Streitvermeidung durch solide Rechtsprüfung im Vorfeld von Unternehmensentscheidungen ausgerichtet. Immer mehr Entscheidungen im Unternehmensumfeld haben einen juristischen Aspekt. Das Management in Unternehmen muss rechtliche Fragen zum Personalwesen und Datenschutz, aber auch andere Schutzrechte, die Vorbereitung und den Abschluss von Verträgen, den Umgang mit Schlechtleistungen im wirtschaftlichen Austausch und hinsichtlich der Finanzplanung die Prinzipien der Sicherungssysteme beherrschen können. Darüber hinaus müssen die Gesellschaftsformen, in denen Wirtschaftsunternehmen als juristische Personen am Wirtschaftsverkehr teilnehmen und Fragen der Wirtschaftsverwaltung und des Strafrechts vor allem in Wirtschaftsbereichen mit hoher Bedeutung der Technik durch solide Kenntnisse und

praktische Anwendungskompetenzen untersetzt sein.

ie in dieser Spezialisierung vermittelten Rechtskenntnisse münden in Entscheidungsvorschlägen. Die Kompetenz zur Entscheidung wird durch Trainingsmöglichkeiten unterstützt, die auf neuen technologischen Entwicklungen und Verfahren beruhen. Die methodische Kompetenz zur Entscheidungsvorbereitung und zur Begleitung von Entscheidungsprozessen nimmt einen entscheidenden Raum in der inhaltlichen Ausgestaltung der Spezialisierung Company Law ein.

Modul-Nr.	Foundation	Pflicht/Wahl	CP	LNW
F-01	Wissenschaftstheorie und Forschungsmethoden	P	5	K/TA
F-02	Economics, Politics and Society	P	5	K/TA
F-03	Projektmanagement	P	5	TA
F-04	Strategische Unternehmensführung	P	5	C
F-05	Finance	P/W	5	K/TA
F-06	Markt, Kunde und Marketing	P/W	5	TA
F-07	Unternehmensorganisation	P/W	5	M/TA
F-08	Führung und Kommunikation	P/W	5	M/TA
F-09	Statistik advanced	P/W	5	K
F-10	Mathematik advanced	P/W	5	K
F-11	Qualitative Sozialforschung advanced	P/W	5	TA
F-12	Ökonometrie	P/W	5	K
	Summe Foundation		40	

Legende Pflicht/Wahl

- P** Pflichtmodul
- P/W** In jeder Vertiefungsrichtung sind 4 P/W-Module als Pflichtmodule oder Wahlpflichtmodule zu absolvieren
- W** Es sind drei W-Module auszuwählen
- W1** Es sind zwei W1-Module auszuwählen
- W2** Es sind so viele W2- und noch offene W1-Module auszuwählen, dass 40 CP erreicht werden.

Legende LNW

- K** Klausur
- TA** Transferarbeit
- C** Case
- M** Mündliche Prüfung
- PR** Präsentation
- PSA** Projektstudienarbeit
- SA** Studienarbeit
- MT** Master Thesis
- /** Wahlmöglichkeit der Lehrkraft

Modul-Nr.	Foundation	Pflicht/Wahl	CP	LNW
F-01	Wissenschaftstheorie und Forschungsmethoden	P	5	K/TA
F-02	Economics, Politics and Society	P	5	K/TA
F-03	Projektmanagement	P	5	TA
F-04	Strategische Unternehmensführung	P	5	C
F-05	Finance	W	5	K/TA
F-06	Markt, Kunde und Marketing	P	5	TA
F-07	Unternehmensorganisation	W	5	M/TA
F-08	Führung und Kommunikation	P	5	M/TA
F-09	Statistik advanced	P	5	K
	Summe Foundation		40	

Modul-Nr.	Vertiefung: Management, Entrepreneurship & Strategy	Pflicht/Wahl	CP	LNW	General Management (25 CP)	Management & Innovation (25 CP)	Sustainable Management (25 CP)
IM-01	Research- & Science Project	W1	5	TA			
IM-02	Innovation Project	W1	5	TA			
IM-03	Transfer Project	W1	5	TA			
MES-01	Integrationsmodul: Einführung, Theorien und Entwicklungen in Management, Entrepreneurship & Strategy	W1	5	TA			
MES-02	Innovationsmanagement advanced	W2	5	TA		x	
MES-03	Strategische Organisationsentwicklung I	W2	5	K/TA	x		
MES-04	Strategische Organisationsentwicklung II	W2	5	TA	x		
MES-05	Leadership and Competencies	W2	5	TA	x		
MES-06	Wissenschaftstheorie-Advanced und Corporate Social Responsibility	W2	5	K/TA	x		
MES-07	Information Systems Management	W2	5	K	x		
MES-08	Strategisches Marketing	W2	5	K/TA	x		
MES-09	Strategisches Management I	W2	5	K/C	x	x	
MES-10	Strategisches Management II	W2	5	TA	x	x	
MES-11	Sustainability in Society, Economy and Organizations	W2	5	TA			x
MES-12	Sustainable/Responsible Management	W2	5	TA			x
MES-13	Sustainable Entrepreneurship	W2	5	TA			x
MES-14	Sustainable Growth Strategies	W2	5	TA			x
MES-15	Sustainable Finance and Risk	W2	5	TA			x
DIM	Digital Marketing	W2	5	K/TA			
DMA	Digital Marketing- advanced	W2	5	TA			
ENT	Entrepreneurship	W2	5	TA		x	
IIM	International & Intercultural Management	W2	5	K/TA		x	
INO	Innovationsmanagement	W2	5	TA		x	
MEC	Managerial Economics	W2	5	K			
MMO	Managing the modern Organisation: Change, Agility and Leadership	W2	5	TA		x	
SMN	Sales Management & Negotiations	W2	5	K/M			
ZDO	Zukunftstrends der Organisation	W2	5	M/TA			
	Summe Vertiefungsrichtung (engl. Major)		50				

	Project	Pflicht/Wahl	CP	LNW
P-01	Projektstudienarbeit (PSA)	P	5	PSA
P-02	Studienarbeit (SA)	P	5	SA
P-03	Master Thesis (MT)	P	20	MT
	Summe Project		30	

Summe Gesamt M.Sc. (Foundation + Major + Project)			120 CP	
--	--	--	---------------	--

Modul-Nr.	Foundation	Pflicht/Wahl	CP	LNW
F-01	Wissenschaftstheorie und Forschungsmethoden	P	5	K/TA
F-02	Economics, Politics and Society	P	5	K/TA
F-03	Projektmanagement	P	5	TA
F-04	Strategische Unternehmensführung	P	5	C
F-06	Markt, Kunde und Marketing	W	5	TA
F-07	Unternehmensorganisation	P	5	M/TA
F-08	Führung und Kommunikation	P	5	M/TA
F-09	Statistik advanced	P	5	K
F-11	Qualitative Sozialforschung advanced	W	5	TA
Summe Foundation			40	

Modul-Nr.	Vertiefung: Organisation, HR & Führung	Pflicht/Wahl	CP	LNW	Organisationsdesign (15 CP)	Change Management (15 CP)	Personalmanagement (15 CP)	Prozessmanagement (10 CP)	Projektmanagement (10 CP)	Business Analyse (10 CP)	Unternehmensarchitektur (10 CP)	Data Driven Organization (15 CP)	Leadership and Change Management Healthcare (25 CP)	Logistik (25 CP)	Organizational Behaviour and New Work (15 CP)	Wirtschafts- und Organisationspsychologie (25 CP)
IM-01	Research- & Science Project	W1	5	TA												
IM-02	Innovation Project	W1	5	TA												
IM-03	Transfer Project	W1	5	TA												
OHF-01	Integrationsmodul: Einführung, Theorien und Entwicklungen in Organisation, HR & Führung	W1	5	TA												
OHF-02	Kommunikationstechniken im Management	W2	5	TA												
OHF-03	Persönlichkeit und Kompetenzentwicklung	W2	5	M/TA												x
OHF-04	Lean Management: Lean Thinking	W2	5	M/TA												
OHF-05	Organisations- und Entscheidungstechniken	W2	5	TA	x	x										
OHF-06	Führungs- und Anreizsysteme	W2	5	K/TA	x											
OHF-07	Prozessmanagement	W2	5	K/TA	x			x								
OHF-08	Change Management	W2	5	TA		x										
OHF-09	Teamentwicklung und Konfliktmanagement	W2	5	M		x										x
OHF-10	Consulting	W2	5	TA		x										
OHF-11	Strategien des Personalmanagements	W2	5	M			x									x
OHF-12	Workforce Management	W2	5	TA			x									
OHF-13	Wertschöpfungsorientiertes Personalmanagement	W2	5	TA			x									
OHF-14	Arbeitsrecht	W2	5	K/TA			x									
OHF-15	Prozessmanagement-Systeme	W2	5	TA				x								
OHF-16	Kontinuierliches Prozessmanagement	W2	5	TA				x								
OHF-17	Projektleitung	W2	5	TA					x							
OHF-18	Lean Management: Lean Transformation	W2	5	TA												
OHF-19	Agiles Projektmanagement	W2	5	TA					x							
OHF-20	Business Analyse: Anforderungsmodellierung	W2	5	TA						x						
OHF-21	Business Analyse: Requirements Engineering	W2	5	TA						x						
OHF-22	Strategien der Unternehmensarchitektur	W2	5	TA							x					
OHF-23	Management der Unternehmensarchitektur	W2	5	TA							x					
OHF-24	Data Science: Datenhaltung und Datenintegration	W2	5	TA								x				
OHF-25	Portfoliostrategie Healthcare	W2	5	TA									x			
OHF-26	Datenmanagement und Prozesse Healthcare	W2	5	TA										x		
OHF-27	Management von Sach- und Prozesskosten Healthcare	W2	5	TA											x	
OHF-28	PR, Marketing und Öffentlichkeitsarbeit Healthcare	W2	5	TA												x
OHF-29	Qualitätsmanagement und Evidenz: Produkte, Prozesse und Therapien	W2	5	TA											x	
OHF-30	Prozessorientierte Logistik	W2	5	TA												x
OHF-31	Unternehmung, Führung und Organisation in der Logistik	W2	5	TA												x
OHF-32	Distributionslogistik	W2	5	TA												x
OHF-33	Produktion/Leistungserstellung	W2	5	TA												x
OHF-34	Beschaffung und Beschaffungsmarkt	W2	5	TA												x
OHF-35	New Work und Zukunftsformen der Arbeit	W2	5	M/TA												x
OHF-36	Organisationsberatung, Organisationsentwicklung	W2	5	K/TA		x										x
OHF-37	Psychologische Aspekte der Veränderung in Organisationen	W2	5	K/TA												x
OHF-38	Psychologische Aspekte der Führung in Organisationen	W2	5	K/TA												x
OHF-39	Initiierung, Gestaltung und Festigung von Veränderungsprozessen	W3	5	TA												
BP1	Business Psychology 1	W2	5	K/TA												x
BP2	Business Psychology 2	W2	5	K/TA												x
DAS	Data Science: Anwendungsfälle und Business Value	W2	5	TA												x
DSD	Data Science: Datenanalyse	W2	5	TA												x
ZDO	Zukunftstrends der Organisation	W2	5	M/TA	x											
Summe Vertiefungsrichtung (engl. Major)			50													

Project	Pflicht/Wahl	CP	LNW
P-01 Projektstudienarbeit (PSA)	P	5	PSA
P-02 Studienarbeit (SA)	P	5	SA
P-03 Master Thesis (MT)	P	20	MT
Summe Project		30	

Summe Gesamt M.Sc. (Foundation + Major + Project)	120 CP
--	---------------

Modul-Nr.	Foundation	Pflicht/Wahl	CP	LNW
F-01	Wissenschaftstheorie und Forschungsmethoden	P	5	K/TA
F-02	Economics, Politics and Society	P	5	K/TA
F-03	Projektmanagement	P	5	TA
F-04	Strategische Unternehmensführung	P	5	C
F-05	Finance	P	5	K/TA
F-06	Markt, Kunde und Marketing	P	5	TA
F-08	Führung und Kommunikation	P	5	M/TA
F-09	Statistik advanced	P	5	K
Summe Foundation			40	

Modul-Nr.	Vertfg. Marketing, Media & Communication - advanced	Pflicht/Wahl	CP	LNW	Digital Media & Online Marketing (20 CP)	Strategic Marketing Management (15 CP)	Creative Communication & Management (20 CP)	Sales Management (20 CP)	Markt- und Werbepsychologie (25 CP)
IM-01	Research- & Science Project	W1	5	TA					
IM-02	Innovation Project	W1	5	TA					
IM-03	Transfer Project	W1	5	TA					
MMC-01	Integrationsmodul: Einführung, Theorien und Entwicklungen in Marketing, Media & Communication	W1	5	TA					
MMC-02	Strategisches Medienmanagement	W2	5	K/TA	x				
MMC-03	B2B & Dienstleistungsmarketing	W2	5	TA		x		x	
MMC-04	Pricing & Marketing-Controlling	W2	5	TA		x			
MMC-05	Kreativitätstechniken & Methoden: Text	W2	5	TA			x		
MMC-06	Kreativitätstechniken & Methoden: Grafik Design	W2	5	TA			x		
MMC-07	Integrierte Kommunikation	W2	5	TA			x		
MMC-08	Transfermodul: Kreation & Management	W2	5	TA			x		
MMC-09	Operatives Vertriebsmanagement I	W2	5	K/TA				x	
MMC-10	Operatives Vertriebsmanagement II	W2	5	TA				x	
MMC-11	Strategisches Vertriebsmanagement	W2	5	K/TA				x	
MMC-12	Psychologie des Angebots	W2	5	K/TA					x
MMC-13	Psychologie der Nachfrage	W2	5	K/TA					x
MMC-14	Neue Aspekte der Konsumentenpsychologie	W2	5	K/TA					x
DES	Digital Economics - implications for Business & Society	W2	5	TA	x				
DIM	Digital Marketing	W2	5	K/TA	x				
DIT	Digital Technology	W2	5	K	x				
DMA	Digital Marketing- advanced	W2	5	TA	x				
ENT	Entrepreneurship	W2	5	TA	x				
IIM	International and Intercultural Management	W2	5	K/TA					
IKO	Interkulturelle Kompetenz	W2	5	C					
IMA	International Management	W2	5	C					
MCB	Marketing Communication & Branding	W2	5	K/TA		x			
MRC	Market Research and Consumer Behavior	W2	5	K/TA					
SMN	Sales Management & Negotiations	W2	5	K/M				x	
SRM	Strukturelle Rahmenbedingungen des Marketings	W2	5	K/TA				x	
BP1	Business Psychologie 1	W2	5	K/TA					x
BP2	Business Psychologie 2	W2	5	K/TA					x
Summe Vertiefungsrichtung (engl. Major)		50							

Project	Pflicht/Wahl	CP	LNW
P-01	Projektstudienarbeit (PSA)	5	PSA
P-02	Studienarbeit (SA)	5	SA
P-03	Master Thesis (MT)	20	MT
Summe Project		30	

Summe Gesamt M.Sc. (Foundation + Major + Project)	120 CP
--	---------------

Modul-Nr.	Foundation	Pflicht/Wahl	CP	LNW
F-01	Wissenschaftstheorie und Forschungsmethoden	P	5	K/TA
F-02	Economics, Politics and Society	P	5	K/TA
F-03	Projektmanagement	P	5	TA
F-04	Strategische Unternehmensführung	P	5	C
F-05	Finance	P	5	K/TA
F-06	Markt, Kunde und Marketing	P	5	TA
F-08	Führung und Kommunikation	P	5	M/TA
F-09	Statistik advanced	P	5	K
Summe Foundation			40	

Modul-Nr.	Vertiefg.: Innovation, Technology & Digitization - advanced	Pflicht/Wahl	CP	LNW	Digital Innovation (15 CP)	Business Transformation (15 CP)	Strategic Innovation Management (25 CP)	Business Intelligence & Digitalization (25 CP)
IM-01	Research- & Science Project	W1	5	TA				
IM-02	Innovation Project	W1	5	TA				
IM-03	Transfer Project	W1	5	TA				
ITD-01	Integrationsmodul: Einführung, Theorien und Entwicklungen in Innovation, Technology & Digitalization	W1	5	TA				
ITD-02	Digital Technology - advanced	W2	5	K/TA	x			
ITD-03	Innovation Controlling	W2	5	TA			x	
ITD-04	Innovation Culture & Science II	W2	5	K			x	
ITD-05	Innovation of the Value Creation Chain	W2	5	TA			x	
ITD-06	Innovation Orientation and Inspiration	W2	5	K			x	
ITD-07	Innovation Philosophy	W2	5	TA			x	
ITD-08	Innovation Science	W2	5	K			x	
ITD-09	Business Intelligence: Applications	W2	5	TA				x
ITD-10	Business Intelligence: Methods and Processes	W2	5	K				x
ITD-11	Business Intelligence: Strategy	W2	5	TA				x
ITD-12	Cyber Security	W2	5	K				x
ITD-13	Cyber-physical Production Systems und Industrie 4.0	W2	5	K				x
ITD-14	Industrial Internet	W2	5	TA				x
DES	Digital Economics - Implications for Business & Society	W2	5	K/TA		x		
DIT	Digital Technology	W2	5	K	x			
ENT	Entrepreneurship	W2	5	TA		x		
IIM	International and Intercultural Management	W2	5	K/TA				
IKO	Interkulturelle Kompetenz	W2	5	C				
IMA	International Management	W2	5	C				
INO	Innovationsmanagement	W2	5	TA	x			
MMO	Managing the modern Organisation: Change, Agility and Leadership	W2	5	TA		x		
MRC	Market Research and Consumer Behavior	W2	5	K/TA				
Summe Vertiefungsrichtung (engl. Major)			50					

Project	Pflicht/Wahl	CP	LNW
P-01	Projektstudienarbeit (PSA)	5	PSA
P-02	Studienarbeit (SA)	5	SA
P-03	Master Thesis (MT)	20	MT
Summe Project		30	

Summe Gesamt M.Sc. (Foundation + Major + Project)		120 CP
--	--	---------------

Modul-Nr.	Foundation	Pflicht/Wahl	CP	LNW
F-01	Wissenschaftstheorie und Forschungsmethoden	P	5	K/TA
F-02	Economics, Politics and Society	P	5	K/TA
F-03	Projektmanagement	P	5	TA
F-04	Strategische Unternehmensführung	P	5	C
F-05	Finance	P	5	K/TA
F-06	Markt, Kunde und Marketing	P	5	TA
F-07	Unternehmensorganisation	P	5	M/TA
F-08	Führung und Kommunikation	P	5	M/TA
Summe Foundation			40	

Modul-Nr.	Vertiefung: Economic Theory, Politics & Law	Pflicht/Wahl	CP	LNW	
IM-01	Research- & Science Project	W1	5	TA	
IM-02	Innovation Project	W1	5	TA	
IM-03	Transfer Project	W1	5	TA	
EPL-01	Integrationsmodul: Einführung, Theorien und Entwicklungen in Economic Theory, Politics and Law	W1	5	TA	
EPL-02	Arbeitsrecht und Tarifrecht	W2	5	K	x
EPL-03	e-Commerce und Datenschutzrecht & Gewährleistung und Garantie	W2	5	K/TA	x
EPL-04	Europäisches Handels- und Gesellschaftsrecht	W2	5	K	
EPL-05	Finanzierungsinstrumente im Immobiliarsachenrecht	W2	5	TA	x
EPL-06	Projektorientierte netzbasierte Entscheidungstechniken	W2	5	TA	
EPL-07	Unternehmenssteuerrecht	W2	5	K	x
EPL-08	Vertragsgestaltung	W2	5	TA	x
EPL-09	Wirtschaftsstrafrecht	W2	5	K/TA	x
Summe Vertiefungsrichtung (engl. Major)			50		

	Project	Pflicht/Wahl	CP	LNW
P-01	Projektstudienarbeit (PSA)	P	5	PSA
P-02	Studienarbeit (SA)	P	5	SA
P-03	Master Thesis (MT)	P	20	MT
Summe Project			30	

Summe Gesamt M.Sc. (Foundation + Major + Project)			120 CP
--	--	--	---------------