

## Masterstudiengang Business Administration

### - Lehrveranstaltungen - \*

Titel der Veranstaltung		Inhalte in Stichpunkten
<b>Modul 1 Betriebliche Funktionen</b>	<b>Marketing</b>	Marketingorganisation, Marketingstrategie, Marktforschung, Produktpolitik, Preispolitik, Kommunikations- und Distributionspolitik, Besonderheiten des Dienstleistungsmarketing
	<b>Logistik- und Produktionsmanagement</b>	Logistik, Software-gestützte Optimierung, Produktionswirtschaft, Supply Chain Management, Produktions-Distributions-Simulationsspiel, Tourenplanung
<b>Modul 2 Business Environment</b>	<b>Economics</b>	Grundtatbestände, Wirtschaftsordnung, Volkswirtschaftliches Rechnungswesen, Konsum-, Produktions- und Preistheorie, Wettbewerbspolitik, Einkommens- und Beschäftigungstheorie, Konjunkturpolitik, Geldtheorie und -politik
	<b>Quantitative Methods</b>	Methoden der deskriptiven und induktiven Statistik: Data Management, Häufigkeiten, Lage- und Streuungsmaße, Zusammenhänge, Zeitreihenanalyse, Maß- und Indizeszahlen, Stichproben; Methoden der Primärforschung
	<b>Global Economics</b>	Central Banks and its influence on employment, output, pricelevel, exchange rates, decision making process, key macro economic models
<b>Modul 3 Unternehmensrechnung</b>	<b>Externes Rechnungswesen</b>	Rechnungslegung in Deutschland, Rechtsgrundlagen, handelsrechtliche Rechnungslegung, Ansatz- und Bewertungsvorschriften, IFRS und internationale Einschätzung der deutschen Rechnungslegung, Konzern-Rechnungslegung, Jahresabschluss-Analyse
	<b>Internes Rechnungswesen</b>	Aufgaben, Grundsätze und Prinzipien der Kostenrechnung, klassische Verfahren der Kosten- und Leistungsrechnung einschl. der Deckungsbeitragsrechnung, Vor- und Nachteile der Voll- und Teilkostenrechnungen, Ansätze für ein Kostenmanagement
<b>Modul 4 Betriebliche Prozesse</b>	<b>Projekt- u. Prozessmanagement</b>	Projektzieldefinition, Stakeholderanalyse, Projektorganisation, Projektplanung, Projekt-Controlling, Projektabschluss, Prozessorientierte Neuausrichtung des Unternehmens, prozessorientierte Organisationsgestaltung: Business Process Reengineering, Geschäftsprozessoptimierung, Prozesskompetenz
	<b>Qualitätsmanagement</b>	Qualität und Kundenorientierung, Prozessqualität, Unternehmensqualität (EFQM), Qualitätskosten, Führungskonzepte zur Schaffung von Qualitätsbewusstsein, Zertifizierungsverfahren, Total Quality Management, Six Sigma
	<b>Planspiel</b>	Integrierte Anwendung von Analysen, Planungen und Entscheidungen in den Bereichen: Marketing, Produktion und Beschaffung, Finanzen

\* Stand: März 2006 – Änderungen möglich

Titel der Veranstaltung		Inhalte in Stichpunkten
<b>Modul 5 Strategisches Management</b>	<b>Strategisches und Internationales Management</b>	Managementstrategien und -funktionen, Globalisierung, Standardisierung, Differenzierung, internationale Informationsbeschaffung, Risikoanalyse, Länderportfolios, Markteintrittsstrategien, Transaktionskostenansatz, Feasibility-Studien, Joint Ventures und Kooperationen. Konzepte strategischen Denkens und Handelns, Instrumente strategischen Managements, interkulturelle Aspekte. Problemanalysen und Lösungsansätze anhand von Fallstudien
	<b>Balanced Scorecard</b>	Entwicklung und Aufbau der BSC, Strategieentwicklung mit der BSC (Strategy Maps), Strategiefindung und -umsetzung, Kennzahlen, Entwicklungsprozess und -modelle einer BSC, Erfolgsfaktoren, Vergütungssysteme, Zielgewichtung und -bewertung, Software-Anforderungen, Praxisbeispiele
<b>Modul 6 Human Resource Management</b>	<b>Teambildung</b>	Teamprozesse, teamtheoretische Hintergründe, Verbesserung und Innovation, Ergebnisfindung, Lösungsansätze, Nutzung von Synergien
	<b>Change Management / International HRM</b>	Unternehmens- und Personalplanung, Personalmarketing, Mitarbeiterintegration, Arbeitsplatzanalyse, Entgeltsysteme, Personalführung, Arbeitnehmervertretungen, Restrukturierung, Personal-Controlling. Aufbau- und Ablauforganisation, Matrixorganisation, Führungsorganisation, Corporate Identity, Organisationskultur, Teamarbeit, virtuelle Organisation, Wissensmanagement
	<b>Führung (Leadership)</b>	Verständnis der Anforderungen an Führungsrollen, Erkennen der Problematik von Eigen- und Fremdwahrnehmung, Erkennen der Ursachen von Konflikten, ihrer Eskalationspotenziale und Fähigkeit, Konfliktlösungsgespräche zu strukturieren und zu führen. Erarbeitung von Stressverarbeitungsstrategien; Management, Führung und Leadership, persönliche Standortbestimmung, Konflikte in Organisationen und ihre Moderation, persönliche Konflikte in der Führungsrolle, Balancing persönlicher Ressourcen, Führung von Expertenteams
<b>Modul 7 Finanzwirtschaft und Controlling</b>	<b>Finanzwirtschaft</b>	Investitionsrechnung, Unternehmensbewertung, Cash Flow, traditionelle und innovative Formen der Außenfinanzierung, finanzwirtschaftliche Analysetechniken, Marktpreisrisiken, Cash Management, Finanzplanung
	<b>International Finance</b>	Lectures, Case Studies and Seminar Questions regarding following issues: Financial Control in MNC's, Financial Markets, Sources of Funds, Capital Investment Appraisals, Cost of Capital, Foreign Exchange Risk Management
	<b>Controlling</b>	Target Costing und Prozesskostenrechnung als moderne Formen der Kosten- und Leistungsrechnung, Controlling-Konzepte und -instrumente, integrierte Erfolgs-, Finanz- und Bilanzplanung, Gestaltungsaspekte von Management-Informationssystemen, praktische Anwendungen von Controlling-Software
<b>Modul 8 Wirtschafts- und Arbeitsrecht</b>	<b>Vertrags- und Gesellschaftsrecht</b>	Rechtsgeschäftslehre, Vertrag und Eigentum, allgemeine Geschäftsbedingungen, besondere Vertragstypen, Personengesellschaftsrecht, Kapitalgesellschaftsrecht, Konzernrecht
	<b>Arbeitsrecht</b>	Rechtsgrundlagen, Verhältnis von Individual- und Kollektivarbeitsrecht, Betriebsrat (Mitbestimmung, Zusammenarbeit, Arbeitsbefreiung), Versetzungen und Kündigungen, Einigungsstellen und Beschlussverfahren vor dem Arbeitsgericht. Tarifverträge und Betriebsvereinbarungen

Titel der Veranstaltung		Inhalte in Stichpunkten
<b>Modul 9 International Management (2 sind zu wählen)</b>	<b>Business Game „Markstrat“ (in Istanbul)</b>	Marketing operations in the global market place, marketing decisions, new markets, strategic planning and execution of the marketing mix in SMEs and multinationals, international distribution channel, price escalation, export/import activities
	<b>Business Development Project (Marseille)</b>	Kooperationsprojekt mit der Euromed Marseille: Entwicklung eines Businessplans für die Ansiedlung deutscher Unternehmen in der Provence
	<b>Restrukturierung von Unternehmen (in Warschau)</b>	Krisenmerkmale, Krisensymptome, Krisenverlauf, kurzfristige und strategische Krisen, Value Based Management, Sanierungsmaßnahmen, organisatorische Restrukturierungsbedingungen, personelle und kulturelle Aspekte
	<b>Cross Cultural Management (in Groningen)</b>	Cultural Elements, Culture's Impact on Management and Business Decisions, National Cultural Characteristics, Subcultures, Workforces, Culture Shock, Expatriate Employee Needs (participants from USA, Scotland, Netherlands and Germany)
<b>Modul 10 a International Marketing</b>	<b>Internationales Marketing-Management</b>	Globale Märkte, Internationalisierung, internationale Informationsbeschaffung, internationale Markt- und Risikoanalysen, Besonderheiten internationaler Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Distributionsstrategien
	<b>Brand Management</b>	Understanding of branding, framework, brand identity and image, brand positioning, innovations management, market research for brands, agency integration, media management, examples of international companies, future of brands, future of communication
<b>Modul 10b International Trade</b>	<b>Supply Chain Management</b>	Goals and design of supply chain management, collaborative planning, forecasting and replenishment, international process controlling, procurement sourcing, process sourcing, global sourcing, distribution logistics, hub-and-spoke, continuous replenishment, ECR, vendor managed inventory, supply chain collaboration
	<b>Internationales Wirtschaftsrecht</b>	WTO und GATT, Rechtsvergleiche und Internationales Vertragsrecht, Richtlinien und Gebräuche, standardisierte Liefer- und Zahlungsbedingungen, Incoterms Garantien, Schiedsverfahrensregeln, Risikomanagement im Auslandsgeschäft
<b>Modul 10 c Führungs- herausforderungen</b>	<b>Innovationsmanagement und Kreativitätstechniken</b>	Grundlagen und Methoden systematischen Innovationsmanagements, Vermittlung einer praxisorientierten Betrachtungsweise, Übung von Kreativitätstechniken, Merkmale erfolgreicher Innovatoren, insbesondere die Bedeutung der Markt- und Kundenorientierung; notwendige Rahmenbedingungen für Innovation, Ideengenerierung im Innovationsprozess, Identifikation von Innovationshindernissen / Bewältigungsstrategien; Übungen zu Kreativitätstechniken; Beispiele für den Einsatz von Szenario-Analysen bzw. Methoden der prospektiven Technikbewertung; Bearbeitung von case studies
	<b>Business Ethics</b>	Driving forces of corporate ethics, economics and levels of ethics, ethics of and on markets, ethical dilemmas and their analytical structure, values management systems, strategic and operational management of business ethics