

Studienplan

MODUL	LEHRVERANSTALTUNG	ECTS
Strategisches Management & Entscheidungsfindung	Überblick Strategisches Management	3
	Strategische Entscheidungen & Spieltheorie	2
Leadership & Management	Leadership & Management Tools	2
	Führungskommunikation & interkulturelle Führung	2
Wissenschaftliches Schreiben & Arbeiten	Wissenschaftliches Schreiben & Arbeiten	2
	Exposé für die Masterarbeit	3
Strategische Analyse & Strategieentwicklung	Instrumente der strategischen Analyse	3
	Strategieplanung	2
	Strategieentwicklung & Geschäftsmodelle	2
Umsetzung & Kontrolle von Strategien	Controlling, Kostenplanung & Budgetierung	2
	Change Management	2
	Implementierung & Anwendung von Strategien inkl. Fallstudie	4
Strategische Handlungsfelder	Qualitäts- & Prozessmanagement	2
	Risiko- & Krisenmanagement	2
	Digital Business & Innovationsmanagement	2
2 aus 6 Spezialisierungen	Strategisches HR Management & Leadership	40
	Strategisches Marketingmanagement	
	Strategisches Financial Management	
	Strategisches Kunden- & Vertriebsmanagement	
	Strategisches Supply Chain Management	
	Strategisches Nachhaltigkeitsmanagement	
Master Thesis	Master Thesis	12
	Abschlussprüfung	3
GESAMT		90

ECTS = Credit Points gemäß European Credit Transfer System



Spezialisierungen

Der MBA Strategisches Management bietet einen Wahlpflichtbereich mit sechs Spezialisierungen. Sie wählen zwei Spezialisierungen im Umfang von je 20 ECTS, die mit einer praxisorientierten Case Study abschließen. Mit Ihrer Wahl vertiefen Sie Ihre Expertise in den jeweiligen Themengebieten und schärfen Ihr Profil für den Arbeitsmarkt.

WÄHLEN SIE ZWEI DER FOLGENDEN SPEZIALISIERUNGEN AUS:

1. Strategisches HR Management & Leadership

Nach Abschluss der Spezialisierung HR Management & Leadership sind die Absolvent/innen in der Lage, das HR Management aus strategischer Perspektive zu planen und zu steuern. Zudem können sie Veränderungen im HR Bereich managen und die Bedeutung von strategischem HR Management für den Unternehmenserfolg verstehen. Zentral dabei ist auch der Umgang mit neuen Einflüssen, wie Digital Leadership und New Work. Darüber hinaus können sie Employer Branding-Ansätze sowie Recruiting Strategien umsetzen und ein Talentmanagementsystem aufbauen.

2. Strategisches Marketingmanagement

Innerhalb der Spezialisierung Strategisches Marketingmanagement werden den Studierenden die Wirkungsprinzipien der modernen Marktforschung sowie der Produkt- und Preispolitik von Marken vermittelt, welche sie dann im Zusammenspiel mit den marktdynamischen Veränderungen reflektieren und steuern können. Ferner sind sie in der Lage, die Relevanz und Funktionalität des Marketings zu deuten und geeignete Strategien für den Unternehmenserfolg zu entwickeln. Zusätzlich erlangen sie fundierte Einblicke in die Konzepte des E-Mail und Social Media Marketings sowie in die Instrumente des Performance Marketings und Neuromarketings.

3. Strategisches Financial Management

In der Spezialisierung Strategisches Financial Management lernen die Studierenden, wie ein effizientes und risikobewusstes Finanzmanagement zur gewünschten Unternehmensstrategie beiträgt und wie sie Finanzkrisen erfolgreich entgegensteuern können. Darüber hinaus können sie – unter Berücksichtigung der Bestimmungen der Corporate Governance sowie der Besonderheiten des Agierens auf den Finanzmärkten – Analysetechniken sowie Portfoliomanagementtheorien anwenden und Finanzierungsstrategien im Zusammenhang mit Mergers & Acquisitions entwickeln. Zudem verstehen sie, wie Finanzinstrumente und die Digitalisierung zur Wertschöpfung und -steigerung eines Unternehmens beiträgt.



4. Strategisches Kunden- und Vertriebsmanagement

In der Spezialisierung Kunden- & Vertriebsmanagement lernen die Studierenden die idealtypischen Bedürfnisse, Erwartungen und Verhaltensweisen von Kund/innen im Kundenlebenszyklus kennen und können darauf abgestimmte Prozesse ableiten. Sie verstehen CRM als strategischen und operativen Ansatz der Unternehmensplanung und -steuerung und können ein erfolgreiches Kundenbeziehungsmanagement aufbauen. Sie kennen die Erfolgsfaktoren in Verkaufsgesprächen, können mit unterschiedlichen Verhandlungstypen umgehen und können interkulturelle Kundenorientierung etablieren.

5. Strategisches Supply Chain Management

Die Studierenden wissen nach Abschluss der Spezialisierung Strategisches Supply Chain Management, welchen Stellenwert Beschaffung, Lager und Kommissionierung in der Wertschöpfungskette einnehmen. Sie kennen deren Rahmenbedingungen und die Bedeutung der strategischen Produktionsplanung. Die Spezialisierung vermittelt die potenziellen Anwendungsgebiete und die Herausforderungen von Industrie 4.0, um den Handlungsbedarf auf strategischer Ebene aufzuzeigen. Die Studierenden sind in der Lage, Soll-Prozesse zu konzipieren, zu implementieren und zu verbessern, indem sie Schwachstellen erkennen und beheben.

6. Strategisches Nachhaltigkeitsmanagement

In der Spezialisierung Strategisches Nachhaltigkeitsmanagement wird den Studierenden ein Verständnis für Ethik, Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility vermittelt, um es in der Unternehmenspolitik etablieren zu können. Sie sind auch in der Lage, die Leitprinzipien und Handlungsfelder nachhaltiger Unternehmens- und Personalführung umzusetzen und ethische Überlegungen und Möglichkeiten in den Strategieprozess zu integrieren. Die Studierenden können nachhaltige Investmentstrategien sowie Logistikprozesse konzipieren und im Rahmen der Wertschöpfungskette identifizieren.

