

STUFE I: GENERAL MANAGEMENT – BETRIEBSWIRTSCHAFT FÜR NICHT-BETRIEBSWIRTE

MODULE	PRÄSENZTAGE*	MODULE	PRÄSENZTAGE*	MODULE	PRÄSENZTAGE*
MANAGERIAL ECONOMICS	2	STRATEGISCHES & OPERATIVES CONTROLLING	4	FÜHRUNG & MITARBEITERENTWICKLUNG	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	
QUANTITATIVE METHODEN: MATHEMATIK & STATISTIK	2	INVESTITION & FINANZIERUNG	1	STRATEGISCHES MARKETING	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	
STRATEGISCHE UNTERNEHMENS-FÜHRUNG UND -PLANUNG	2	PROJEKTMANAGEMENT	2	OPERATIVES MARKETING	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	
RECHTLICHE DIMENSIONEN DER UNTERNEHMENSFÜHRUNG	2	PROZESSMANAGEMENT	2	WISSENSMANAGEMENT	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	
GRUNDLAGEN DES EXTERNEN RECHNUNGSWESENS	2	CHANGE MANAGEMENT	2	INFORMATIONSTECHNOLOGIEN	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	
		HUMAN RESOURCE MANAGEMENT	2	INNOVATIONS- UND TECHNOLOGIEMANAGEMENT	2
		HRM & die strategische Ausrichtung von Unternehmen Dialektik von Management & Führung Resource 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	
				PRÄSENTATIONS- UND KOMMUNIKATIONSTECHNIKEN	1
				Aufbau einer Präsentation Visualisierung & Bildgestaltung Technik & Medieneinsatz Verbale & nonverbale Kommunikation	
GENERAL MANAGEMENT GESAMT					34
ENTREPRENEURSHIP & MITUNTERNEHMERISCHES HANDELN – BUSINESS PLANNING					2

* Exkl. Vor- und Nachbereitungen, Selbststudium, Projektarbeiten, Abschlussarbeiten u.ä.