

Anlage: Studienplan

Studienplan Marktorientierte Unternehmensführung M.Sc.

Modul-code	Modulbezeichnung	MP W/P	1. Sem.		2. Sem.		3. Sem.		4. Sem.		Σ SWS	Σ CP
			SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP		
Module des ersten Semesters											20	30
1.1.	Praxis der betrieblichen Entscheidungsfindung / Entscheidungstheorie	1	4	6								
1.2.	Unternehmensführung und Managementmethoden	P 1	4	6								
1.3.	Prozessorientierte Wirtschaftsinformatik	P 1	4	6								
1.4.	Quantitative Methoden	P 1	4	6								
1.5.	Personalmanagement	P 1	4	6								
Module des zweiten Semesters											20	30
2.1.	Marketing (Markenführung / Brandmanagement)	P 1			4	6						
2.2.	Controlling (Zeitadäquate Verfahren)	P 1			4	6						
2.3.	Finanzen	P 1			4	6						
W 1.	Wahlpflichtmodul I	W 1			4	6						
W 2.	Wahlpflichtmodul II	W 1			4	6						
Module des dritten Semesters											20	30
3.1.	Steuern (Tax Management I)	P 1					4	6				
3.2.	Accounting (Jahresabschlussanalyse und -politik)	P 1					4	6				
W 3.	Wahlpflichtmodul III	W 1					4	6				
W 4.	Wahlpflichtmodul IV	W 1					4	6				
W 5.	Wahlpflichtmodul V	W 1					4	6				
Module des vierten Semesters											4	30
4.1.	Seminar zur Master-Thesis	P 1							4	6		
4.2.	Master-Theses									20		
4.3.	Kolloquium									4		
Σ SWS				20		20		20		4		64
Σ Credit Points				30		30		30		30		120

P = Pflichtmodul; W = Wahlpflichtmodul; MP = Anzahl Modulprüfungen; SWS = Semesterwochenstunden; CP = Credit Points

Katalog der Wahlpflichtmodule

Im zweiten bzw. dritten Semester sind insgesamt 20 SWS / 30 CP aus dem Katalog zu wählen.

Modulcode	Modulbezeichnung	MP W/P	1. Sem.		2. Sem.		3. Sem.		4. Sem.		Σ SWS	Σ CP	
			SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP			
W1.1.	Vertikales Marketingmanagement	W 5											
W1.2.	Kundenmanagement (CRM)												
W2.1.	IT-gestütztes Berichtswesen im Controlling												
W2.2.	Controlling verschiedener Funktionsbereiche und/oder Branchen												
W2.3.	Unternehmensanalyse und Konzeption von Steuerungsinstrumenten für kleinere und mittlere Unternehmen												
W2.4.	Fallstudien zum Sanierungsmanagement												
W2.5.	Unternehmensbewertung / Mergers & Aquisitions												
W3.1.	Finanzanalyse/Unternehmenssteuerung mit wertorientierten Kennzahlen / Kennzahlensystemen												
W3.2.	(International) Finance Management												
W3.3.	Portfolio- & Asset-Management												
W4.1.	Tax Management II												
W4.2.	Risikomanagement - auf der Grundlage der Entscheidungs- und Risikotheorie -												
W4.3.	Statistische Methoden im Management												
W4.4.	Advanced Managerial Economics												
W4.5.	Wissensmanagement												
W4.6.	Strategic Performance Management												
W4.7.	International Risc Management (englisch)												
Σ SWS												20	
Σ Credit Points													30

P = Pflichtmodul; W = Wahlpflichtmodul; MP = Anzahl Modulprüfungen; SWS = Semesterwochenstunden; CP = Credit Points