Amtliche Mitteilung 7-2020 vom 24. April 2020

Prüfungsordnung des Fachbereichs Wirtschaft der Hochschule Fulda – University of Applied Sciences für den weiterbildenden Masterstudiengang „General Management“ mit dem Abschluss „Master of Business Administration (MBA)“ vom 13. November 2019

Gemäß §§ 20 Abs. 1, 37 Abs. 5 des Hessischen Hochschulgesetzes (HHG) vom 14. Dezember 2009 (GVBl. I S. 666), zuletzt geändert durch Gesetz vom 18. Dezember 2017 (GVBl. I S. 482) hat das Präsidium der Hochschule Fulda – University of Applied Sciences am 27. Februar 2020 die nachstehende Prüfungsordnung für den Master-Studiengang General Management des Fachbereichs Wirtschaft genehmigt.

§ 1 Geltungsbereich

§ 2 Ziele des Studiums, akademischer Grad

§ 3 Profil des Studiengangs

§ 4 Zugangsvoraussetzungen und Zulassung

§ 5 Regelstudienzeit, ECTS-Punkte des Studiengangs

§ 6 Module und Aufbau des Studiums

§ 7 Abschlussmodul (Master-Thesis und Kolloquium)

§ 8 Notenbildung der Module

§ 9 Bildung der Gesamtnote

§ 10 Anerkennung von Modulen

§ 11 Gebühren

§ 12 Inkrafttreten

Anlage 1: Studienplan (Curriculum)

Anlage 2: Modulhandbuch

§ 1 Geltungsbereich

(1) Diese Ordnung regelt Inhalt und Aufbau des weiterbildenden Masterstudiengangs „General Management“ des Fachbereichs Wirtschaft.

(2) Sie bildet zusammen mit den Allgemeinen Bestimmungen für Prüfungsordnungen der Hochschule Fulda in der jeweils gültigen Fassung die für diesen Studiengang maßgebliche Prüfungsordnung.

§ 2 Ziele des Studiums, akademischer Grad

(1) Das Studium qualifiziert durch Erlangung vertiefter betriebswirtschaftlicher Kenntnisse, Fähigkeiten und Schlüsselqualifikationen in den Bereichen Personalführung, Unterneh-

menssteuerung, Rechnungswesen und Controlling branchenübergreifend für verantwortungsvolle Führungsaufgaben im Bereich großer und mittelständischer Unternehmen, in öffentlichen Betrieben und Non-Profit-Organisationen sowie in Expertenpositionen in der Unternehmensberatung.

(2) Der Studiengang hat zum Ziel, Inhalte, Konzepte, Methoden und Instrumente der Führung für vorwiegend große und mittelständisch geprägte Unternehmen zu vermitteln und damit den Studierenden das Rüstzeug für die Bewältigung entsprechender, auch neuartiger und unerwarteter Führungs- und Managementaufgaben mit auf den Weg zu geben.

(3) Die unter Abs. 1 und Abs. 2 beschriebenen Ziele des Studiengangs sollen insbesondere durch die Vermittlung folgender Qualifikations- und Kompetenzziele erreicht werden:

- Die Studierenden beherrschen die kaufmännischen Aufgaben und Prozesse in relevanten betrieblichen Funktionsbereichen von großen und mittelständischen Unternehmen sowie deren Zusammenspiel im Hinblick auf Ziele, Strategien, Instrumente und Methoden.
- Die Studierenden identifizieren Schnittstellen und unternehmensinterne Zielkonflikte zwischen Funktionsbereichen, analysieren vernetzte Unternehmensprozesse und entwickeln und bewerten ganzheitliche Lösungsmöglichkeiten, so dass sie aus fachlicher Sicht Führungsaufgaben übernehmen können.
- Die Studierenden können mit Hilfe erworbener bzw. weiterentwickelter Schlüsselqualifikationen in den Bereichen der Personalführung, Unternehmenssteuerung und der Sozial- und Führungskompetenz Managementaufgaben in großen und mittelständischen Unternehmen übernehmen.
- Die Studierenden reflektieren eigenes (Führungs-)Verhalten im unternehmerischen Kontext kritisch und berücksichtigen gesellschaftliche und ethische Auswirkungen unternehmerischer Entscheidungen angemessen.
- Die Studierenden sind befähigt, sich selbständig neues Wissen anzueignen und dieses zur Lösung auf sich verändernde Problemstellungen in der unternehmerischen Praxis anzuwenden.

(4) Die Studierenden erhalten eine wissenschaftlich fundierte und zugleich berufs- und anwendungsorientierte Qualifizierung in den vorgenannten Schwerpunktbereichen, welche die jeweils neuesten Erkenntnisse der Wirtschaftswissenschaften und aktuelle Führungserfahrungen berücksichtigt und die Teilnehmenden nach erfolgreichem Abschluss der Module in die Lage versetzt, komplexe kaufmännische Fach-, Führungs- und Querschnittsaufgaben zu übernehmen.

(5) Nach erfolgreicher Absolvierung des Studiums verleiht die Hochschule Fulda den akademischen Grad „Master of Business Administration (MBA)“.

§ 3 Profil des Studiengangs

(1) Der Masterstudiengang „General Management“ baut weiterbildend auf ein abgeschlossenes Hochschulstudium (z.B. Bachelor- oder Diplomstudium) an einer Hochschule in einer beliebigen Fachrichtung auf.

(2) Das Studium ist so organisiert, dass es berufsbegleitend betrieben werden kann. Hierzu finden die Veranstaltungen im Blended-Learning-Format (z.B. Webinare, E-Learning und Präsenzveranstaltungen) statt. Die dazugehörigen Präsenzveranstaltungen finden in Blöcken vorwiegend an Wochenenden statt.

(3) Der weiterbildende Masterstudiengang ist anwendungsorientiert ausgerichtet.

§ 4 Zugangsvoraussetzungen und Zulassung

(1) Die Zulassung zum weiterbildenden Masterstudiengang „General Management“ setzt voraus:

1. Hochschulzugangsberechtigung nach § 54 HHG.
2. Nachweis eines abgeschlossenen Hochschulstudiums (z.B. Diplom, Bachelor) im Umfang von 210 ECTS-Punkten. Sich bewerbende Personen, die im Erststudium einen Abschluss mit 180 ECTS-Punkten erworben haben, werden unter Auflage zum Studium zugelassen. Die Zulassung unter Auflage verpflichtet, bis zum Abschluss des Studiums zusätzliche 30 ECTS-Punkte durch ergänzende Studienleistungen nach Abs. 2 nachzuweisen.
3. Eine mindestens 24-monatige Berufspraxis. Es muss sich hierbei um eine zusammenhängende, qualifizierte Tätigkeit mit betriebswirtschaftlicher Fachverantwortung handeln.
4. Sich bewerbende Personen, die ihre Hochschulzugangsberechtigung im Ausland erworben haben, müssen darüber hinaus ausreichende Deutschkenntnisse nachweisen. Das Niveau der erforderlichen Deutschkenntnisse bestimmt § 3 der Rahmenordnung über Deutsche Sprachprüfungen für das Studium an deutschen Hochschulen (RO-DT) vom 08.06.2004 (DSH II-Prüfung oder Äquivalent).

(2) Sind die Zulassungsvoraussetzungen nach Abs. 1 Nr. 2 nicht erfüllt, weil der qualifizierende Abschluss einen geringeren Umfang als 210 ECTS-Punkte, mindestens jedoch von 180 ECTS-Punkten aufweist, sind zusätzlich bis zu 30 ECTS-Punkte während des weiterbildenden Masterstudiums zu erlangen, durch Anerkennung:

(a) einer einschlägigen beruflichen Erfahrung mit betriebswirtschaftlicher Fach-/ Führungsverantwortung, die über die zur Zulassung notwendige zweijährige Berufserfahrung nach Abs. 1 Nr. 2 hinausgeht, und mindestens 23 Wochen umfasst. Bewerbende müssen einen Tätigkeitsbericht mit Beschreibung der erlangten Kompetenzen einreichen und die Bedeutung der Funktion/Tätigkeit mit einem Dokument des Arbeitgebers schriftlich nachweisen. Die Zulassungskommission entscheidet in jedem Einzelfall über die Anrechenbarkeit; eine pauschale Anrechnung von Berufserfahrung findet nicht statt. Auch fließt diese nicht in die Gesamtbenotung ein.

(b) eines studienbegleitenden Belegens von kreditierten Brückenkursen und/oder Modulen eines anderen betriebswirtschaftlichen Bachelor- oder Masterstudiengangs an der Hochschule Fulda oder an einer anderen Hochschule mit Nachweis der erforderlichen ECTS-Punkte. Die Zulassungskommission für diesen Studiengang kann ggf. Auflagen erteilen. Diese ECTS-Punkte sind spätestens bis zum Ende des Studiums nachzuweisen.

(3) Über die Erfüllung der Zulassungsvoraussetzungen entscheidet die Zulassungskommission, der zwei Professor*innen und eine wissenschaftliche / technisch-administrative Mitarbeiter*in aus der Gruppe der für den Studiengang „General Management“ in der Lehre bzw. Administration tätigen Mitarbeitenden des Fachbereichs Wirtschaft oder des Zentrums für Wissenschaftliche Weiterbildung angehören. Die Mitglieder der Zulassungskommission werden durch den Fachbereichsrat des Fachbereichs Wirtschaft bestimmt.

(4) Eine Zulassung erfolgt jeweils zum Wintersemester.

§ 5 Regelstudienzeit, ECTS-Punkte des Studiengangs

(1) Die Regelstudienzeit im weiterbildenden Masterstudiengang beträgt fünf Semester; das entspricht 2,5 Studienjahren.

(2) Die Studierenden schließen ihr Studium erfolgreich ab, wenn sie die nach dem Studienplan (Anlage 1) erforderlichen Module im Umfang von 90 ECTS-Punkten erfolgreich absolviert haben.

§ 6 Module und Aufbau des Studiums

(1) Die Struktur des Curriculums ergibt sich aus dem Studienplan (Anlage 1).

(2) Die Module sind in zwölf Pflichtmodule, zwei frei wählbare Wahlpflichtmodule und die Master-Thesis aufgeteilt. Die Inhalte der Module, die Prüfungsleistungen sowie weitere Angaben zu den Modulen sind im Modulhandbuch (Anlage 2) dokumentiert.

(3) Im Rahmen eines Studiums ist das Anfertigen der Master-Thesis (Abschlussarbeit) für das fünfte Semester vorgesehen.

§ 7 Abschlussmodul (Master-Thesis und Kolloquium)

(1) Das fünfte Semester ist für die Anfertigung der Master-Thesis und das Kolloquium vorgesehen.

(2) Die Master-Thesis soll zeigen, dass die zu prüfende Person in der Lage ist, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein Problem aus dem Bereich des General Managements selbständig nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten. Näheres regelt das Modulhandbuch (Anlage 2).

(3) Voraussetzung für die Zulassung zur Master-Thesis ist der Nachweis des Erwerbs von 55 ECTS-Punkten innerhalb des weiterbildenden Masterstudiums. Somit besteht die Möglichkeit die Master-Thesis und das Kolloquium im vierten Semester zu belegen.

(4) Die Bearbeitungszeit für die Master-Thesis beträgt 16 Wochen; der Zeitraum ist auf Antrag einmalig um 4 Wochen verlängerbar. Die Allgemeinen Bestimmungen für Prüfungsordnungen der Hochschule Fulda in der jeweils gültigen Fassung sind entsprechend anzuwenden.

(5) Den Abschluss der Master-Thesis bildet ein Kolloquium. Im Rahmen des Kolloquiums soll die zu prüfende Person die wesentlichen Erkenntnisse ihrer/ seiner Master-Arbeit erläutern. Näheres regelt das Modulhandbuch (Anlage 2). Das Kolloquium kann erst abgelegt werden, wenn die Masterarbeit bestanden ist.

§ 8 Notenbildung der Module

(1) Die Bewertung der Master-Thesis geht mit neun Zehnteln in die Bildung der Modulnote „Master-Thesis und Kolloquium“ ein, die Bewertung des Kolloquiums mit einem Zehntel.

(2) Im Übrigen erfolgt die Bewertung und Notenbildung entsprechend § 16 der Allgemeinen Bestimmungen für Prüfungsordnungen der Hochschule Fulda vom 11. Juli 2018 in der jeweils gültigen Fassung.

§ 9 Bildung der Gesamtnote

(1) Die Gesamtnote errechnet sich aus dem nach ECTS-Punkten gewichteten arithmetischen Mittel der Modulnoten.

(2) Zusätzlich erworbene ECTS-Punkte durch Ablegung über den Studienplan hinausgehender Module werden im Zeugnis aufgeführt, gehen jedoch nicht in die Bildung der Gesamtnote ein.

§ 10 Anerkennung von Modulen

Module dieser Prüfungsordnung stehen auch für Zertifikatsstudierende über das Zentrum für wissenschaftliche Weiterbildung (ZWW) der HS Fulda zur Einzelbuchung bereit. Bei erfolgreichem Abschluss können diese bei späterer Einschreibung im MBA anerkannt werden. Voraussetzungen, Inhalt und Prüfungsbedingungen dieser Einzelmodule am Zentrum für wissenschaftliche Weiterbildung entsprechen der vorliegenden Prüfungsordnung.

§ 11 Gebühren

Für das Weiterbildungsstudium werden Gebühren erhoben, deren Höhe das Präsidium der Hochschule Fulda nach § 16 Absatz 3 HHG bestimmt. Die Verpflichtung zur Zahlung des Semesterbeitrags nach § 76 Abs. 4 HHG, des Verwaltungskostenbeitrags nach § 56 HHG sowie von Gebühren und Beiträgen nach sonstigen gesetzlichen Vorschriften bleibt unberührt.

§ 12 Inkrafttreten

Diese Prüfungsordnung tritt mit Wirkung zum 1. Oktober 2020 in Kraft.

Fulda, d. 22.04.2020

Prof. Dr. Tobias Knedlik
Dekan des Fachbereichs Wirtschaft

Anlage 1: Studienplan (Curriculum)

Modulname	1. Sem.	2. Sem.	3. Sem.	4. Sem.	5. Sem.
Personal- und Changemanagement	5 ECTS				
Marketing und Vertriebsmanagement	5 ECTS				
Strategisches Management und CSR	5 ECTS				
Buchführung und Bilanzierung	5 ECTS				
Kostenrechnung und Controlling		5 ECTS			
Leadership und Kommunikation		5 ECTS			
1. Wahlpflichtbereich		5 ECTS			
Entrepreneurship und Innovation			5 ECTS		
Ideenwerkstatt			5 ECTS		
Rechtliche Rahmenbedingungen des Management			5 ECTS		
Investitions- und Finanzmanagement			5 ECTS		
2. Wahlpflichtbereich				5 ECTS	
Case Studies zur Unternehmensführung				5 ECTS	
Projektmanagement und -controlling				5 ECTS	
Master-Thesis und Kolloquium					20 ECTS
Total 90 ECTS	20 ECTS	15 ECTS	20 ECTS	15 ECTS	20 ECTS

Anlage 2: Modulhandbuch

GM 1.1 Personal- und Changemanagement 8
GM 1.2 Marketing- und Vertriebsmanagement 9
GM 1.3 Strategisches Management und CSR 10
GM 1.4 Buchführung und Bilanzierung 11
GM 2.1 Kostenrechnung und Controlling 12
GM 2.2 Leadership und Kommunikation 13
GM 2.3 1. Wahlpflichtbereich 14
GM 3.1 Entrepreneurship und Innovation 15
GM 3.2 Ideenwerkstatt 16
GM 3.3 Rechtliche Rahmenbedingungen des Managements 17
GM 3.4 Investitions- und Finanzmanagement 19
GM 4.1 Case Studies zur Unternehmensführung 20
GM 4.2 Projektmanagement und -controlling 21
GM 4.3 2. Wahlpflichtbereich 22
GM 5.1 Master-Thesis und Kolloquium 23

GM 1.1 Personal- und Changemanagement

Modulcode FB: GM1.1	**Englische Modulbezeichnung:** Human Resource and Change Management			
Arbeitsaufwand: 125 h, davon 32 h Kontaktzeit 93 h Selbststudium	**ECTS-Punkte:** 5	**Studiensemester:** 1. Semester	**Häufigkeit des Angebots:** Wintersemester	**Dauer:** 1 Semester
Art: Pflichtmodul	**Niveaustufe:** Master	**Verwendbarkeit des Moduls:**		

1	**Qualifikationsziele:** Die Studierenden sind sich der Relevanz und Möglichkeiten, aber auch der Grenzen des Personalmanagements in mittelständischen Unternehmen bewusst. Sie kennen seine Kernfunktionen und können personalwirtschaftliche Fragestellungen analysieren, kritisch erörtern und Instrumente des Personalmanagements im betriebswirtschaftlichen Umfeld mittelständischer Unternehmen anwenden. Darüber hinaus ist den Studierenden insbesondere klar, was die Herausforderungen und Erfolgsfaktoren von Veränderungsprozessen sind. Sie sind in der Lage, diese mithilfe der erlernten Methoden unter mittelstandstypischen Rahmenbedingungen erfolgreich zu steuern.
2	**Inhalte des Moduls** • Personalmanagement im mittelständischen Unternehmenskontext unter Beachtung von gesellschaftlichen, Unternehmens- und Mitarbeiterzielen und der Personalpolitik • Kernfunktionen des Personalmanagements: Personalplanung, -beschaffung, -einsatz, -pflege, -entwicklung, -führung, -vergütung und betriebliche Sozialleistungen, -freisetzung • Einflussfaktoren des Personalmanagements (wie z. B. Globalisierung, Interkulturalität, demografische Entwicklung, Digitalisierung, Arbeitswelt 4.0 etc.) • Agiles Projektmanagement mit seinen Techniken und Tools in Change-Prozessen mittelständischer Unternehmen • Motivation und Change-Kommunikation unter Berücksichtigung von Ängsten und Widerständen der Betroffenen
3	**Lehr- und Lernmethoden:** seminaristischer Unterricht, Fallstudienbearbeitung, Webinare
4	**Sprache:** Deutsch
5	**Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul:** notwendig: keine empfohlen: keine
6	**Form der Prüfung:** Fachgespräch oder Klausur
7	**Bewertungsmethoden:** benotet
8	**Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:** Teilnahme an den Präsenzveranstaltungen und bestandene Modulprüfung
9	**Bemerkungen:** Englische Sprachelemente können z.B. ausgewählte Literatur und Fallstudien umfassen.

GM 1.2 Marketing- und Vertriebsmanagement

Modulcode FB: GM1.2	**Englische Modulbezeichnung:** Marketing and Sales Management			
Arbeitsaufwand: 125 h, davon 32 h Kontaktzeit 93 h Selbststudium	**ECTS-Punkte:** 5	**Studiensemester:** 1. Semester	**Häufigkeit des Angebots:** Wintersemester	**Dauer:** 1 Semester
Art: Pflichtmodul	**Niveaustufe:** Master	**Verwendbarkeit des Moduls:**		

1	**Qualifikationsziele:** Die Studierenden sollen ein vertiefendes Verständnis für das Marketing und Einblick in alle Gebiete des Marketing-Managements erlangen, um fundierte marktorientierte Entscheidungen im mittelständigen Unternehmen treffen zu können. Außerdem verfügen die Studierenden über erweiterte methodische und konzeptionelle Kenntnisse für den Aufbau eines Marketing-Konzepts und können diese im Unternehmen erfolgreich umsetzen. Darüber hinaus sollen Studierende insbesondere die relevanten Entscheidungsbereiche der Vertriebs- und Verkaufspolitik kennen lernen und somit in der Lage sein, das erlangte Wissen zur Entwicklung und Anwendung von Erfolg versprechenden Lösungsansätzen zu nutzen. Sie sind in der Lage, Marketing- und Vertriebsentscheidungen mithilfe der erlernten Methoden unter mittelstandstypischen Rahmenbedingungen zu treffen, zu implementieren und zu evaluieren.
2	**Inhalte des Moduls** • Philosophie des Marketings als Konzept marktorientierter Unternehmensführung • Marketing-Managementprozess (Analyse Ist-Situation, Zielbildung, Strategie-Entwicklung, Ausgestaltung Marketing-Mix, Implementierung, Kontrolle) • Aufbau eines integrierten Marketingkonzepts für mittelständische Unternehmen • Strategische und operative Marketing-Entscheidungen im Mittelstand • Marktforschung und Konsumentenverhalten • Vertriebsmanagement (theoretische und konzeptionelle Grundlagen der Gestaltung von Verkaufsprozessen, Anforderungen und Handlungsmöglichkeiten für einen effizienten und effektiven Ressourceneinsatz im Vertrieb)
3	**Lehr- und Lernmethoden:** seminaristischer Unterricht, Fallstudienbearbeitung, Webinare
4	**Sprache:** Deutsch
5	**Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul:** notwendig: keine empfohlen: keine
6	**Form der Prüfung:** Fachgespräch oder Hausarbeit
7	**Bewertungsmethoden:** benotet
8	**Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:** Teilnahme an den Präsenzveranstaltungen und bestandene Modulprüfung
9	**Bemerkungen:** Englische Sprachelemente können z.B. ausgewählte Literatur und Fallstudien umfassen.

GM 1.3 Strategisches Management und CSR

Modulcode FB:	**Englische Modulbezeichnung:**			
GM1.3	Strategic Management and CSR			
Arbeitsaufwand:	**ECTS-Punkte:**	**Studiensemester:**	**Häufigkeit des Angebots:**	**Dauer:**
125 Std, davon 32 Std. Kontaktzeit 93 Std. Selbststudium	5 ECTS	1. Sem.	Wintersemester	1 Semester
Art:	**Niveaustufe:**	**Verwendbarkeit des Moduls:**		
Pflichtmodul	Master			

1	**Qualifikationsziele:** Die Studierenden differenzieren die Ziele, Aufgabenfelder und grundlegenden Methoden des strategischen Managements. Sie diskutieren das Prozessmodell des strategischen Managements und dessen wesentliche Phasen und können die Anwendbarkeit auf praktische Fragestellungen beurteilen. Sie entwickeln eigenständig und formulieren Erfolg versprechende Strategien für mittelständische und große Unternehmen und können durch die Anwendung der vorgestellten Methoden, Konzepte und Instrumente diese erfolgreich umsetzen. Darüber hinaus sensibilisiert die Veranstaltung die Teilnehmenden für die Bedeutung unternehmerischer Nachhaltigkeit. Durch das vermittelte Wissen können die Studierende zweckmäßig mit dem Begriff „Corporate Social Responsibility“ umgehen. Die Studierenden können die Bedeutung nachhaltigen Handelns von Unternehmen hinsichtlich der Motive und finanziellen wie auch nicht-finanziellen Auswirkungen einordnen. Sie erlangen das Wissen, um ein erfolgreiches Nachhaltigkeitsmanagements im Unternehmen zu implementieren unter Berücksichtigung der Komplexität des Themas (z.B. Branchenbesonderheiten, Greenwashing, knappe materielle und immaterielle Ressourcen). Anhand von komplexen Fallstudien verknüpfen sie das Gelernte mit der Unternehmenspraxis.
2	**Inhalte des Moduls** • Ziele und Prozess des strategischen Managements: strategische Zielplanung, strategische Analyse und Prognose, Strategieformulierung, -bewertung, -auswahl und -implementierung, strategische Kontrolle • Konzepte und Instrumente des strategischen Managements (z.B. Balanced Scorecard, OKR, Business Model Canvas, 7-C-Model, Technologie-Portfolio, disruptive Innovationen) • Einfluss der Digitalisierung auf Geschäftsmodelle und das strategische Management Grundlagen der unternehmerischen Nachhaltigkeit: Definition, Motive, Relevanz • Nachhaltigkeitsmanagement in Unternehmen (z.B. Wesentlichkeitsanalyse, Organisation und Verantwortlichkeiten, Messung und Steuerung von Nachhaltigkeit, Nachhaltigkeitsberichterstattung) • Formulierung von Nachhaltigkeitsstrategien zur Hebung von Wertpotenzialen im Rahmen der Geschäftstätigkeit • Fallstudien aus der Unternehmenspraxis
3	**Lehr- und Lernmethoden:** seminaristischer Unterricht, Fallstudienbearbeitung, Webinare
4	**Sprache:** Deutsch
5	**Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul:** notwendig: keine empfohlen: keine
6	**Form der Prüfung:** Kolloquium oder Hausarbeit
7	**Bewertungsmethoden:** benotet
8	**Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:** Teilnahme an den Präsenzveranstaltungen und bestandene Modulprüfung
9	**Bemerkungen:** Englische Sprachelemente können z.B. ausgewählte Literatur und Fallstudien umfassen.

GM 1.4 Buchführung und Bilanzierung

Modulcode FB: GM 1.4	**Englische Modulbezeichnung:** Financial Accounting			
Arbeitsaufwand: 125 h, davon 32 h Kontaktzeit 93 h Selbststudium	**ECTS-Punkte:** 5	**Studiensemester:** 1. Semester	**Häufigkeit des Angebots:** Wintersemester	**Dauer:** 1 Semester
Art: Pflichtmodul	**Niveaustufe:** Master	**Verwendbarkeit des Moduls:**		

1	**Qualifikationsziele:** Nach Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, betriebswirtschaftliche Buchungsvorgänge durchzuführen sowie Jahresabschlüsse zu erstellen und zu analysieren. Die Studierenden verstehen die Zwecke der Rechnungslegung, ihre Rechtsgrundlagen und die konkrete Ausgestaltung nach deutschem Handelsrecht sowie internationalen Rechnungslegungsnormen der IFRS. Die Studierenden demonstrieren ihre Fähigkeit zu analytischem, logischem Denken und zu einer strukturierten Vorgehensweise im Rahmen umfangreicher, komplexer Aufgabenstellungen der angewandten Bilanzierung. Die Orientierung an mittelstandsbezogenen Sachverhalten trägt dazu bei, dass die Studierenden ein Problembewusstsein für die im Jahresabschluss mittelständischer Unternehmen vermittelten Informationen und deren Aussagegehalt entwickeln und bilanzpolitisch relevante Maßnahmen bewerten können. Die Studierenden beteiligen sich an Diskussionen, reflektieren selbst erarbeitete Lösungsvorschläge kritisch und werden angeregt, eigenverantwortlich ihre Meinung zu neuen Bilanzierungsvorschriften auf der Homepage des International Accounting Standards Board bekanntzugeben.
2	**Inhalte des Moduls** • Buchführungssystematik: Erfolgsneutrale und erfolgswirksame Buchungen, wichtige Geschäftsvorfälle in der Praxis • Jahresabschluss HGB: Bestandteile, GuV- versus Cash-Flow-Rechnung, Verhältnis zwischen Handelsbilanz und Steuerbilanz, Bilanzierung von Aktivposten und Passivposten • Einführung in die Internationale Rechnungslegung nach IFRS: Aufbau der IFRS, Framework, Abschlussbestandteile, Bilanzgliederung, • Grundlegende Bilanzposten nach IFRS (z.B. Sachanlagen, qualifizierte Vermögenswerte, immaterielle Vermögenswerte, Vorräte, Finanzinstrumente, zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte, Schulden, Eigenkapital) • Spezielle Bilanzierungsprobleme nach HGB und / oder IFRS (z.B. Leasingverhältnisse, Pensionsrückstellungen, Währungsumrechnung, Abbildungen von Finanzierungsvorgängen in der Praxis) • Anhang und Lagebericht (Aufgaben und Inhalt)
3	**Lehr- und Lernmethoden:** seminaristischer Unterricht, Fallstudienbearbeitung, Webinare
4	**Sprache:** Deutsch
5	**Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul:** notwendig: keine empfohlen: Grundkenntnisse der Buchführung
6	**Form der Prüfung:** Klausur oder Ausarbeitung
7	**Bewertungsmethoden:** benotet
8	**Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:** Teilnahme an den Präsenzveranstaltungen und bestandene Modulprüfung
9	**Bemerkungen:** Englische Sprachelemente können z.B. ausgewählte Literatur und Fallstudien umfassen.

GM 2.1 Kostenrechnung und Controlling

Modulcode FB: GM2.1	**Englische Modulbezeichnung:** Cost Accounting and Controlling			
Arbeitsaufwand: 125 h, davon 32 h Kontaktzeit 93 h Selbststudium	**ECTS-Punkte:** 5	**Studiensemester:** 2. Semester	**Häufigkeit des Angebots:** Sommersemester	**Dauer:** 1 Semester
Art: Pflichtmodul	**Niveaustufe:** Master	**Verwendbarkeit des Moduls:**		

1	**Qualifikationsziele:** Die Studierenden können die Systeme der Kostenrechnung in ihren Vor- und Nachteilen beurteilen. Sie sind mit den einschlägigen Verfahren zur Planung und Kontrolle der Kosten vertraut, kennen die Datengrundlagen zum Aufbau von Plankalkulationen und sind in der Lage, die Techniken zur Planung und nachträglichen Kontrolle des Periodenerfolgs nachzuvollziehen. Ferner kennen die Studierenden die Aufgabenfelder und die einschlägigen Instrumente des strategischen und des operativen Controllings. Sie können die Einsatzmöglichkeiten von Kennzahlen- und Kennzahlensystemen im Rahmen der Entscheidungs- und Steuerungsaufgaben der Unternehmensführung beurteilen und diese entsprechend anwenden.
2	**Inhalte des Moduls** • Aufgaben und Entwicklungsformen der Kostenrechnung • Planung und Kontrolle der Einzelkosten • Planung und Kontrolle der Gemeinkosten • Aufbau von Plankalkulationen • Planung und Kontrolle des Periodenerfolgs • Aufgaben und Instrumente des strategischen Controllings • Das System der operativen Planung und Kontrolle • Kennzahlen und Kennzahlensysteme im Controlling
3	**Lehr- und Lernmethoden:** seminaristischer Unterricht, Fallstudienbearbeitung, Webinare
4	**Sprache:** Deutsch
5	**Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul:** notwendig: keine empfohlen: Buchführung und Bilanzierung
6	**Form der Prüfung:** Klausur oder Kolloquium
7	**Bewertungsmethoden:** benotet
8	**Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:** Teilnahme an den Präsenzveranstaltungen und bestandene Modulprüfung
9	**Bemerkungen:** Englische Sprachelemente können z.B. ausgewählte Literatur und Fallstudien umfassen.

GM 2.2 Leadership und Kommunikation

Modulcode FB: GM2.2	**Englische Modulbezeichnung:** Leadership and Communication			
Arbeitsaufwand: 125 h, davon 36 h Kontaktzeit 89 h Selbststudium	**ECTS-Punkte:** 5	**Studiensemester:** 2. Semester	**Häufigkeit des Angebots:** Sommersemester	**Dauer:** 1 Semester
Art: Pflichtmodul	**Niveaustufe:** Master	**Verwendbarkeit des Moduls:**		

1	**Qualifikationsziele:** Die Studierenden erlernen neben theoretischen Grundlagen zum Management von Unternehmen die Fähigkeit, in berufsbezogenen Führungssituationen ergebnisorientiert, sozial und kompetent zu agieren. Sie können Führungsverhalten, insbesondere im Individual- und Gruppenkontext, analysieren, interpretieren und sind befähigt, in herausfordernden Situationen wie bei Konflikten Führungskonzepte und -instrumente lösungsorientiert zu entwerfen und anzuwenden. Im Rahmen der Führungskommunikation sind die Studierenden in der Lage, sowohl inhaltlich strukturiert und überzeugend zu argumentieren als dies auch im Rahmen der persönlichen Präsentationsfähigkeiten adäquat zu transportieren. Anhand von komplexen Rollenspielen und Fallstudien verknüpfen sie das Gelernte mit der Unternehmenspraxis.
2	**Inhalte des Moduls** • Kommunikation als zentrale Führungskompetenz • Leadership (Vision und Führung, Führung von Individuen und Gruppen, Beeinflussung der Organisationskultur) • Kommunikation (Elemente guter Kommunikation / Story Telling, Individuelle Präsentationsfähigkeiten)
3	**Lehr- und Lernmethoden:** seminaristischer Unterricht, Rollenspiele, Fallstudienbearbeitung, Webinare
4	**Sprache:** Deutsch
5	**Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul:** notwendig: keine empfohlen: keine
6	**Form der Prüfung:** Ausarbeitung oder Klausur
7	**Bewertungsmethoden:** benotet
8	**Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:** Teilnahme an den Präsenzveranstaltungen und bestandene Modulprüfung
9	**Bemerkungen:** Englische Sprachelemente können z.B. ausgewählte Literatur und Fallstudien umfassen.

GM 2.3 1. Wahlpflichtbereich

Modulcode FB: GM2.3	**Englische Modulbezeichnung:** Elective Course I			
Arbeitsaufwand: 125 h, davon 32 h Kontaktzeit 93 h Selbststudium	**ECTS-Punkte:** 5	**Studiensemester:** 2. Semester	**Häufigkeit des Angebots:** Sommersemester	**Dauer:** 1 Semester
Art: Wahlpflicht	**Niveaustufe:** Master	**Verwendbarkeit des Moduls:**		

1	**Qualifikationsziele:** Durch den Wahlpflichtbereich erhalten die Studierenden die Möglichkeit, ihren Interessen gemäß Kenntnisse und Kompetenzen im Bereich der Betriebswirtschaftslehre, der Schlüsselkompetenzen und/oder anderer, einschlägiger Fachdisziplinen zu vertiefen bzw. zu ergänzen, soweit sie für das Management im Mittelstand relevant sind. Die Studierenden analysieren und interpretieren die zentralen Inhalte aktueller wissenschaftlicher und fachbezogener Veröffentlichungen in den Bereichen der Betriebswirtschaftslehre, Volkswirtschaftslehre oder Recht und integrieren diese in den Kontext der aktuellen wissenschaftlichen Diskussion bzw. der praktischen Anwendung. Des Weiteren unterziehen sie diese Inhalte einer kritischen Würdigung respektive Bewertung. Sie erweitern somit ihre Kompetenzen und Fähigkeiten, um mit komplexen Entscheidungssituationen unter Unsicherheit umgehen zu können und wissenschaftlich fundierte Entscheidungen zu treffen.
2	**Inhalte des Moduls** In jedem Semester werden aktuelle Problemstellungen wahlweise aus den betriebswirtschaftlichen Funktionsbereichen, den volkswirtschaftlichen Fächern oder den rechtlichen Kompetenzbereichen untersucht. Die Inhalte ergeben sich aus den angebotenen Wahlpflichtveranstaltungen des Semesters, die semesterweise variieren können.
3	**Lehr- und Lernmethoden:** seminaristischer Unterricht, Webinare, Präsentationen, Fallstudienbearbeitung
4	**Sprache:** Deutsch
5	**Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul:** notwendig: keine empfohlen: Kenntnisse der Module des 1. Semesters
6	**Form der Prüfung:** Hausarbeit oder Portfolio
7	**Bewertungsmethoden:** benotet
8	**Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:** Teilnahme an den Präsenzveranstaltungen und bestandene Modulprüfung
9	**Bemerkungen:** Englische Sprachelemente können z.B. ausgewählte Literatur und Fallstudien umfassen.

GM 3.1 Entrepreneurship und Innovation

Modulcode FB: GM3.1	**Englische Modulbezeichnung:** Entrepreneurship and Innovation Management			
Arbeitsaufwand: 125 h, davon 32 h Kontaktzeit 93 h Selbststudium	**ECTS-Punkte:** 5	**Studiensemester:** 3. Semester	**Häufigkeit des Angebots:** Wintersemester	**Dauer:** 1 Semester
Art: Pflichtmodul	**Niveaustufe:** Master	**Verwendbarkeit des Moduls:**		

1	**Qualifikationsziele:** Die Studierenden vergleichen und verbinden theoretische und empirische Grundlagen des New Venture Managements und demonstrieren in Fallstudien Anwendungskonzepte zum Management junger Unternehmen. Darüber hinaus identifizieren sie unterschiedliche Managementanforderungen je nach New Venture Typ, entwickeln Prozesse des Lebenszyklusmanagements, probieren diese aus und beurteilen deren Nutzen. Die Studierenden erkennen somit die wichtigsten Fragestellungen im Rahmen eines Gründungsprozesses. Darüber hinaus sind die Studierenden in der Lage, den Innovationsprozess in mittelständigen Unternehmen, von der Ideenentwicklung bis zur Markteinführung einer Innovation zu planen, zu implementieren und zu evaluieren.
2	**Inhalte des Moduls** • Entrepreneurship (Theorien und Modelle, Prozess, Entrepreneur und Entrepreneurial Teams, Intrapreneurship) • Geschäftsmodell-Innovationen • Finanzierung von New Ventures • Lebenszyklusmanagement • Innovationsmanagement (Innovationstypen, Innovationsprozess, Innovation & Netzwerke, Innovation & Diffusion, Disruptive Innovationen, Projektbewertung bei Innovationen) • Innovationsorientierte Unternehmensführung im Mittelstand (Widerstand und Probleme bei der Umsetzung von Innovationen und Lösungswege, Führungskonzept und Innovationskultur)
3	**Lehr- und Lernmethoden:** seminaristischer Unterricht, Webinare, Präsentationen, Fallstudienbearbeitung
4	**Sprache:** Deutsch
5	**Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul:** notwendig: keine empfohlen: keine
6	**Form der Prüfung:** Fachgespräch oder Klausur
7	**Bewertungsmethoden:** benotet
8	**Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:** Teilnahme an den Präsenzveranstaltungen und bestandene Modulprüfung
9	**Bemerkungen:** Englische Sprachelemente können z.B. ausgewählte Literatur und Fallstudien umfassen.

GM 3.2 Ideenwerkstatt

Modulcode FB: GM3.2	**Englische Modulbezeichnung:** Idea Workshop			
Arbeitsaufwand: 125 h, davon 32 h Kontaktzeit 93 h Selbststudium	**ECTS-Punkte:** 5	**Studiensemester:** 3. Semester	**Häufigkeit des Angebots:** Wintersemester	**Dauer:** 1 Semester
Art: Pflichtmodul	**Niveaustufe:** Master	**Verwendbarkeit des Moduls:**		

1	**Qualifikationsziele:** Die Studierenden entwickeln Kompetenzen in der kollaborativen Ideenentwicklung, -umsetzung und -evaluation. Sie erlernen die praktische Entwicklung einer Innovation entlang des Innovationsentwicklungsprozesses (von der Ideenentwicklung bis zur Verbreitung/Markteinführung der Innovation). Insbesondere wird der Fokus auf die Entwicklung eigener Kreativität gesetzt. Darüber hinaus lernen die Studierenden, eine Präsentation einer neuen Produkt- / Dienstleistungs- / Geschäftsidee zu entwerfen und vor einer Gruppe potenzieller Investor*innen, bzw. vor der Geschäftsführung eines Unternehmens argumentativ überzeugend darzustellen.
2	**Inhalte des Moduls** • Kreativitätstechniken, Ideengenerierung, -bewertung, -umsetzung • Analyse von Kundennutzen, Zielgruppe, Markt und Wettbewerb • Erarbeitung eines Vermarktungskonzeptes • Kosten- und Rentabilitätsplanung, Finanzierungsformen • Rechtliche / administrative Rahmenbedingungen • Personal und Organisation • Bewertung der Geschäftsidee
3	**Lehr- und Lernmethoden:** seminaristischer Unterricht, Fallstudienbearbeitung, Webinare
4	**Sprache:** Deutsch
5	**Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul:** notwendig: keine empfohlen: keine
6	**Form der Prüfung:** Portfolio oder Fachgespräch
7	**Bewertungsmethoden:** benotet
8	**Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:** Teilnahme an den Präsenzveranstaltungen und bestandene Modulprüfung
9	**Bemerkungen:** Englische Sprachelemente können z.B. ausgewählte Literatur und Fallstudien umfassen

GM 3.3 Rechtliche Rahmenbedingungen des Managements

Modulcode FB: GM3.3	**Englische Modulbezeichnung:** Legal Framework of Management			
Arbeitsaufwand: 125 h, davon 32 h Kontaktzeit 93 h Selbststudium	**ECTS-Punkte:** 5	**Studiensemester:** 3. Semester	**Häufigkeit des Angebots:** Wintersemester	**Dauer:** 1 Semester
Art: Pflichtmodul	**Niveaustufe:** Master	**Verwendbarkeit des Moduls:**		

1	**Qualifikationsziele:** Die Studierenden kennen nach Abschluss des Moduls die verschiedenen Organe der wichtigsten Gesellschaftsformen und deren Zusammenwirken im Unternehmensalltag. Ferner können sie Führungskräfte mit handelsrechtlichen Vollmachten ausstatten, diese begrenzen und widerrufen. Sie erkennen und beurteilen typische Haftungsgefahren für das Management und wissen, wie sie Haftungsrisiken reduzieren können. Sie kennen die wichtigsten Pflichten des Managements in typischen Situationen von mittelständischen Unternehmen und haben Verständnis sowie Argumentationsvermögen erlangt, mit rechtlichen Beratenden diskutieren zu können. Im Übrigen können sie mit Banken über klassische Kreditsicherungsmittel verhandeln, um Projekte fremdfinanzieren zu können. Schließlich wissen sie, wie sie Ansprüche ihrer Unternehmen in Deutschland und im Ausland durchsetzen.
2	**Inhalte des Moduls** • im Überblick: Entstehung von Rechtsgeschäften, insbesondere unter Einsatz der Stellvertretung und gegenüber Verbrauchern; vertragliche Haftung und Zurechnung von Erfüllungspersonen; Haftung aus Delikt, insbesondere für Verkehrssicherungspflichten und für Verrichtungsgehilfen • aus dem Gesellschaftsrecht: Bestellung und Abberufung der Geschäftsführer bei GmbHs bzw. der Vorstände und Aufsichtsräte bei Aktiengesellschaften; Geschäftsführung und Vertretung bei Personengesellschaften; Haftung der Gesellschafter und Organe bei den wichtigsten Gesellschaftsformen; Directors & Officers-Haftpflichtversicherungen; Einholung von Rechtsrat für die Exkulpation • aus dem Arbeits- und Handelsrecht das Recht der leitenden Angestellten; Beschäftigten mit besonderen Vollmachten wie Handlungsvollmacht und Prokura; vertragliche und nachvertragliche Wettbewerbsverbote; im Überblick arbeitsrechtliche Mitbestimmung (BetrVG) und unternehmerische Mitbestimmung (MitbestimmG, DrittelbG); im Überblick Tarifvertragsrecht • aus dem Kreditsicherungs-, Insolvenz- und Sanierungsrecht: im Überblick Personal- und Realsicherheiten wie Bürgschaft, Patronatserklärung und Grundschuld; Auswirkungen von Insolvenzverfahren auf laufende Verträge (Insolvenzverwalterwahlrecht); Anfechtung von Rechtshandlungen vor Verfahrenseröffnung; Sanierung von Unternehmen in Eigenverwaltung, Schutzschirm und Insolvenzplanverfahren • aus dem Dispute Management Möglichkeiten der Rechtsdurchsetzung in vor deutschen und ausländischen staatlichen Gerichten und Schiedsgerichten; Mediation als konsensuale Streitbeilegung • aus dem Wettbewerbsrecht im Überblick das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb und das Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (Kartellrecht)
3	**Lehr- und Lernmethoden:** seminaristischer Unterricht, Fallstudienbearbeitung, Webinare
4	**Sprache:** Deutsch
5	**Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul:** notwendig: keine empfohlen: keine
6	**Form der Prüfung:** Klausur oder Hausarbeit
7	**Bewertungsmethoden:** benotet
8	**Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:** Teilnahme an den Präsenzveranstaltungen und bestandene Modulprüfung

9	**Bemerkungen:** Englische Sprachelemente können z.B. ausgewählte Literatur und Fallstudien umfassen.

GM 3.4 Investitions- und Finanzmanagement

Modulcode FB: GM3.4	**Englische Modulbezeichnung:** Investment and Finance Management			
Arbeitsaufwand: 125 h, davon 32 h Kontaktzeit93 h Selbststudium	**ECTS-Punkte:** 5	**Studiensemester:** 3. Semester	**Häufigkeit des Angebots:** Wintersemester	**Dauer:** 1 Semester
Art: Pflichtmodul	**Niveaustufe:** Master	**Verwendbarkeit des Moduls:**		

1	**Qualifikationsziele:** Die Studierenden beurteilen die Relevanz der finanzwirtschaftlichen Ebene für die Wertschöpfung im Unternehmen. Sie analysieren die Umweltbedingungen, die Ziele des Unternehmens und von wichtigen Interessengruppen. Darauf aufbauend, wählen sie geeignete Verfahren und Instrumente der Finanzwirtschaft zur Lösung einschlägiger Fragestellungen aus. Sie wägen dabei die Vor- und Nachteile ab und beurteilen die Folgen. Sie erkennen die wesentlichen Zusammenhänge mit anderen Managementaufgaben, insbesondere dem Risikomanagement. Anhand von komplexeren Fallstudien verknüpfen sie das Gelernte mit der Unternehmenspraxis.
2	**Inhalte des Moduls** • Zusammenhang zwischen finanzwirtschaftlichen Entscheidungen und Wertschöpfung • Bedeutung der Umweltbedingungen (u.a. Kapitalmarkt; Sicherheit vs. Unsicherheit) • Entscheidungen über einfache und komplexere Investitionsvorhaben • Sensitivitäts- und Szenarioanalysen • Programmentscheidungen • Wesentliche Finanzierungformen in Abhängigkeit wesentlicher Bedarfs- und Unternehmenscharakteristika • Zusammenhang zwischen Kapitalstruktur und Finanzierungskosten • Exemplarische Interdependenzen zu anderen Managementaufgaben • Einführung in das Risikomanagement • Fallstudien aus der Unternehmenspraxis
3	**Lehr- und Lernmethoden:** seminaristischer Unterricht, Fallstudienbearbeitung, Webinare
4	**Sprache:** Deutsch
5	**Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul:** notwendig: keine empfohlen: Buchführung und Bilanzierung
6	**Form der Prüfung:** Klausur oder Hausarbeit
7	**Bewertungsmethoden:** benotet
8	**Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:** Teilnahme an den Präsenzveranstaltungen und bestandene Modulprüfung
9	**Bemerkungen:** Englische Sprachelemente können z.B. ausgewählte Literatur und Fallstudien umfassen.

GM 4.1 Case Studies zur Unternehmensführung

Modulcode FB: GM4.1	**Englische Modulbezeichnung:** Case Studies in Management			
Arbeitsaufwand: 125 h, davon 32 h Kontaktzeit 93 h Selbststudium	**ECTS-Punkte:** 5	**Studiensemester:** 4. Semester	**Häufigkeit des Angebots:** Sommersemester	**Dauer:** 1 Semester
Art: Pflichtmodul	**Niveaustufe:** Master	**Verwendbarkeit des Moduls:**		

1	**Qualifikationsziele:** Die Studierenden erlernen neben wesentlichen Konzepten, Methoden und Zielen der Unternehmensführung im Mittelstand auch Grundlagen zur überzeugenden Managementkommunikation. Sie treffen anhand ausgewählter Case Studies und der darin genannten quantitativen und qualitativen Daten konkrete Managemententscheidungen unter Unsicherheit und präsentieren diese überzeugend. Neben betriebswirtschaftlichen Kompetenzen erwerben Studierende spezifische Fähigkeiten im Umgang mit gruppendynamischen Prozessen und erfolgsorientierter Teamarbeit. Insbesondere koordinieren sie ihr Handeln im Team, entwickeln – basierend auf Konflikt-und Verhandlungskompetenz – gemeinsame Lösungsansätze. Im Rahmen von Rollenspielen versetzen sich die Studenten in gegensätzliche Managementrollen und lernen, ihre Entscheidungen argumentativ schlüssig durchzusetzen bzw. zu verteidigen.
2	**Inhalte des Moduls** • Analyse von aktuellen Case Studies mit dem Fokus der Ergebnisbewertung und Lagebeurteilung. • Entwicklung und Formulierung von Entscheidungsstrategien (z.B. internationaler Markteintritt, Diversifikationsstrategien oder Organisationsstrategien) • Beurteilung betriebswirtschaftlicher Zusammenhänge und vernetzter Entscheidungsprobleme und -prozesse • Entwicklung von Problemstrukturierungs-und Problemlösefähigkeit aus einer ganzheitlichen Managementperspektive • Verständnis gruppendynamischer Prozesse und Entwicklung von Sozialkompetenz • Formulierung und argumentative Begründung von Entscheidungen unter Unsicherheit • Vorstellung und Diskussion der Problemlösung sowie Kommunikation der Fallstudienergebnisse.
3	**Lehr- und Lernmethoden:** seminaristischer Unterricht, Fallstudienbearbeitung, Webinare
4	**Sprache:** Deutsch
5	**Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul:** notwendig: keine empfohlen: keine
6	**Form der Prüfung:** Ausarbeitung oder Fachgespräch
7	**Bewertungsmethoden:** benotet
8	**Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:** Teilnahme an den Präsenzveranstaltungen und bestandene Modulprüfung
9	**Bemerkungen:** Englische Sprachelemente können z.B. ausgewählte Literatur und Fallstudien umfassen.

GM 4.2 Projektmanagement und -controlling

Modulcode FB: GM4.2	**Englische Modulbezeichnung:** Project Management and Controlling			
Arbeitsaufwand: 125 h, davon 36 h Kontaktzeit 89 h Selbststudium	**ECTS-Punkte:** 5	**Studiensemester:** 4. Semester	**Häufigkeit des Angebots:** Sommersemester	**Dauer:** 1 Semester
Art: Pflichtmodul	**Niveaustufe:** Master	**Verwendbarkeit des Moduls:**		

1	**Qualifikationsziele:** Die Studierenden erweitern und vertiefen ihr Wissen zu den grundlegenden Methoden und Instrumenten zur Bewertung, Strukturierung, Planung und Steuerung von Projekten. Darüber hinaus identifizieren und bewerten sie kulturelle Unterschiede und Risiken in politischer, ökonomischer und sozialer Hinsicht und entwickeln hieraus Handlungsanweisungen für die fortlaufende Projektsteuerung. Die Studierenden entwickeln ein Verständnis für eine projektbezogene Kommunikation und analysieren und diskutieren Konfliktpotenziale in Projekten. Sie übertragen die erworbenen Kenntnisse im Rahmen von Fallbeispielen auf die selbständige Projektplanung und Projektsteuerung unter Anwendung geeigneter IT-Lösungen. Hierbei wird den Bedürfnissen mittelständischer Unternehmen in besonderer Weise Rechnung getragen. Die Zusammenarbeit an den Fallstudien fördert die Teamfähigkeit durch den Fokus auf das Ergebnis der gesamten Gruppe.
2	**Inhalte des Moduls** • Begriffliche Grundlagen zu Projekt und Projektmanagement • Projektinitialisierung, -planung und -durchführung • Projektcontrolling • IT-Unterstützung im Projektmanagement • Kommunikation und Reporting in Projekten • Konfliktmanagement in Projekten • Spezielle Fragestellungen im Projektmanagement: z.B Projektmanagement im internationalen Kontext, Projektmanagement im mittelständischen Kontext • Neuere Entwicklungen im Projektmanagement • Projektabschluss und -dokumentation
3	**Lehr- und Lernmethoden:** seminaristischer Unterricht, Fallstudienbearbeitung, Webinare
4	**Sprache:** Deutsch
5	**Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul:** notwendig: keine empfohlen: keine
6	**Form der Prüfung:** Bericht oder Kolloquium
7	**Bewertungsmethoden:** benotet
8	**Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:** Teilnahme an den Präsenzveranstaltungen und bestandene Modulprüfung
9	**Bemerkungen:** Englische Sprachelemente können z.B. ausgewählte Literatur und Fallstudien umfassen.

GM 4.3 2. Wahlpflichtbereich

Modulcode FB: GM4.3	**Englische Modulbezeichnung:** Elective Course II			
Arbeitsaufwand: 125 h, davon 32 h Kontaktzeit 93 h Selbststudium	**ECTS-Punkte:** 5	**Studiensemester:** 4. Semester	**Häufigkeit des Angebots:** Sommersemester	**Dauer:** 1 Semester
Art: Wahlpflichtmodul	**Niveaustufe:** Master	**Verwendbarkeit des Moduls:**		

1	**Qualifikationsziele:** Durch den Wahlpflichtbereich erhalten die Studierenden die Möglichkeit, ihren Interessen gemäß Kenntnisse und Kompetenzen im Bereich der Betriebswirtschaftslehre, der Schlüsselkompetenzen und/oder anderer, einschlägiger Fachdisziplinen zu vertiefen bzw. zu ergänzen, soweit sie für das Management im Mittelstand relevant sind. Die Studierenden analysieren und interpretieren die zentralen Inhalte aktueller wissenschaftlicher und fachbezogener Veröffentlichungen in den Bereichen der Betriebswirtschaftslehre, Volkswirtschaftslehre oder Recht und integrieren diese in den Kontext der aktuellen wissenschaftlichen Diskussion bzw. der praktischen Anwendung. Des Weiteren unterziehen sie diese Inhalte einer kritischen Würdigung respektive Bewertung. Sie erweitern somit ihre Kompetenzen und Fähigkeiten, um mit komplexen Entscheidungssituationen unter Unsicherheit umgehen zu können und wissenschaftlich fundierte Entscheidungen zu treffen.
2	**Inhalte des Moduls** In jedem Semester werden aktuelle Problemstellungen wahlweise aus den betriebswirtschaftlichen Funktionsbereichen, den volkswirtschaftlichen Fächern oder den rechtlichen Kompetenzbereichen untersucht. Die Inhalte ergeben sich aus den angebotenen Wahlpflichtveranstaltungen des Semesters, die semesterweise variieren können.
3	**Lehr- und Lernmethoden:** seminaristischer Unterricht, Webinare, Präsentationen, Fallstudienbearbeitung
4	**Sprache:** Deutsch
5	**Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul:** notwendig: keine empfohlen: Kenntnisse der Module des 1. Semesters
6	**Form der Prüfung:** Klausur oder Fachgespräch
7	**Bewertungsmethoden:** benotet
8	**Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:** Teilnahme an den Präsenzveranstaltungen und bestandene Modulprüfung
9	**Bemerkungen:** Englische Sprachelemente können z.B. ausgewählte Literatur und Fallstudien umfassen.

GM 5.1 Master-Thesis und Kolloquium

Modulcode FB: GM5.1	**Englische Modulbezeichnung:** Master's Thesis			
Arbeitsaufwand: 500 h, davon 24 h Kontaktzeit 476 h Selbststudium	**ECTS-Punkte:** 20	**Studiensemester:** 5. Semester	**Häufigkeit des Angebots:** semesterweise	**Dauer:** 16 Wochen
Art: Pflichtmodul	**Niveaustufe:** Master	**Verwendbarkeit des Moduls:**		

1	**Qualifikationsziele:** Die Studierenden wenden ihre im weiterbildenden Masterstudium erworbene Methodenkompetenz auf die Lösung einer konkreten und selbst gewählten Problemstellung im Rahmen der Master-Thesis an. Sie analysieren ein Themengebiet aus dem Bereich der Unternehmensführung eigenständig und entwickeln und evaluieren Lösungsansätze für identifizierte Probleme. Schließlich präsentieren sie eigene Forschungsergebnisse, verteidigen sie in der Diskussion mit Betreuenden und Mitstudierenden und geben Feedback zu den Forschungsprojekten anderer.
2	**Inhalte des Moduls** • Verfassen einer Masterthesis • Präsentation der Ergebnisse und Verteidigung in einem Kolloquium
3	**Lehr- und Lernmethoden:** Selbststudium, Beratung und wissenschaftliche Begleitung durch Lehrende des Studiengangs
4	**Sprache:** Deutsch
5	**Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul:** notwendig: Bestandene Modulprüfungen im Umfang von mind. 55 ECTS-Punkten empfohlen: Bestandene Modulprüfungen aller im weiterbildenden Studiengang zu absolvierten Pflicht. und Wahlpflichtmodule im Umfang von 70 ECTS-Punkten (exkl. Modul Master-Thesis und Kolloquium)
6	**Form der Prüfung:** Hausarbeit (Master-Thesis) im Umfang von 15.000 bis 16.000 Wörtern und Kolloquium (Dauer ca. 45 Min.)
7	**Bewertungsmethoden:** benotet
8	**Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:** bestandene Modulprüfung (Master-Thesis) mit Kolloquium gem. § 8 PO)
9	**Bemerkungen:** Die Masterarbeit kann in deutscher oder in englischer Sprache angefertigt werden.