

STUFE I: GENERAL MANAGEMENT – BETRIEBSWIRTSCHAFT FÜR NICHT-BETRIEBSWIRTE

MODULE	PRÄSENZTAGE*	MODULE	PRÄSENZTAGE*	MODULE	PRÄSENZTAGE*
<b>MANAGERIAL ECONOMICS</b>	2	<b>STRATEGISCHES &amp; OPERATIVES CONTROLLING</b>	4	<b>FÜHRUNG &amp; MITARBEITERENTWICKLUNG</b>	2
Grundlagen der politischen Ökonomie Grundlagen ökonomischen Denkens Produktion, Preise & Beschäftigung Wirtschaftspolitik am Prüfstand		Controlling als Führungs(-unterstützungs-)funktion Strategisches Controlling: Konzept, Werkzeuge, Umsetzung Operatives Controlling: Einsatzgebiete, Instrumente, Anwendungen, Kosten- und Ergebnisrechnung Integrierte Ergebnis- und Finanzplanung Entwicklungstendenzen im Controlling Value Based Management		Grundlagen der Führung Sinnorientierte Führung & Motivation Mitarbeitergespräch Ziele vereinbaren & Feedback geben Von der Führungskraft zur Führungspersönlichkeit Vom Mitarbeiter zum Mitgestalter	
<b>QUANTITATIVE METHODEN: MATHEMATIK &amp; STATISTIK</b>	2	<b>INVESTITION &amp; FINANZIERUNG</b>	1	<b>STRATEGISCHES MARKETING</b>	2
Mathematik & Statistik Mathematische Grundkenntnisse & Einführung in einfache Modelle Deskriptive Statistik Inferenzstatistik Umsetzung mathematischer & statistischer Methoden an praktischen Fragestellungen Bearbeitung von Fallstudien		Wandel der Begriffe „Investition“ & „Finanzierung“ Statische & dynamische Investitionsrechnungsverfahren Eigen- und Fremd-, Innen- und Außenfinanzierung Rechtliche Aspekte der Finanzierung Unternehmenskauf als Investitionsentscheidung Besondere Aspekte der Unternehmensbewertung		Ganzheitliche Marketingphilosophie Inhalte & Ziele des strategischen Marketings Zielgruppensegmentierung & Positionierung am Markt Qualitätsstrategien Markenführung	
<b>STRATEGISCHE UNTERNEHMENS-FÜHRUNG UND -PLANUNG</b>	2	<b>PROJEKTMANAGEMENT</b>	2	<b>OPERATIVES MARKETING</b>	2
Prozess der strategischen Unternehmensführung Unternehmerische Vision Unternehmenspolitik / das Leitbild Strategien auf SGE-, Unternehmens- und Netzwerkebene Strategische Planung von Unternehmensakquisitionen Ziele & Rahmenbedingungen für die Funktionsbereiche Organisation & Prozesse Unternehmenskultur & Unternehmensidentität Umsetzung strategischer Entscheidungen Strategische Führungskompetenz		Wesen & Charakteristika von Projekten Projektorganisation & Projektmanagement Instrumente zur Planung & Steuerung von Projekten Organisation & Ablauf des Projektcontrollings Projektberichtswesen & Dokumentation		Marktforschung und -prognose Produkt- und Sortimentspolitik Preis- und Konditionenpolitik Distributionspolitik Kommunikationspolitik Kriterien eines stimmigen Marketing-Mix	
<b>RECHTLICHE DIMENSIONEN DER UNTERNEHMENSFÜHRUNG</b>	2	<b>PROZESSMANAGEMENT</b>	2	<b>WISSENSMANAGEMENT</b>	1
Vertragsrecht, -gestaltung und -abschluss Gewährleistung & Schadenersatz, Produkthaftung und -sicherheit Wettbewerbs- und Kartellrecht Gesellschaftsrecht & Rechtsformwahl Rechtliche Aspekte grenzüberschreitender Rechtsgeschäfte Grundzüge des Ertragssteuerrechts für Unternehmen Unternehmensrelevante Verbrauchs- und Verkehrssteuern & Gebühren		Gestaltung & Verbesserung von Prozessen Supply Chain Management Internes & externes Kunden-Lieferanten-Verhältnis		Grundlagen: Wissensmanagement und -organisation Architektur für das Wissensmanagement Methoden der Wissensmessung Bearbeitung einer Fallstudie	
<b>GRUNDLAGEN DES EXTERNEN RECHNUNGSWESENS</b>	2	<b>CHANGE MANAGEMENT</b>	2	<b>INFORMATIONSTECHNOLOGIEN</b>	1
Buchführungspflicht & Adressaten der Rechnungslegung Buchführungssysteme Gliederung von Jahresabschlüssen Bilanzierungsgrundsätze Bilanzanalyse anhand von Kennzahlen Fallstudien		Warum Veränderung? Einleitung, Begleitung & Steuerung von Veränderungsprozessen Management von Veränderungsprozessen / Projektmanagement Umgang mit Widerständen Mitarbeiter an Veränderungsprozessen beteiligen		Informationstechnologien im Wandel der Zeit Prozessorientierte IT-Anwendungen (ERP, DB-Lösungen) E-Commerce & E-Business Besondere Geschäftsmodelle des E-Business	
		<b>HUMAN RESOURCE MANAGEMENT</b>	2	<b>INNOVATIONS- UND TECHNOLOGIEMANAGEMENT</b>	2
		HRM & die strategische Ausrichtung von Unternehmen Dialektik von Management & Führung Ressource Mensch Teilfunktionen des Personalmanagements Organisation des HRM Karriere im HRM		Integratives Innovationsmanagement: Konzeptionelle & theoretische Grundlagen Merkmale erfolgreich innovierender Unternehmen Innovationsprozess Innovation als „Management-Technologie“ Sicherung eines Innovationsklimas im Unternehmen	
				<b>PRÄSENTATIONS- UND KOMMUNIKATIONSTECHNIKEN</b>	1
				Aufbau einer Präsentation Visualisierung & Bildgestaltung Technik & Medieneinsatz Verbale & nonverbale Kommunikation	
<b>GENERAL MANAGEMENT GESAMT</b>					34
<b>ENTREPRENEURSHIP &amp; MITUNTERNEHMERISCHES HANDELN – BUSINESS PLANNING</b>					2

\* Exkl. Vor- und Nachbereitungen, Selbststudium und Projektarbeiten.