

Inhalte

MODULE	PRÄSENZ- & ONLINETAGE	MODULE	PRÄSENZ- & ONLINETAGE
STRATEGISCHES MANAGEMENT & DIGITALE TRANSFORMATION	3	ORGANISATIONSENTWICKLUNG & LEADING CHANGE	2
Strategie und Strategisches Management Strategische Analyse und Strategieformulierung Digitalisierung und disruptive Innovation Muster der digitalen Transformation Geschäftsmodellinnovation		Mit Strukturen führen Was ist Organisationsentwicklung? Grundlagen des Veränderungsmanagements Konfliktlösung: Mit Widerstand umgehen Hierarchiekompetenz Komplementär- und transhierarchische Strukturmodelle (Agile Organisation, Holacracy, Laloux) Fallbeispiele	
MANAGERIAL ECONOMICS	1	MARKETING	2
Grundlagen der politischen Ökonomie Grundlagen ökonomischen Denkens Produktion, Preise und Beschäftigung Wirtschaftspolitik: aktuelle Themen		Digitales Marketing & E-Commerce Customer Relationship Management Entwicklung einer Marketingstrategie Segmentierung / Positionierung Marketing-Mix & Markenführung Kommunikationskanäle: analog & digital Distribution / Sales als Schwerpunkt	
DATA ANALYTICS	2	INFORMATIONSTECHNOLOGIEN	1
Einführung Datenmanagement: Big Data als betriebliche Ressource Grundlagen der Datenanalyse Business Intelligence / Business Analytics Visualisierung, Reporting		Informationstechnologien im Wandel der Zeit Prozessorientierte IT-Anwendungen (ERP, DB-Lösungen) E-Commerce und E-Business Besondere Geschäftsmodelle des E-Business	
ACCOUNTING	3	INNOVATIONSMANAGEMENT & ENTREPRENEURSHIP	2
Grundlagen Rechnungswesen Bilanzanalyse & GuV Kapitalflussrechnungen & Unternehmensbewertung Investition & Finanzierung Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze		Konzeptionelle und theoretische Grundlagen im Innovationsmanagement Innovationsprozesse Design Thinking und Lean Start-up Entrepreneurship: Merkmale erfolgreicher Unternehmer/innen	
CONTROLLING & FINANCE	3	LEADERSHIP	2
Strategisches Controlling: Konzepte, Werkzeuge, Umsetzung Operatives Controlling: Einsatzgebiete, Instrumente, Anwendungen Kosten- und Ergebnisrechnung Investitionsrechnung, Ergebnis- & Finanzplanung		Grundlagen der Führung Der Deal zwischen Unternehmen und Mitarbeiter/in Als Führungskraft auftreten & Leistung steuern Führungsstile, Unternehmenswerte, eigene Werte Emotionale Intelligenz in der Führung / Neuroleadership Entscheidungen treffen und Mitarbeiter/innen einbinden Einzelpersonen führen und Teams führen Fallbeispiele	
HUMAN RESOURCE MANAGEMENT	2		
Die HR-Strategie & Funktionen des HR Bereitstellungsfunktion (Personalgewinnung, -auswahl) Aktivierungsfunktion (Personalentwicklung, Entgeltgestaltung) Bewertungsfunktion (Performance Bewertung, Personalcontrolling) Unterstützungsfunktionen (Gesundheitsmanagement, Personalfreisetzung)			
SUPPLY CHAIN MANAGEMENT	2		
Ganzheitliche Betrachtung der Supply Chain Konzepte im SCM Potenzialhebel & Stellschrauben aus der Praxis Erfolgsfaktoren & Kennzahlen			

12 MODULE | 24 PRÄSENZTAGE* & 1 ONLINETAG | 40 ECTS

*exkl. Vor- und Nachbereitungen, Selbststudium, Reflexionspapiere, Projektarbeiten, Abschlussarbeit, u.ä.