

**Fachprüfungsordnung für den weiterbildenden MBA–Studiengang „General Management“  
des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften der Universität Kassel vom 12. Dezember 2012**

**Inhalt**

- § 1 Geltungsbereich
- § 2 Mastergrad
- § 3 Regelstudienzeit und Credits, Studienbeginn
- § 4 Prüfungsausschuss
- § 5 Prüfungsleistungen, Modulprüfungen, Wiederholungen
- § 6 Zulassungsvoraussetzungen zum Masterstudium
- § 7 Prüfungsteile der Masterprüfung
- § 8 Masterarbeit und Masterkolloquium
- § 9 Bewertung von Prüfungsleistungen und Gewichtung
- § 10 In-Kraft-Treten

**Anlagen**

## **§ 1 Geltungsbereich**

Die Fachprüfungsordnung des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften für den weiterbildenden MBA-Studiengang General Management ergänzt die Allgemeinen Bestimmungen für Fachprüfungsordnungen mit den Abschlüssen Bachelor und Master (AB Bachelor/Master) der Universität Kassel in der jeweils geltenden Fassung.

## **§ 2 Mastergrad**

- (1) Aufgrund der bestandenen Masterprüfung verleiht der Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Universität Kassel den akademischen Grad „Master of Business Administration“ (MBA).
- (2) Der MBA-Studiengang General Management ist vom Profiltyp als weiterbildender Studiengang konzipiert. Näheres ergibt sich aus dem Diploma-Supplement.

## **§ 3 Regelstudienzeit und Credits, Studienbeginn**

- (1) Der Studiengang ist berufsbegleitend konzipiert. Die Regelstudienzeit beträgt einschließlich der Zeit für die Masterarbeit fünf Semester.
- (2) Für den erfolgreich abgeschlossenen Masterstudiengang werden insgesamt 90 Credits vergeben, davon 15 Credits für die Masterarbeit und 3 Credits für das bestandene Masterkolloquium.
- (3) Das Masterstudium beginnt jeweils zum Wintersemester.

## **§ 4 Prüfungsausschuss**

- (1) Die für Entscheidungen in Prüfungsangelegenheiten zuständige Stelle ist der Masterprüfungsausschuss MBA – General Management.
- (2) Dem Prüfungsausschuss gehören an:
  - a) drei Professorinnen oder Professoren des Studiengangs Masterstudienganges MBA – General Management
  - b) eine wissenschaftliche Mitarbeiterin oder ein wissenschaftlicher Mitarbeiter des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften
  - c) ein studentisches Mitglied des Masterstudienganges MBA – General Management.
- (3) Die Mitglieder des Prüfungsausschusses haben das Recht, bei den Prüfungen anwesend zu sein.

## **§ 5 Prüfungsleistungen, Modulprüfungen, Wiederholungen**

(1) Als Modul- und Modulteilprüfungsleistungen kommen in Frage

- Klausur (mindestens 15 Minuten je Credit),
- mündliche Prüfung (20 bis 30 Minuten),
- schriftliche Hausarbeit,
- Referat (Vortrag auf der Basis schriftlicher Ausarbeitungen),
- Praktikumsbericht.

Näheres regelt der Studien- und Prüfungsplan.

(2) Die Modulprüfungen können auch aus mehreren Teilprüfungen bestehen.

(3) Die Modulprüfung ist bestanden, wenn alle Modulteilprüfungsleistungen mit mindestens „ausreichend“ bewertet werden.

(4) Nicht bestandene Modulprüfungen können zweimal wiederholt werden. Eine Wiederholung bestandener Modulprüfungen ist nicht zulässig.

(5) Besteht eine Modulprüfung aus mehreren Modulteilprüfungsleistungen, so können die mit „nicht ausreichend“ bewerteten Teilprüfungsleistungen zweimal wiederholt werden. Eine Wiederholung bestandener Teilprüfungsleistungen ist nicht zulässig. Ist eine Modulteilprüfungsleistung endgültig nicht bestanden, so ist auch die Modulprüfung endgültig nicht bestanden.

(6) Modulprüfungsleistungen werden in deutscher oder im Einvernehmen mit den Prüfern bzw. den Prüferinnen in einer anderen Sprache erbracht.

## **§ 6 Zulassungsvoraussetzungen zum Masterstudium**

(1) Zum Masterstudium kann nur zugelassen werden, wer:

1. einen ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschluss sowie
2. Studienleistungen im Umfang von 210 Credits und
3. mindestens 1 Jahr Berufserfahrung nach dem ersten Hochschulabschluss außerhalb der Hochschule vorweisen kann.

(2) Das Vorliegen der Voraussetzungen gem. Abs. 1 wird in der Regel aufgrund der schriftlichen Bewerbungsunterlagen (Abschluss- und Arbeitszeugnis) festgestellt. Im Zweifelsfall kann der Prüfungsausschuss Auswahlgespräche von ca. 30 Minuten Dauer durchführen.

(3) Fehlen der Bewerberin oder dem Bewerber Voraussetzungen für die Zulassung zum MBA-Studium, nach Abs. 1 Nr. 2, kann der Prüfungsausschuss die Zulassung unter der Auflage aussprechen, dass bis zur Anmeldung der Masterarbeit die fehlenden Leistungen im Umfang von maximal 30 Credits nachgewiesen werden. Art und Umfang der zu erbringenden Leistungen beziehen sich je nach individueller Voraussetzung des/der Bewerber/in auf das erfolgreiche Absolvieren bestimmter Bachelor oder Master-Module und werden im Einzelfall vom Prüfungsausschuss festgelegt.

(4) Zum Nachweis der Voraussetzungen für die Zulassung zum Masterstudium können auch außerhochschulisch erbrachte Leistungen mit Bezug zu den Inhalten des Studiengangs zur Anrechnung gebracht werden. Dabei finden Nachweise von einschlägigen Weiterbildungsaktivitäten sowie testierte Projekterfahrungen der Bewerber (z. B. in Arbeitszeugnissen) eine besondere Berücksichtigung. Hierzu wird überprüft, ob eine Gleichwertigkeit dieser außerhochschulisch erworbenen Leistungen und deren Lernergebnisse mit den für das erfolgreiche Absolvieren des Studiengangs relevanten methodischen und fachspezifischen Grundlagen und Kompetenzen, wie sie üblicherweise in einem Hochschulstudium erbracht werden, gegeben ist. Soweit diese Leistungen nicht bereits in Form von Credits bewertet sind, erfolgt eine Berechnung von Credits auf der Basis des für den Erwerb der Qualifikationen notwendigen Workloads bei qualitativer Adäquanz der in der Praxis erworbenen Inhalte mit den typischerweise im Hochschulstudium vermittelten Kenntnissen. Dabei wird pro 30 Stunden Workload ein Credit vergeben.

### § 7 Prüfungsteile der Masterprüfung

(1) Folgende Module sind für die Masterprüfung zu erbringen:

Nr.	Modul	ECTS
1	Strategie und Organisation	6
2	Marketing und Vertriebsmanagement	6
3	Accounting	6
4	International Finance	6
5	Kostenrechnung und Controlling	6
6	Personal- und Change-Management	6
7	Informations- und Prozessmanagement	6
8	Innovationsmanagement	6
9	Supply Chain Management	6
10	Nachhaltigkeitsmanagement	6
11	Ideenwerkstatt	6
12	Schlüsselqualifikationen	6
13	Masterarbeit (inkl. Master-Kolloquium)	18

(2) Für die Masterarbeit gemäß § 8 werden 15 Credits, für das dazugehörige Masterkolloquium zur Präsentation und Verteidigung werden 3 Credits vergeben.

## **§ 8 Masterarbeit und Masterkolloquium**

- (1) Zur Masterarbeit kann nur zugelassen werden, wer die Prüfungen zu den Modulen 1 bis 12 gemäß § 7 Abs. (1) erfolgreich absolviert hat.
- (2) Das Thema der Masterarbeit kann von jedem Professor oder jeder Professorin des MBA General Management ausgegeben werden. Die Kandidatin oder der Kandidat kann für das Thema Vorschläge machen.
- (3) Mit der Ausgabe des Themas der Masterarbeit werden ein erster Prüfer (Erstbetreuer) oder eine erste Prüferin (Erstbetreuerin) und ein zweiter Prüfer oder eine zweite Prüferin durch den Prüfungsausschuss bestellt. Einer der beiden Prüfer oder Prüferinnen muss Mitglied im Fachbereich Wirtschaftswissenschaften sein.
- (4) Die Bearbeitungszeit der Masterarbeit beträgt 30 Wochen und beginnt mit dem Tag der Bekanntgabe des Themas. Das Thema der Masterarbeit darf nur einmal und nur innerhalb der ersten sechs Wochen zurückgegeben werden. Die Masterarbeit wird berufs begleitend erstellt.
- (5) Die Masterarbeit wird in deutscher oder im Einvernehmen mit den Prüfern bzw. den Prüferinnen in einer anderen Sprache erbracht.
- (6) Kann der erste Abgabetermin aus Gründen, die die Kandidatin oder der Kandidat nicht zu vertreten hat, nicht eingehalten werden, so kann die Abgabefrist auf Antrag an den Prüfungsausschuss um die Zeit der Verhinderung, längstens jedoch um 6 Wochen verlängert werden.
- (7) Die Masterarbeit ist fristgerecht in drei gebundenen schriftlichen Exemplaren sowie in elektronischer Form auf einem Datenträger gespeichert beim Prüfungsausschuss abzugeben.
- (8) Die Masterarbeit ist im Rahmen des Masterkolloquiums vorzustellen. An dem Kolloquium nehmen außer der Kandidatin oder dem Kandidaten der Erstgutachter und ein Beisitzer teil. Das Masterkolloquium soll spätestens zehn Wochen nach Abgabe der Masterarbeit erfolgen. Die Teilnahme am Masterkolloquium setzt voraus, dass in der Masterarbeit mindestens die Note „ausreichend“ erzielt wurde. Die Dauer beträgt für das gesamte Kolloquium 30 bis maximal 60 Minuten.
- (9) Um die Masterprüfung zu bestehen, müssen Masterarbeit und Masterkolloquium jeweils mindestens mit „ausreichend“ bewertet worden sein.
- (10) Ein nicht mindestens mit „ausreichend“ bewertetes Masterkolloquium kann einmal wiederholt werden. Bei der Wiederholung des Kolloquiums muss auch der Zweitprüfer anwesend sein.

## **§ 9 Bewertung von Prüfungsleistungen und Gewichtung**

- (1) Die Gesamtnote der Masterprüfung errechnet sich aus den entsprechend ihrer Credits gewichteten arithmetischen Mitteln der Modulnoten gemäß § 7.
- (2) Für die Berechnung der Note des Moduls „Masterarbeit (inkl. Master-Kolloquium)“ wird die Note der Masterarbeit mit dem Gewicht 5/6 und die Note des Kolloquiums mit dem Gewicht 1/6 gewichtet.

**§ 10 In-Kraft-Treten**

Diese Prüfungsordnung tritt am Tag nach ihrer Veröffentlichung im Mitteilungsblatt der Universität Kassel in Kraft.

Kassel, den 16. Januar 2014

Der Dekan des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften  
Prof. Dr. Ralf Wagner

## Anlage 1:

<b>Masterarbeit und Kolloquium</b>			<b>18 ECTS</b>	<b>5. Sem.</b>
<b>Modul Schlüsselqualifikationen</b> Themen: Interkulturalität und Komplexitätsmanagement Leitung: Prof. Dr. Lackner (6 ECTS)	<b>Modul Ideenwerkstatt</b> Leitung: Prof. Dr. Leimeister (6 ECTS)	<b>Informations- und Prozessmanagement</b> Leitung: Prof. Dr. Leimeister (6 ECTS)	<b>18 ECTS</b>	<b>4. Sem.</b>
<b>Modul Supply Chain Management</b> Leitung: Prof. Dr. Seuring (6 ECTS)	<b>Modul Innovationsmanagement</b> Leitung: Prof. Dr. Leimeister (6 ECTS)	<b>Modul Nachhaltigkeitsmanagement</b> Leitung: Prof. Dr. Hahn (6 ECTS)	<b>18 ECTS</b>	<b>3. Sem.</b>
<b>Modul Kostenrechnung und Controlling</b> Leitung: N.N. Neubesetzung (6 ECTS)	<b>Modul: Personal- und Change- Management</b> Leitung: Prof. Dr. Eberl (6 ECTS)	<b>Modul: International Finance</b> Leitung: Prof. Dr. Klein (6 ECTS)	<b>18 ECTS</b>	<b>2. Sem.</b>
<b>Modul: Strategie und Organisation</b> Leitung: Prof. Dr. Eberl (6 ECTS)	<b>Modul Marketing und Vertriebsmanagement</b> Leitung: Prof. Dr. Mann (6 ECTS)	<b>Modul: Accounting</b> Leitung: Dr. Motzko (6 ECTS)	<b>18 ECTS</b>	<b>1. Sem.</b>
			<b>90 ECTS</b>	

## Anlage 2:

**Studien- und Prüfungsplan für den MBA-General Management des Fachbereichs  
Wirtschaftswissenschaften der Universität Kassel**

<b>Modulname</b>	<b>Strategie und Organisation</b>
<b>Art des Moduls</b>	Pflichtmodul
<b>Lernergebnisse, Kompetenzen, Qualifikationsziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden können die Grundperspektiven und die Bedeutung des strategischen Managements nachvollziehen</li> <li>• Sie kennen die grundlegenden Methoden des strategischen Managements</li> <li>• Sie können die Effizienzbedingungen von alternativen Organisationsformen einschätzen</li> <li>• Sie sind in der Lage den Zusammenhang zwischen formaler Organisationsgestaltung und informalen Organisation zu verstehen</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungsarten</b>	Seminare mit Online-Betreuung, Tutorien und Übungen
<b>Voraussetzungen für Teilnahme am Modul</b>	Immatrikulation im MBA - General Management
<b>Studentischer Arbeitsaufwand</b>	180 Stunden, davon 30 Stunden als Kontaktstudium (20 Präsenz- + 10 Online-Studium) und 150 Stunden als Selbststudium
<b>Studienleistungen</b>	keine
<b>Voraussetzung für Zulassung zur Prüfungsleistung</b>	Absolvieren des Modules
<b>Prüfungsleistung</b>	schriftliche Ausarbeitung (Hausarbeit) ca. 15 Seiten
<b>Anzahl Credits für das Modul</b>	6 ECTS



<b>Modulname</b>	<b>Accounting</b>
<b>Art des Moduls</b>	Pflichtmodul
<b>Lernergebnisse, Kompetenzen, Qualifikationsziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden besitzen solide Kenntnisse handelsrechtlicher und international anerkannter Bilanzierungsvorschriften.</li> <li>• Sie können komplexe Bilanzierungsprobleme systematisch richtig einordnen und Bilanzpositionen rechnerisch eigenständig entwickeln.</li> <li>• Sie können Jahresabschlüsse beurteilen und analytisch auswerten.</li> <li>• Sie können fundierte Urteile über die Wirkung und Zweckerfüllung bilanzrechtlicher Normen (HGB, IFRS) abgeben.</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungsarten</b>	Seminare mit Online-Betreuung, Tutorien und Übungen
<b>Voraussetzungen für Teilnahme am Modul</b>	Immatrikulation im MBA – General Management
<b>Studentischer Arbeitsaufwand</b>	180 Stunden, davon 30 Stunden als Kontaktstudium (20 Präsenz- + 10 Online-Studium) und 150 Stunden als Selbststudium
<b>Studienleistungen</b>	keine
<b>Voraussetzung für Zulassung zur Prüfungsleistung</b>	Absolvieren des Modules
<b>Prüfungsleistung</b>	schriftliche Ausarbeitung (Hausarbeit) ca. 15 Seiten oder Klausur (90 Minuten)
<b>Anzahl Credits für das Modul</b>	6 ECTS

<b>Modulname</b>	<b>Marketing und Vertriebsmanagement</b>
<b>Art des Moduls</b>	Pflichtmodul
<b>Lernergebnisse, Kompetenzen, Qualifikationsziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden sollen Verständnis für das Marketing und Einblick in alle Gebiete des Marketing-Management erlangen, um fundierte marktorientierte Entscheidungen im Unternehmen treffen zu können. Außerdem verfügen die Studierenden über grundlegende methodische und konzeptionelle Kenntnisse für den Aufbau eines Marketing-Konzepts. Dabei sollen insbesondere die relevanten Entscheidungsbereiche der Vertriebs- und Verkaufspolitik behandelt werden.</li> <li>• Die Studierenden</li> <li>• kennen die Philosophie des Marketing als Konzept marktorientierter Unternehmensführung,</li> <li>• haben fundierte Kenntnisse über den Aufbau eines integrierten Marketingkonzepts,</li> <li>• kennen die Zusammenhänge verschiedener strategischer und operativer Marketing-Entscheidungen,</li> <li>• sind in der Lage, Marketingkonzepte zu beurteilen</li> <li>• kenne die wichtigsten Aufgaben, Bereiche und Instrumente der Marktforschung</li> <li>• sind mit den wesentlichen strategischen und operativen Entscheidungsbereichen des Marketing-Mix vertraut,</li> <li>• besitzen einen vertiefenden Einblick in die wichtigsten Entscheidungsbereiche des Vertriebsmanagements</li> <li>• kennen die theoretischen und konzeptionellen Grundlagen der Gestaltung von Verkaufsprozessen</li> </ul> <p>können die Anforderungen und Handlungsmöglichkeiten für einen effizienten und effektiven Ressourceneinsatz im Vertrieb beurteilen und gestalten</p>
<b>Lehrveranstaltungsarten</b>	Seminare mit Online-Betreuung, Tutorien und Übungen
<b>Voraussetzungen für Teilnahme am Modul</b>	Immatrikulation im MBA - General Management
<b>Studentischer Arbeitsaufwand</b>	180 Stunden, davon 30 Stunden als Kontaktstudium (20 Präsenz- + 10 Online-Studium) und 150 Stunden als Selbststudium
<b>Studienleistungen</b>	keine
<b>Voraussetzung für Zulassung zur Prüfungsleistung</b>	Absolvieren des Modules
<b>Prüfungsleistung</b>	schriftliche Ausarbeitung (Hausarbeit) ca. 15 Seiten oder Klausur (90 Minuten)
<b>Anzahl Credits für das Modul</b>	6 ECTS

<b>Modulname</b>	<b>Kostenrechnung und Controlling</b>
<b>Art des Moduls</b>	Pflichtmodul
<b>Lernergebnisse, Kompetenzen, Qualifikationsziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden unterscheiden Rechenzwecke, Rechenziele und Rechengrößen der Finanzbuchhaltung und der Kosten- und Erlösrechnung.</li> <li>• Sie kennen den allgemeinen Aufbau und die konstitutiven Kostenkategorien von Voll- und Teilkostenrechnungs-systemen und unterscheiden sie entsprechend den zugrunde liegenden Kostenzurechnungsprinzipien.</li> <li>• Sie ermitteln die wesentlichen Kostenarten im Rahmen einer Istkostenrechnung und begründen deren Ansatz aus den spezifischen Rechnungszwecken der Kosten- und Erlösrechnung.</li> <li>• Sie führen Betriebsabrechnungen und kurzfristige Erfolgsrechnungen auf Basis einer Vollkostenrechnung und einer Grenzplankostenrechnung durch.</li> <li>• Sie analysieren die Unterschiede in den Vorgehensweisen der beiden Kostenrechnungssysteme und beurteilen die Eignung der Systeme für das operative Erfolgscontrolling.</li> <li>• Sie beherrschen die Standardverfahren der Kostenplanung und -kontrolle.</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungsarten</b>	Seminare mit Online-Betreuung, Tutorien und Übungen
<b>Voraussetzungen für Teilnahme am Modul</b>	Immatrikulation im MBA - General Management
<b>Studentischer Arbeitsaufwand</b>	180 Stunden, davon 30 Stunden als Kontaktstudium (20 Präsenz- + 10 Online-Studium) und 150 Stunden als Selbststudium
<b>Studienleistungen</b>	keine
<b>Voraussetzung für Zulassung zur Prüfungsleistung</b>	Absolvieren des Modules
<b>Prüfungsleistung</b>	schriftliche Ausarbeitung (Hausarbeit) ca. 15 Seiten oder Klausur (90 Minuten)
<b>Anzahl Credits für das Modul</b>	6 ECTS

<b>Modulname</b>	<b>Personal- und Change-Management</b>
<b>Art des Moduls</b>	Pflichtmodul
<b>Lernergebnisse, Kompetenzen, Qualifikationsziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden kennen die wesentlichen managementbezogenen Aufgabenfelder von Personalabteilungen.</li> <li>• Sie erwerben fundierte Kenntnisse zu einzelnen Personalinstrumenten und können deren Vor- und Nachteile kritisch reflektieren.</li> <li>• Sie kennen die verschiedenen Change-Managementansätze und können diese situationsspezifisch kritisch hinterfragen.</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungsarten</b>	Seminare mit Online-Betreuung, Tutorien und Übungen
<b>Voraussetzungen für Teilnahme am Modul</b>	Immatrikulation im MBA - General Management
<b>Studentischer Arbeitsaufwand</b>	180 Stunden, davon 40 Stunden als Kontaktstudium (30 Präsenz- + 10 Online-Studium) und 140 Stunden als Selbststudium
<b>Studienleistungen</b>	keine
<b>Voraussetzung für Zulassung zur Prüfungsleistung</b>	Absolvieren des Modules
<b>Prüfungsleistung</b>	schriftliche Ausarbeitung (Hausarbeit) ca. 15 Seiten
<b>Anzahl Credits für das Modul</b>	6 ECTS

<b>Modulname</b>	<b>International Finance</b>
<b>Art des Moduls</b>	Pflichtmodul
<b>Lernergebnisse, Kompetenzen, Qualifikationsziele</b>	Die Studierenden werden lernen, globale Finanzmärkte zu verstehen, Finanzmarktrisiken zu erkennen und diese durch Einsatz geeigneter Instrumente zu begrenzen bzw. auszuschalten
<b>Lehrveranstaltungsarten</b>	Seminare mit Online-Betreuung, Tutorien und Übungen
<b>Voraussetzungen für Teilnahme am Modul</b>	Immatrikulation im MBA - General Management
<b>Studentischer Arbeitsaufwand</b>	180 Stunden, davon 30 Stunden als Kontaktstudium (20 Präsenz- + 10 Online-Studium) und 150 Stunden als Selbststudium
<b>Studienleistungen</b>	keine
<b>Voraussetzung für Zulassung zur Prüfungsleistung</b>	Absolvieren des Modules
<b>Prüfungsleistung</b>	schriftliche Ausarbeitung (Hausarbeit) ca. 15 Seiten oder Klausur (90 Minuten)
<b>Anzahl Credits für das Modul</b>	6 ECTS

<b>Modulname</b>	<b>Supply Chain Management</b>
<b>Art des Moduls</b>	Pflichtmodul
<b>Lernergebnisse, Kompetenzen, Qualifikationsziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Studenten sind in der Lage: die Bedeutung von Wertschöpfungsketten zu beschreiben Wertschöpfungsketten bezüglich ihrer Prozesse und Informationsflüsse zu analysieren</li> <li>• Studenten kennen: Grundlagen des Beschaffungs-, Produktions- und Logistikmanagements</li> <li>• Studenten können: Instrumente des Supply Chain Controlling benennen und ihre Relevanz aufzeigen, wissen um die Bedeutung von Nachhaltigkeitsfragen in Wertschöpfungsketten</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungsarten</b>	Seminare mit Online-Betreuung, Tutorien und Übungen
<b>Voraussetzungen für Teilnahme am Modul</b>	Immatrikulation im MBA - General Management
<b>Studentischer Arbeitsaufwand</b>	180 Stunden, davon 30 Stunden als Kontaktstudium (20 Präsenz- + 10 Online-Studium) und 150 Stunden als Selbststudium
<b>Studienleistungen</b>	keine
<b>Voraussetzung für Zulassung zur Prüfungsleistung</b>	Absolvieren des Modules
<b>Prüfungsleistung</b>	schriftliche Ausarbeitung (Hausarbeit) ca. 15 Seiten oder Klausur (90 Minuten)
<b>Anzahl Credits für das Modul</b>	6 ECTS

<b>Modulname</b>	<b>Nachhaltigkeitsmanagement</b>
<b>Art des Moduls</b>	Pflichtmodul
<b>Lernergebnisse, Kompetenzen, Qualifikationsziele</b>	<p>Das Modul gestaltet sich nach dem Prinzip des aktiven und reflexiven Lernens. Der relevante Stoff im Bereich des Nachhaltigkeitsmanagement wird durch Kombination von eigenständiger Erarbeitung von Texten mit Vertiefungen im Rahmen von Präsenz- und Onlinephasen vermittelt. Leitprinzip ist eine ausgeprägte Praxisorientierung z.B. durch Arbeiten mit empirischen Fallstudien oder Unternehmenssimulationen. In Verknüpfung mit den eigenständigen Beiträgen der Studierenden haben die Teilnehmer so neben der inhaltlichen Qualifikation zugleich Gelegenheit, relevante Schlüsselqualifikationen zu vertiefen.</p> <p>In Bezug auf das Thema Nachhaltigkeitsmanagement können die Teilnehmer anschließend ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ... die wichtigsten Konzepte und Elemente Nachhaltiger Unternehmensführung erörtern.</li> <li>• ... Akteure Nachhaltiger Entwicklung und deren Einfluss auf unternehmerisches Nachhaltigkeitsmanagement erläutern.</li> <li>• ... operative und strategische Entscheidungssituationen im Nachhaltigkeitsmanagement bewältigen.</li> <li>• ... ausgewählte Instrumente und Methoden des Nachhaltigkeitsmanagement anwenden.</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungsarten</b>	Seminare mit Online-Betreuung, Tutorien und Übungen
<b>Voraussetzungen für Teilnahme am Modul</b>	Immatrikulation im MBA – General Management
<b>Studentischer Arbeitsaufwand</b>	180 Stunden, davon 30 Stunden als Kontaktstudium (20 Präsenz- + 10 Online-Studium) und 150 Stunden als Selbststudium
<b>Studienleistungen</b>	keine
<b>Voraussetzung für Zulassung zur Prüfungsleistung</b>	Absolvieren des Modules
<b>Prüfungsleistung</b>	schriftliche Ausarbeitung (Hausarbeit) ca. 15 Seiten
<b>Anzahl Credits für das Modul</b>	6 ECTS

Modulname	Innovationsmanagement
Art des Moduls	Pflichtmodul
Lernergebnisse, Kompetenzen, Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Grundlagen:</b></li> <li>• Der Grundlagenteil zum Modul Innovationsmanagement behandelt die elementaren Aspekte des Managements von Innovationen in Unternehmen sowie die Grundlagen zum Thema Innovation. Nach erfolgreicher Teilnahme an der Vertiefung kennen bzw. wissen die Teilnehmer: <ul style="list-style-type: none"> <li>• die relevanten Termonologien zum Begriff Innovation und Innovationsmanagement;</li> <li>• wie sich Innovationen verbreiten und durchsetzen;</li> <li>• den Innovationsprozess in Unternehmen, von der Ideenentwicklung bis zur Markteinführung einer Innovation;</li> <li>• welche Managementaufgaben auf den einzelnen Stufen des Innovationsprozesses für das Unternehmen anfallen und wie diese umgesetzt werden</li> <li>• die Besonderheiten von Innovationen in Dienstleistungsunternehmen</li> <li>• wie Dienstleistungsinnovationen generiert werden</li> <li>• warum Kunden in den Innovationsprozess integriert werden sollten</li> <li>• wie Kunden in den Innovationsprozess integriert werden können</li> <li>• wie Innovationen im Rahmen des Innovationsmanagements in Unternehmen durch ein systematisches Controlling kontrolliert und bewertet werden</li> </ul> </li> <li>• <b>Vertiefung IT &amp; Innovation:</b></li> <li>• Dass Informationstechnologien und Innovationen für sich genommen für Unternehmen wichtige Erfolgsfaktoren darstellen, gilt als unbestritten. Aber auch im Zusammenspiel haben beide Aspekte eine hohe Relevanz für Unternehmen, und zwar in zweierlei Hinsicht: <ul style="list-style-type: none"> <li>• So ergibt sich einerseits im Zusammenwirken von Informationstechnologien und Innovation der Aspekt der <b>IT-basierten Innovationen</b>. IT-Innovationen unterstützen und erleichtern den Unternehmensalltag auf vielfältige Weise. So stellt der mit RFID-Chips ausgestattete Mitarbeiterausweis, der beispielsweise zur automatischen Arbeitszeiterfassung genutzt werden kann, ebenso eine IT-basierte Innovation für Unternehmen dar, wie das alle Unternehmensbereiche umfassende ERP-System. IT-basierte Innovationen im Unternehmensalltag werfen beispielsweise Fragestellungen auf, die nach der Akzeptanz solcher IT-Innovationen bei der Belegschaft oder nach der systematischen Einführung in den Unternehmensalltag, dem so genannten Techno-Change-Management, fragen.</li> <li>• Im Zusammenspiel der Aspekte Informationstechnologie und Innovation ergibt sich zum anderen der Themenbereich der <b>IT-Unterstützung für das Innovationsmanagement</b>. Als bestes Beispiel hierfür gilt das Open Innovation, worunter die aktive Integration von Kunden und anderen Wertschöpfungspartnern in</li> </ul> </li> </ul>



	<p>die Innovationsaktivitäten von Unternehmen verstanden wird. Bei der IT-Unterstützung der aktiven Kundenintegration geht es dabei um Fragen, wie die Interaktionsprozesse zwischen Unternehmen und Kunden sowie anderen Stakeholdern durch IT automatisiert und/oder unterstützt werden können oder wie Unternehmen und Stakeholder miteinander durch IT vernetzt werden können, um schnelle Informations- und Kommunikationskanäle zwischen Unternehmen und einer Vielzahl von Kunden sowie Stakeholdern bereitzustellen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Vertiefung setzt sich mit diesen Aspekten auseinander. Nach erfolgreicher Teilnahme an dieser Veranstaltung können die Teilnehmer:</li> <li>• ...den Unterschied sowie die Relevanz der Aspekte IT-Innovationen und IT-Unterstützung des Innovationsmanagements darstellen;</li> <li>• ...Beispiele für Unternehmensrelevante IT-Innovationen benennen;</li> <li>• ...die wichtigsten Aspekte der Einführung von IT-Innovationen in Unternehmen erläutern;</li> <li>• ...darlegen, wie Informationstechnologien das Innovationsmanagement von Unternehmen unterstützen;</li> <li>• ...erklären, welche Relevanz Informationstechnologien für das Open Innovation haben;</li> </ul> <p>...die Grundlagen des IT-basierten Open Innovation benennen</p>
<b>Lehrveranstaltungsarten</b>	Seminare mit Online-Betreuung, Tutorien und Übungen
<b>Voraussetzungen für Teilnahme am Modul</b>	Immatrikulation im MBA - General Management
<b>Studentischer Arbeitsaufwand</b>	180 Stunden, davon 30 Stunden als Kontaktstudium (20 Präsenz- + 10 Online-Studium) und 150 Stunden als Selbststudium
<b>Studienleistungen</b>	keine
<b>Voraussetzung für Zulassung zur Prüfungsleistung</b>	Absolvieren des Modules
<b>Prüfungsleistung</b>	schriftliche Ausarbeitung (Hausarbeit) ca. 15 Seiten oder Klausur (90 Minuten)
<b>Anzahl Credits für das Modul</b>	6 ECTS

<b>Modulname</b>	<b>Informations- und Prozessmanagement</b>
<b>Art des Moduls</b>	Pflichtmodul
<b>Lernergebnisse, Kompetenzen, Qualifikationsziele</b>	<p>Dieses Modul behandelt die Grundlagen des Informations- und Prozessmanagements in Unternehmen. Nach erfolgreicher Teilnahme kennen bzw. wissen die Teilnehmer:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagenverständnis von Information Management sowie die Kenntnis von unterschiedlichen Verständnissen des Begriffs "Information".</li> <li>• Objekte und Funktionen des Information Management sind bekannt und Aufgaben von Informationen können erläutert werden und Methoden zur Zielerreichung von Aufgaben des Information Managements können beschrieben, angewendet sowie bewertet werden.</li> <li>• Informationssysteme, Prozesse und Managementfunktionen sind bekannt und Modelle und Methoden verstanden, und die Auswirkungen des Anwendungs-Lebenszyklusmodell und der Einfluss von Entscheidungsbezogenen Systemen zu Informationssystemen sind bekannt.</li> <li>• Objekte und Prozesse der Informations- und Kommunikationstechnologie, technologische Trends sowie deren Konsequenzen sind bekannt und können bewertet werden.</li> <li>• Einflussfaktoren des Information Management auf Unternehmen und deren Geschäftsstrategien, Modellen sowie Ansätze um Informationssysteme an der Geschäftsstrategie können identifiziert und angepasst werden.</li> <li>• Grundlagen von IT-Governance und IT Governance Frameworks sind bekannt</li> <li>• Die Definition von IT-Sourcing sowie Gründe für das IT-Outsourcing sind verstanden. Außerdem sind die Grundlagen des Outsourcing-Managements, die Auswirkungen von Outsourcing und Gründe für das IT-Sourcing bekannt und können eingeordnet werden.</li> <li>• Einfluss von IT auf Unternehmen und der Nutzen von IT und IT-Investitionen kann erkannt und erhoben werden. Die Studenten kennen die grundlegenden Funktionen des IT-Controllings, Risiken von Information Management und sind in der Lage einen Riskomanagement-Prozess zu erstellen und anzuwenden.</li> <li>• Die Studenten kennen die Grundlagen des Prozessmanagements und können dieses auf die reale Welt anwenden, indem sie Prozesse systematisch planen und umsetzen können</li> <li>• Studenten wissen, wie man das Prozessmanagement durch IT unterstützen kann</li> <li>• Verständnis und Fähigkeit von Methoden und Konzepten des Informations- und Prozessmanagements anzuwenden sowie Kenntnis über Schemen zum Lösen von Problemen des Informations- und Prozess-managements im Unternehmen.</li> </ul> <p>Methodenkompetenz: Entwicklung und Bereitstellung von Materialien zur Entscheidungsunterstützung des Top-Management in Bezug auf das Informations- und Prozessmanagement</p>
<b>Lehrveranstaltungsarten</b>	Seminare mit Online-Betreuung, Tutorien und Übungen

<b>Voraussetzungen für Teilnahme am Modul</b>	Immatrikulation im MBA – General Management
<b>Studentischer Arbeitsaufwand</b>	180 Stunden, davon 30 Stunden als Kontaktstudium (20 Präsenz- + 10 Online-Studium) und 150 Stunden als Selbststudium
<b>Studienleistungen</b>	keine
<b>Voraussetzung für Zulassung zur Prüfungsleistung</b>	Absolvieren des Modules
<b>Prüfungsleistung</b>	schriftliche Ausarbeitung (Hausarbeit) ca. 15 Seiten oder Klausur (90 Minuten)
<b>Anzahl Credits für das Modul</b>	6 ECTS

<b>Modulname</b>	<b>Schlüsselqualifikationen</b>
<b>Art des Moduls</b>	Pflichtmodul
<b>Lernergebnisse, Kompetenzen, Qualifikationsziele</b>	<p>Interkulturalität:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wissen um (eigene) Empfindlichkeiten und Übertragsphänomene</li> <li>• Erwerb eines reflexives Kulturverständnisses und von Kulturtheorien</li> <li>• Umgang mit Differenz und kultureller Diversity in Organisationen</li> <li>• Gestaltung von interkulturellen Prozessen</li> <li>• Erwerb von Feldwissen und Feldkompetenz</li> <li>• Vertiefung von Fachwissen</li> </ul> <p>Komplexitätsmanagement: Erfolgreiches Komplexitätsmanagement stellt eine Dreifach-Aufgabe dar – es resultiert aus einem Zusammenwirken von Selbst-, Sozial- und Handlungsmanagement in der Bearbeitung komplexer Anforderungen.</p> <p>Ziele:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Merkmale komplexer Anforderungen: Die Teilnehmer/innen kennen die zentralen Merkmale komplexer Anforderungen und Probleme,</li> <li>2. Selbstmanagement: die Teilnehmer/innen erkennen ihre Stärken und Schwächen im Umgang mit komplexen Problemen, sie haben vertiefte Einsichten über Wechselwirkungen zwischen kognitiven und emotionalen Prozessen bei der Selbstregulation.</li> <li>3. Sozialmanagement: die Teilnehmer/innen erwerben Kenntnisse über die Bearbeitung komplexer Probleme in Teams.</li> <li>4. Handlungsmanagement: Die Teilnehmer/innen können Selbst-, Sozial- und Handlungsmanagementstrategien erfolgreich auf die Bearbeitung komplexer Anforderungen und Probleme anwenden.</li> </ol>
<b>Lehrveranstaltungsarten</b>	Seminare mit Online-Betreuung, Tutorien und Übungen, Computersimulationen, Praxistransferübungen, Kleingruppenarbeit
<b>Voraussetzungen für Teilnahme am Modul</b>	Immatrikulation im MBA – General Management
<b>Studentischer Arbeitsaufwand</b>	180 Stunden, davon 40 Stunden als Kontaktstudium (30 Präsenz- + 10 Online-Studium) und 140 Stunden als Selbststudium
<b>Studienleistungen</b>	keine
<b>Voraussetzung für Zulassung zur Prüfungsleistung</b>	Absolvieren des Modules
<b>Prüfungsleistung</b>	schriftliche Ausarbeitung (Hausarbeit) ca. 15 Seiten
<b>Anzahl Credits für das Modul</b>	6 ECTS

<b>Modulname</b>	<b>Ideenwerkstatt</b>
<b>Art des Moduls</b>	Pflichtmodul
<b>Lernergebnisse, Kompetenzen, Qualifikationsziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Studierende lernen Teamarbeit und -fähigkeit</li> <li>• Teilnehmer entwickeln Kompetenzen in der kollaborativen Ideenentwicklung, -umsetzung und -evaluation</li> <li>• Studierende erlernen praktische Entwicklung einer Innovation entlang des Innovationsentwicklungsprozesses (von der Ideenentwicklung bis zur Verbreitung/Markeinführung der Innovation)</li> <li>• Teilnehmer entwickeln ihre eigene Kreativität</li> <li>• Studierende profitieren von praktischer Erfahrungen im Projektmanagement</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungsarten</b>	Seminare mit Online-Betreuung, Tutorien und Übungen
<b>Voraussetzungen für Teilnahme am Modul</b>	Immatrikulation im MBA - General Management
<b>Studentischer Arbeitsaufwand</b>	180 Stunden, davon 30 Stunden als Kontaktstudium (20 Präsenz- + 10 Online-Studium) und 150 Stunden als Selbststudium
<b>Studienleistungen</b>	keine
<b>Voraussetzung für Zulassung zur Prüfungsleistung</b>	Absolvieren des Modules
<b>Prüfungsleistung</b>	Erarbeiten eines Ideenkonzepts im Team, Abschlusspräsentation
<b>Anzahl Credits für das Modul</b>	6 ECTS für Schlüsselkompetenzen