

Beschreibung der Grundlagenmodule zum Studiengang Master of Business Administration (MBA)

M1 - Grundlagen der Betriebswirtschaft (Online)

- Allgemeine Betriebswirtschaftslehre
- Bilanz und Gewinn- & Verlustrechnung
- Kostenrechnung

M2 - Grundlagen der Volkswirtschaft (Online)

- Einführung in die Volkswirtschaftslehre
- Mikro- und Makroökonomie

M3 - Unternehmensfinanzierung

- Finanzierung und Finanzplanung
- Statische und Dynamische Investitionsrechnung
- Bedeutung von Private Equity und Venture Capital für Unternehmen
- Unternehmenskooperationen und -Akquisitionen

M4 - Controlling & Reporting

- Konzeption eines Budgeterstellungs- bzw. Planungszyklus
- Controlling für die Praxis der Unternehmenssteuerung
- Finanzplan, Gewinnplanung und Liquiditätsplanung
- Planbilanzen, Budgeted Balance Sheet
- Unternehmenskennzahlen

M5 - Marketing Management

- Strategisches Marketing
- Differenzierungs- und Positionierungsstrategien
- Marken-Management, Preisstrategien,
- Distributionsmanagement und Marketingkommunikation

M6 - Unternehmensethik

- Ethik und Gesellschaftskritik
- Ethik und Globalisierung
- Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility
- Ethisches Handeln und Wirtschaften

M7 - Personalmanagement & Organisation

- Human Resource Management als unternehmerische Kernfunktion
- Rollen von Human Resource Management und zentrale Handlungsfelder des Personalmanagements: Auswahl und Entwicklung der passenden Mitarbeiterinnen / Mitarbeiter
- Performance- und Personalbeurteilung

M8 - Führung & Motivation

- Motivation der Mitarbeiterinnen/Mitarbeiter, Engagement, Commitment
- Führungstheorien / Führungserfolg
- Funktionalität von Führungsstilen, Instrumente und kontempore Ansätze der Führung
- Kommunikation und Feedback
- Gruppenprozesse und Interaktionen

M9 - Strategisches Management

- Strategisches Management
- Prozess der Strategieentwicklung & strategische Erneuerung
- Globale Wettbewerbsdynamiken: Umfeld- und Branchenanalyse
- Kernkompetenzen & Gestaltung organisationaler Fähigkeiten
- Entwicklung und Verteidigung von Wettbewerbsvorteilen

M10 - Internationale Betriebswirtschaft

- Globalisierungstreiber und Internationalisierungsmotive
- Risiken und Herausforderungen internationaler Geschäftstätigkeit
- Interkulturelles Management
- Dynamik globaler Märkte / Internationalisierung der Wertschöpfungskette eines Unternehmens

M11 - Methoden der Sozial- & Wirtschaftswissenschaften

- Erfassung und Analyse von Daten
- Wahrscheinlichkeit und Schätzwerte
- Beschreibung von Zusammenhängen
- Qualitative Forschungsmethoden

M12 - Angewandte Mikroökonomik & das globale Unternehmen Umfeld

- Ökonomie und Management
- Management auf unterschiedlichen Märkten
- Wechselwirkung Gesamtwirtschaft und Unternehmen
- Globalisierung und Wirtschaftspolitik