

Bachelor of Arts in Business Administration (B.A.)

Stand März 2019

Die Foundation Phase – moderne BWL at its best.

Managementorientierte BWL

Eine etwas andere Einführung in modernes Management und ökonomisches Denken

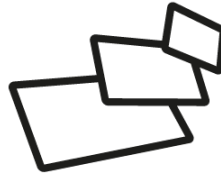
Das Wissen um betriebswirtschaftliche Grundtatbestände ist eine notwendige Voraussetzung für jeden, der in Betrieben an verantwortlicher Stelle tätig ist oder sich als Studierender auf eine solche Tätigkeit vorbereitet. Dabei kommt es häufig nicht so sehr auf ein spezifisches Detailwissen, als vielmehr auf die Fähigkeit an, betriebswirtschaftliche Zusammenhänge konzeptionell zu erfassen und betriebliche Probleme in ihrem spezifisch ökonomischen Wesenskern zu begreifen. Die Studierenden lernen das Wirtschaften an sich, Unternehmensziele, Unternehmenstypologien und den Wirtschaftsprozess der Unternehmen kennen.

- Das ökonomische Prinzip
- Entscheidung bei Ungewissheit – Das „Omlettenproblem“ von Savage
- Der Begriff des Wirtschaftens, Produktivität und Wirtschaftlichkeit
- Disziplinäre Arbeitsteilung in den Wirtschaftswissenschaften
- Betriebe und Haushalte als Träger des arbeitsteiligen Wirtschaftsprozesses
- Typologie der Unternehmungen
- Unternehmensziele und Unternehmensführung
- Betriebliche Leistungs- und Finanzprozesse

Volkswirtschaftslehre

Verstehen wie Wirtschaft und Wirtschaften heute funktioniert

- Einführung in die VWL
- Volkswirtschaftliches Denken
- Marktmodelle
- Marktversagen
- Gesamtwirtschaftliche Modell
- Moderne Methoden und Ansätze



Kompetenzentwicklung

Ganz persönlich: du entwickelst dich und deine Kompetenzen für komplexe Managementaufgaben

- Definition, Arten, Umfang und Relevanz von Kompetenzen
- Erschließung und Diskussion der unterschiedlichen Kompetenzfelder:
 - Soziale und interkulturelle Kompetenz
 - Fach- und Methodenkompetenzen
 - Managementkompetenz
 - Persönlichkeitsentwicklung
 - Projektkompetenz
 - Analyse-Methoden

Mathematik

Keine Angst vor Zahlen – wir vermitteln dir die Wirtschaftsmathematik, die man heute wirklich braucht.

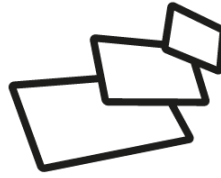
Ein wirtschaftswissenschaftliches Studium ist heutzutage ohne Mathematik undenkbar, mathematische Beschreibungs-, Erklärungs- und Optimierungs-Modelle beherrschen große Teile der ökonomischen Theorie und in zunehmendem Maße auch der ökonomischen Praxis. Mathematik in diesem Zusammenhang bedeutet einerseits das Problem, mathematische Ideen zu verstehen, um die dazugehörigen Techniken zu beherrschen und andererseits, diese zunächst abstrakten Techniken zielgerichtet und sinnvoll für ökonomische Anwendungen nutzbar zu machen. Die Studierenden sollen durch das Modul das notwendige mathematische Elementarrüstzeug von Grund auf verstehen, wiederholen, einüben und ökonomisch anwenden können.

- Funktionen einer unabhängigen Variablen
- Grundlagen der Differentialrechnung
- Technik des Differenzierens
- Grundlagen der Integralrechnung
- Matrizen und Vektoren
- Lineare Gleichungssysteme

Statistik

In der BWL geht nichts mehr ohne Zahlen, Daten und Statistiken. Wir zeigen dir, wie aus Statistik Business Intelligence wird.

Die Betriebswirtschaftslehre hat sich aus wissenschaftlicher Sicht in den letzten Jahren und Jahrzehnten sehr verändert. Während früher oftmals heuristische oder logische Ansätze bevorzugt wurden, sind heute empirische Beweise fast unabdingbar. Es wird kaum eine wissenschaftliche Arbeit verfasst, in der aufgestellte Hypothesen nicht empirisch überprüft



werden. Ein fundiertes statistisches Wissen wird aber nicht nur zum Verfassen wissenschaftlicher Texte benötigt. Auch im Tagesgeschäft von Unternehmen können viele Dinge mit statistischen Verfahren untersucht und besser verstanden werden. Gegenstand des Moduls ist die Vermittlung und Behandlung derjenigen statistischen Methoden, die als Grundlage für das wirtschaftswissenschaftliche Studium benötigt werden. Bei der Darstellung wird besonderer Wert auf gute Verständlichkeit gelegt. Auf die theoretischen Grundlagen wird insbesondere eingegangen, wie es für eine korrekte Anwendung der behandelten statistischen Methoden notwendig erscheint.

- Einführung in die Statistik
- Häufigkeitsverteilung
- Lage- und Streuungsmaße statistischer Verteilungen
- Weitere Maße statistischer Verteilungen
- Wahrscheinlichkeitsverteilung
- Punkt- und Intervallschätzung
- Hypothesentest über Mittelwerte
- Auswertung zweidimensionaler Daten
- Lineare Regression

Gesellschafts- und Handelsrecht

Alles was Recht ist: Die wichtigsten Rechtsfragen und Zusammenhänge für BWLer

- Verbraucher vs. Unternehmer
- Besonderheiten der Geschäfte B2B
- Gesellschaftsformen
- Vertretungsberechtigte
- Kaufmännisches Bestätigungsschreiben
- Allgemeine Geschäftsbedingungen

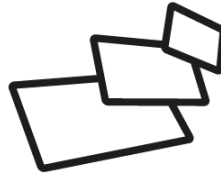
Recht und Steuern

Die unterschätzte Größe: Steuern und Steuerrecht spielen eine zentrale Rolle bei der betriebswirtschaftlichen Unternehmensführung

- Themeneinführung: Definition, Relevanz, Forschungslandschaft
- Grundsätzliche Fragen in Recht und Steuern
- Lösungswege und Ansätze
- Konkreter Unternehmenstransfer

Financial Accounting and Management Accounting

Bilanzen, Jahresabschlüsse, Erfolgs- und Kostenrechnung: der finanzwirtschaftliche Schwerpunkt unseres BWL-Studiums

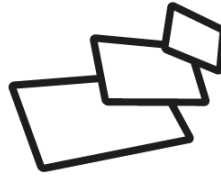


- Wesen und Grundbegriffe der Bilanzierung
- Rahmenbedingungen der internationalen Rechnungslegung
- Balance Sheet and Income Statement
- Spezielle Elemente des IAS-Jahresabschlusses
- Konzernabschluss
- Vergleich der Rechnungslegungsvorschriften
- Inhalt und Aufgaben kalkulatorischer Erfolgsrechnung
- Grundlagen der Kostenrechnung als Kern kalkulatorischer Erfolgsrechnungen
- Systeme der Kostenrechnung im Vergleich
- Traditionelle Betriebsabrechnung auf Vollkostenbasis
- Moderne Betriebsabrechnung auf Teilkostenbasis
- Kostenträgerrechnung auf Voll- und Teilkostenbasis
- Voll- und Grenzplankostenrechnung
- Prozesskostenmanagement
- Zielkostenrechnung als modernes strategisches Kostenmanagementinstrument

Investition & Finanzierung & Controlling

Zukunftsorientiertes Finanzmanagement: Wie rechne ich Investitionen und Finanzierungen? Wie steuere ich mit einem modernen Controlling.

- Begriff und Wesen der Investitionsrechnung
- Statische und dynamische Investitionsverfahren
- Planungs- und Analysetechniken im Rahmen der Investition unter Unsicherheit
- Beurteilung von Investitionen aufgrund subjektiver Risikopräferenzen
- Charakterisierung der Verfahren der Unternehmensbewertung
- Traditionelle und moderne Verfahren der Unternehmensbewertung
- Grundlagen der Finanzierungstheorie
- Management der Kapitalstruktur
- Moderne Finanzierungsformen
- Finanzielles Gleichgewicht
- Begriffliche und konzeptionelle Abgrenzung des Controllings
- Die Balanced Scorecard als ausgewähltes Controlling-Instrument
- Konzeption der wertorientierten Unternehmensführung
- Value-Controlling-Konzepte einer wertorientierten Unternehmensführung
- Value Reporting
- System der Erfolgs- und Rentabilitätsgrößen
- ROI-Kennzahlenhierarchie
- Analyse von Hebeleffekten im ROI-Kennzahlensystem
- Sicherstellung der Integrität und Effektivität von strategischen Wertsteigerungsprogrammen



- Sicherung des finanzstrukturellen Gleichgewichts auf dem Wachstumspfad

Projektmanagement

Projekt-Kompetenz für dynamische, digitale und agile Organisationen

- Gründe für die Entstehung des Projektmanagements und dessen Stellenwert heute
- Projektdefinitionen und Projektarten
- Phasen des klassischen Projektmanagements und zugehörige Methoden und Instrumente
 - Auftragsklärung und Projektplanung
 - Aufbau einer Projektorganisation
 - Projektdurchführung und Projektsteuerung
 - Projektabschluss
- Überblick zu agilen Ansätzen im Projektmanagement

Marketing

Moderne Märkte, Kunden und innovatives Marketing verstehen

- Grundlagen Marketing
- Wesentliche Marketingtheorien und -paradigmen
- Verhalten relevanter Austauschpartner
- Strategisches Marketing
- Market based und resource based view
- Der KKV als Navigator im strategischen Marketing

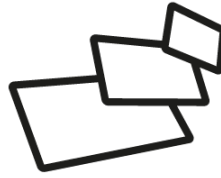
Innovation und Technologie

Innovationen managen, Trends erkennen und Technologien verstehen

- Grundlagen Innovationen und Innovationsmanagement
- Inkrementelle / disruptive Innovation
- Innovationen in kleinen und großen Unternehmen
- Innovationen in klassischen industriellen und neuen digitalen Märkten
- Innovationsansätze der digitalen Big Player und regionaler Vorreiter
- Wesentliche Technologien (Schwerpunkt: Digitale Ökonomie)
- Grundlegende Prinzipien der digitalen Ökonomie
- Grundlagen der Trendforschung

Unternehmensführung

Management-Methoden, Prozesse und Strategien



- Grundlagen der Unternehmensführung
- Verfahren zur Umfeldanalyse
- Verfahren zur internen Unternehmensanalyse
- Mission, Vision und langfristige Ziele
- Strategie-Definition
- Balanced Scorecard

Internationales Management

Globalisierung verstehen und internationale Organisationen steuern

- Bedeutung und Trends der internationalen Unternehmenstätigkeit
- Ziele und Motive der Internationalisierung
- Strategien der Internationalen Unternehmung
 - Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien
 - Allokationsstrategien
 - Koordinationsstrategien
- Unternehmens- und Markt-Kultur
- Strategisches Marketing im internationalen Kontext

Organisations-Management

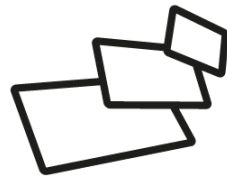
Wie man leistungsfähige Unternehmensorganisationen gestaltet und entwickelt

- Was versteht man (alles) unter dem Begriff Organisation?
- Regeln als Bausteine der Organisation
- Der Begriff der Unternehmenskultur
- Der Begriff der Organisationskultur
- Aufgabengebiete der Organisationsarbeit
- Grundlagen des Aufgabengebiets „Arbeitsteilung“ bzw. „Assign“
- Grundlagen des Aufgabengebiets „Arbeitsverbindung“ bzw. „Combine“
- Grundlagen des Aufgabengebiets „Motivation“ bzw. „Energize“
- Anliegen und Spektrum von Organisationstheorien

Personalmanagement

Die Instrumente des Human Resource Management – ganz operativ aber auch sehr strategisch.

- Personalmanagement als strategischer Erfolgsfaktor
- Akteure des Personalmanagements
- Bedingungen des Personalmanagements
- Instrumente des Personalmanagements (Auswahl)

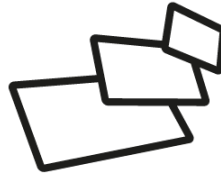


Steinbeis-Hochschule
**SCHOOL OF
MANAGEMENT +
INNOVATION**

Fokusstudium

Reihenfolge der Vertiefungen:

- General Management & Internationalisierung
- Management & Innovation
- Marketing & Management
- Digital Business & Innovation
- Personalmanagement
- Organisation & Prozessmanagement



General Management & Internationalisierung

Innovationsprojekt

Innovationen, Unternehmens-Ideen, Start-ups im Team entwickeln, präsentieren, diskutieren und umsetzen

So gehst du im Innovationsprojekt vor:

- Identifikation von Markt- und Kundenbedürfnissen bzw. von sozialen Herausforderungen und Problemstellungen, für die ein Innovationsbedarf existieren kann.
- Definition der Aufgabenstellung und Projektplanung (nach Möglichkeit im Team)
- Entwicklung eines unternehmerisch bzw. gesellschaftlich relevanten Innovationsansatzes
- Konzeption und Projektierung einer Lösung sowie (nach Möglichkeit) Entwicklung eines Prototyps
- Testen des Innovationsansatzes und (nach Möglichkeit) Durchführung einer Markt- und Kundenanalyse
- Finales Design des Innovationsansatzes vor der Projektpräsentation
- Optimierung eines finalen Designs nach der Projektpräsentation (bei Bedarf)

Project Pitch

- Präsentation der Innovation
- Verteidigung der Innovation (im Rahmen der Projekt-Studienarbeit)

Integrationsmodul: Einführung, Theorien und Entwicklungen in Management und Unternehmensführung

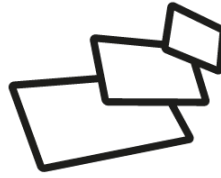
Im Überblick: Die wichtigsten Themen, Theorien und Trends auf den Gebieten Management und Unternehmensführung

Behandlung von Themen, die die Vertiefungsrichtung Management und Unternehmensführung in ihrer Gänze betreffen und ein Gesamtverständnis für die aktuellen unternehmerischen und gesellschaftlichen Herausforderungen im Kontext des Kompetenzfeld/des Majors schaffen.

Business Planning & Business Development

Wie man „New Business“ professionell plant, entwickelt und umsetzt.

- Branchen- und Unternehmensentwicklung analysieren und bewerten
- Geschäftsfeldkonzeptionierung, -entwicklung und -weiterentwicklung.
- Unternehmensanalyse und -entwicklung
- Innovationsentwicklung und Evaluation



- Finanzplanung, KPI und Reporting
- Rechtliche Aspekte
- Marketing für New Business
- Chancen- und Risikomanagement
- Strategieentwicklung und -implementierung

Internationalisierungsstrategien

Act global: Wie man sein Business strategisch internationalisiert

- Philosophie und Ziele der Internationalisierung
- Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien
- Globalisierung und multinationale Unternehmen
- Globale Wirtschaftsregionen und Institutionen / Globale Märkte
- Internationale Marktforschung
- Lizenzierung und Franchising
- Minderheitenbeteiligung, Tochtergesellschaften und Fusionen
- Marktpräsenz-, Marktselektions- und Marktsegmentierungsstrategien
- Konfigurations- und Leistungsstrategien
- Koordinationsstrategien
- Eindimensionale vs. mehrdimensionale integrierte Organisationsstrukturen
- Netzwerkstrukturen internationaler Unternehmen
- Internationale Divisionen
- Konzern- und Holdingstrukturen
- Zentralbereiche in internationalen Unternehmen
- Internationale Projektorganisation

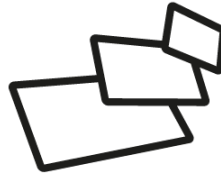
European & International Law

Rechtliche Rahmenbedingungen im internationalen Business-Kontext

- Grundlagen im Bereich des europäischen und internationalen Wirtschaftsrechts
- Internationales Investitionsrecht
- Europäisches und deutsches Wettbewerbsrecht / Privatrecht
- Regionale Wirtschaftsintegration
- Konzern- und Umwandlungsrecht
- Globalization and Sustainable Development
- International and Comparative Business Law

International Finance and Accounting

Internationale Rechnungslegung – eine Kernkompetenz im internationalen Management



- Grundlagen, Instrumente und Konzepte der Finanzbuchhaltung
 - Bilanz und Erfolgsrechnung
 - Doppelte Buchhaltung
 - Buchhaltungsorganisation
- Einordnung in das Rechnungswesen und Grundsätze der Rechnungslegung
 - Inhalt des Geschäftsberichtes
 - Mindestgliederung und -offenlegung von Bilanz und Erfolgsrechnung
 - Bewertungsregeln
- Vorschriften der Rechnungslegung nach IFRS sowie HGB
- Internationale Besonderheiten
- Cashflow und Mittelflussrechnung
- Auswertungen aus der Finanzbuchhaltung: Kennzahlenanalyse
 - Liquidität
 - Stabilität
 - Rentabilität
 - Umschlagshäufigkeiten
 - Steuerung Gesamtkapitalrendite
 - Leverage-Effekt
 - Kennzahlen und Interessengruppen
- Internationales Steuerwesen

International Marketing & Export

Wie man weltweit vermarktet und den Export ankurbelt

- Marketingstrategien und Marktsegmentierung
- Treiber der Internationalisierung und Öffnung der Märkte
- Marketing-Mix im internationalen Markt
- Marktforschung und Marktanalysen, Besonderheiten der internationalen Marktanalyse
- Standardisierung versus Differenzierung
- Globale und internationale Markenführung
- Herausforderungen und Fehlentscheidungen im Internationalen Marketing
- Marketing-Organisation und Controlling im internationalen Markt
- Risikoaspekte im Außenhandel

Cross Cultural Management

So führt man Menschen in internationalen und multi-kulturellen Organisationen

- Verschiedene kulturelle Räume und deren Eigenschaften
- Konzeptuelle Perspektiven auf Kultur (komparativ, interkulturell, multikulturell)

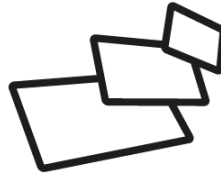


- Diversity Management
- Interkulturelle Entwicklung
- Globalisierung als Kontext für International Business
- Eintritt in ausländische Märkte
- Globales strategisches Management
- Internationales Marketing

Supply Chain Management

Wie Logistik- und Lieferketten heute funktionieren

- Einführung in das Supply Chain Management
- Planungsansätze des Supply Chain Managements
- Controlling des Supply Chain Managements



Management & Innovation

Innovationsprojekt

Innovationen, Unternehmens-Ideen, Start-ups im Team entwickeln, präsentieren, diskutieren und umsetzen

So gehst du im Innovationsprojekt vor:

- Identifikation von Markt- und Kundenbedürfnissen bzw. von sozialen Herausforderungen und Problemstellungen, für die ein Innovationsbedarf existieren kann.
- Definition der Aufgabenstellung und Projektplanung (nach Möglichkeit im Team)
- Entwicklung eines unternehmerisch bzw. gesellschaftlich relevanten Innovationsansatzes
- Konzeption und Projektierung einer Lösung sowie (nach Möglichkeit) Entwicklung eines Prototyps
- Testen des Innovationansatzes und (nach Möglichkeit) Durchführung einer Markt- und Kundenanalyse
- Finales Design des Innovationsansatzes vor der Projektpräsentation
- Optimierung des finalen Designs nach der Projektpräsentation (bei Bedarf)

Project Pitch

- Präsentation der Innovation
- Verteidigung der Innovation (im Rahmen der Projekt-Studienarbeit)

Integrationsmodul: Einführung, Theorien und Entwicklungen in Management und Unternehmensführung

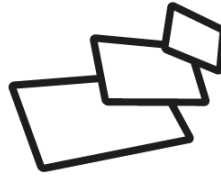
Im Überblick: Die wichtigsten Themen, Theorien und Trends auf den Gebieten Management und Unternehmensführung

Behandlung von Themen, die die Vertiefungsrichtung Management und Unternehmensführung in ihrer Gänze betreffen und ein Gesamtverständnis für die aktuellen unternehmerischen und gesellschaftlichen Herausforderungen im Kontext des Kompetenzfeld/des Majors schaffen.

Business Planning & Business Development

Wie man New Business professionell plant, entwickelt und umsetzt.

- Branchen- und Unternehmensentwicklung analysieren und bewerten
- Geschäftsfeldkonzeptionierung, -entwicklung und -weiterentwicklung
- Unternehmensanalyse und -entwicklung
- Innovationsentwicklung und Evaluation
- Finanzplanung, KPI und Reporting



- Rechtliche Aspekte
- Marketing für New Business
- Chancen- und Risikomanagement
- Strategieentwicklung und -implementierung

Veränderungsmanagement

Worauf es im Change Management ankommt.

- Erfolgsfaktoren im Veränderungsmanagement
- Methoden und Techniken im Veränderungsmanagement
- Kommunikations- und Konfliktmanagement
- Moderne Führung in Veränderungsprozessen

Innovationsmanagement 2.0

Innovationen und Innovationsmanagement für Profis

- Innovation & Innovationsmanagement
- Innovationsplanung vs. neuere, agile Formen der Innovation
- Innovationsentwicklung
- Innovationsumsetzung, insbesondere Zusammenarbeit mit Externen
- Innovation und Erfolgsmessung
- Kreativitätstechniken und weitere innovationsfördernde Management-Tools
- Innovative und disruptive Geschäftsmodelle in neuen und klassischen Märkten
- Einblicke in die Gründerpraxis und -szene
- Digitalisierungsstrategien von Medienunternehmen und rein digitalen Unternehmen
- Spezifische Fachkonzepte und Themen (Brandexpanding, Landgrabbing, ...)

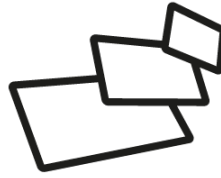
Digital Work & Management

Wie digitale Innovationen und Methoden die moderne Arbeitswelt verändern.

- Einführung über das moderne Unternehmen im digitalen Umfeld
- Überblick zu modernen Managementmethoden in digitalen Arbeitswelten (lean, design thinking, bi-modak, agile)
- Decentralized Collaboration
- Enterprise 2.0 & beyond
- Aktuelle Trends

Entrepreneurship

Unternehmertum, Start-ups und Gründung – hier machen wir dich zum Unternehmer



- Erkennen und Nutzen von Marktchancen – Trendscouting
- Voraussetzungen zur Gründung eines Unternehmens
- Die verschiedenen Unternehmensformen und ihre Vor- und Nachteile
- Finanzierung und Kapitalbeschaffung
- Risikobereitschaft und Absicherung
- Möglichkeiten zur Unterstützung für Unternehmensgründer
- Best-Practice Beispiele

Online Marketing

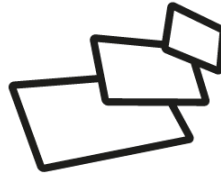
Digitale Marketing-Strategien, -systeme und -kampagnen erfolgreich umsetzen

- Überblick Online Marketing
- Online Marketing in der Praxis
 - Suchmaschinen Optimierung und Suchmaschinen Marketing
 - Display Marketing
 - Affiliate Marketing
 - E-Mail und mobile Marketing
 - Content Marketing
- Social Media und Social Media Marketing
- Analyse und Optimierung des digitalen Marketings: Usability, Conversion Optimierung etc.

Strategisches Marketing

Marketing strategisch denken und intelligent planen

- Prozess der strategischen Marketingplanung
- Strategische Marketingentscheidungen
- Der KKV als Navigator strategischer Marketingentscheidungen
- Marktstrategische Dimensionen



Marketing & Management

Innovationsprojekt

Innovationen, Unternehmens-Ideen, Start-ups im Team entwickeln, präsentieren, diskutieren und umsetzen

So gehst du im Innovationsprojekt vor:

- Identifikation von Markt- und Kundenbedürfnissen bzw. von sozialen Herausforderungen und Problemstellungen, für die ein Innovationsbedarf existieren kann.
- Definition der Aufgabenstellung und Projektplanung (nach Möglichkeit im Team)
- Entwicklung eines unternehmerisch bzw. gesellschaftlich relevanten Innovationsansatzes
- Konzeption und Projektierung einer Lösung sowie (nach Möglichkeit) Entwicklung eines Prototyps
- Testen des Innovationansatzes und (nach Möglichkeit) Durchführung einer Markt- und Kundenanalyse
- Finales Design des Innovationsansatzes vor der Projektpräsentation
- Optimierung des finalen Designs nach der Projektpräsentation (bei Bedarf)

Project Pitch

- Präsentation der Innovation
- Verteidigung der Innovation (im Rahmen der Projekt-Studienarbeit)

Integrationsmodul: Einführung, Theorien und Entwicklungen in Marketing, Media und Kommunikation

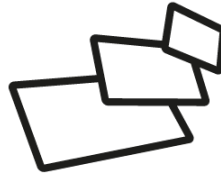
Im Überblick: Die wichtigsten Themen, Theorien und Trends auf den Gebieten Marketing, Media und Kommunikation

Behandlung von Themen, die das jeweilige Kompetenzfeld/den jeweiligen Major in seiner Gänze betreffen und ein Gesamtverständnis für die aktuellen unternehmerischen und gesellschaftlichen Herausforderungen im Kontext des Kompetenzfeld/des Majors schaffen.

Medienanalyse und -planung

Media Märkte und Planung verstehen – strategisch, taktisch und operativ

- Medienanalyse- und Planung
 - Der Mediamarkt in Deutschland und Europa
 - Mediastudien und Bewertungsebenen
 - Mediabegriffe
 - Der Prozess der strategischen Mediaplanung
 - Zielgruppenanalyse und Wettbewerbsanalyse



- Taktische Mediaplanung

Marketing- & Vertriebscontrolling

Mit Zielen und Zahlen Marketing und Vertrieb planen und steuern

- Marketing-Controlling
 - Planungs-, Informations-, Analyse-, und Steuerungsaufgaben des Marketing-Controlling
 - Aufbau von Marketing-Informationssystemen
 - Methoden des strategischen und operativen Marketing-Controllings
 - Implementierungsansätze des Marketing-Controllings
 - Performance Measurement
- Grundbegriffe zu Marketing, Vertrieb, Controlling
- Grundsätze des Marketing- und Vertriebscontrollings
- Planungs-, Informations-, Analyse- und Steuerungsaufgaben
- Strategische Instrumente des Marketing- und Vertriebscontrollings
- Ausgewählte Analysemethoden zur Steigerung der unternehmerischen Transparenz sowie
- zur Früherkennung von Stärken und Schwächen bzw. Chancen und Risiken
- Operatives Controlling
- Umgang mit Kennzahlen im Bereich Vertriebscontrolling
- Aufgabenprofil eines Marketing- bzw. Vertriebscontrollings

Verkaufpsychologie

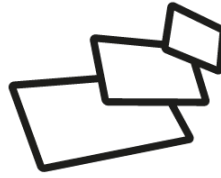
Kunden, Verhandlungen und Verkauf – Erkenntnisse der modernen Psychologie

- Erfolgsfaktoren einer Verhandlung: Selbstmotivation, Vorbereitung, Ziele und Machtbasis,
- Strategie und Taktik, Techniken der Gesprächs- und Verhandlungsführung
- Einschätzung der Persönlichkeit des Verhandlungspartners
- Psychologie der Überzeugung: Entwicklung und Einsatz überzeugender Verkaufsstrategien
- Phasen einer Verhandlung und Einsatz von Strategien, Taktiken und Techniken
- Souveräne Preisverhandlungen führen

Konsumentenverhalten & Marktforschung

Den Kunden und die Märkte analysieren und verstehen

- Konsumentenverhalten & Marketing
 - Kaufentscheidungen
 - Motive, Ziele und Motivation
 - Emotionen und Stimmung
 - Kognitive Prozesse
 - Einstellungen und Einstellungsänderung (insbesondere Werbung)
- Marktforschung in der Praxis



- Stellenwert von Informationen für Marketingentscheidungen
- Verfahren zur Gewinnung von Daten
- Multivariate Analyseverfahren
- Marktforschungsprojekte

Marketingkommunikation & Markenführung

Kreative Kommunikation und Branding im digitalen Zeitalter

- Einführung in die Marketingkommunikation
- Kommunikationspolitik: Instrumente, Strategien, Budgetierung
- Werbung und Mediaplanung
- Arten der Marketingkommunikation (verbal, visuell, digital, audiovisuell)
- Hörfunkwerbung
- Grundlagen und Entwicklungsstufen Markenführung
- Funktionen von Marken
- Grundkonzept der Identitätsbasierten Markenführung
- Markenpositionierung
- Markenarchitektur
- Interne Markenführung

Online Marketing

Digitale Marketing-Strategien, -systeme und -kampagnen erfolgreich umsetzen

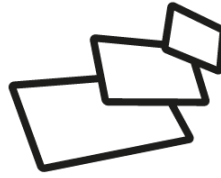
- Überblick Online Marketing
- Online Marketing in der Praxis
 - Suchmaschinen Optimierung und Suchmaschinen Marketing
 - Display Marketing
 - Affiliate Marketing
 - E-Mail und mobile Marketing
 - Content Marketing
- Social Media und Social Media Marketing
- Analyse und Optimierung des digitalen Marketings: Usability, Conversion Optimierung etc.

Strategisches Marketing

Marketing strategisch denken und intelligent planen



- Prozess der strategischen Marketingplanung
- Strategische Marketingentscheidungen
- Der KKV als Navigator strategischer Marketingentscheidungen
- Marktstrategische Dimensionen
- Definition von Strategie, strategischem Marketing Management und Strategieebenen
- Grundlagen des Marketing-Managements (Geschichte und Entwicklung)
- Analyse von Wertchancen
- Planung von Marketingstrategien
- Management integrierter Marketingkommunikation im Zeitalter von Google, Facebook,
- Weibo & Co



Digital Business & Innovation

Innovationsprojekt

Innovationen, Unternehmens-Ideen, Start-ups im Team entwickeln, präsentieren, diskutieren und umsetzen

So gehst du im Innovationsprojekt vor:

- Identifikation von Markt- und Kundenbedürfnissen bzw. von sozialen Herausforderungen und Problemstellungen, für die ein Innovationsbedarf existieren kann.
- Definition der Aufgabenstellung und Projektplanung (nach Möglichkeit im Team)
- Entwicklung eines unternehmerisch bzw. gesellschaftlich relevanten Innovationsansatzes
- Konzeption und Projektierung einer Lösung sowie (nach Möglichkeit) Entwicklung eines Prototyps
- Testen des Innovationansatzes und (nach Möglichkeit) Durchführung einer Markt- und Kundenanalyse
- Finales Design des Innovationsansatzes vor der Projektpräsentation
- Optimierung des finalen Designs nach der Projektpräsentation (bei Bedarf)

Project Pitch

- Präsentation der Innovation
- Verteidigung der Innovation (im Rahmen der Projekt-Studienarbeit)

Integrationsmodul: Einführung, Theorien und Entwicklungen in Innovation, Technologie und Digitalisierung

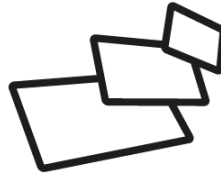
Im Überblick: Die wichtigsten Themen, Theorien und Trends auf den Gebieten Innovation, Technologie und Digitalisierung

Behandlung von Themen, die das jeweilige Kompetenzfeld/den jeweiligen Major in seiner Gänze betreffen und ein Gesamtverständnis für die aktuellen unternehmerischen und gesellschaftlichen Herausforderungen im Kontext des Kompetenzfeld/des Majors schaffen.

Digitale Technologien

Digitale Technologien und Innovationen verstehen – um Strategien erfolgreich umzusetzen

- Hardware und Software
- Computer und Netzwerkarchitekturen
- Programmierung & Algorithmen



- Virtuelle und erweiterte Realität

Datenanalyse und Datenmanagement

Die Macht und Möglichkeiten der Daten nutzen

- Daten
- Datenbanken
- Data Science
- Datensicherheit und Privatsphäre

Prinzipien der digitalen Wirtschaft

Neue Markt-Spielregeln und Strategien im digitalen Zeitalter verstehen

- Das Prinzip Digital
- Grundlagen der digitalen Wirtschaft
- Digitale Organisation und digitales Arbeiten
- Digitale Strategien und Geschäftsmodelle

Digitale Beschaffung und Produktion

Wie die Digitalisierung die Supply Chain und die Produktion verändern

- Supply Chain Management
- Lagerplanung und Logistik
- Enterprise Resource Planning
- Digitale Produktion

Grundlagen des digitalen Marketings

Wie digitales Marketing die Kundenansprache und Marktbearbeitung verändert

- Formen des digitalen Marketing
- Customer Relationship Management
- Digitale Marketing-Konzepte
- Erfolgskontrolle für Digitale Marketing
- Marketing-Trends

Digitale Trends und Trendforschung

Den digitalen Trends und innovatoren auf der Spur

- Digitale Trends

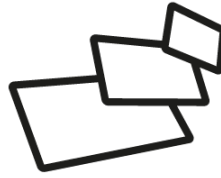


- Mediennutzung der Zukunft
- Trendforschung

Digitales Innovationsmanagement

Wie man Innovationen im digitalen Kontext entwickelt und umsetzt

- Innovation
- Innovationsmanagement
- Innovationsplanung
- Innovationsentwicklung
- Innovationsumsetzung
- Kreativitätstechniken



Personalmanagement & New Work

Innovationsprojekt

Innovationen, Unternehmens-Ideen, Start-ups im Team entwickeln, präsentieren, diskutieren und umsetzen

So gehst du im Innovationsprojekt vor:

- Identifikation von Markt- und Kundenbedürfnissen bzw. von sozialen Herausforderungen und Problemstellungen, für die ein Innovationsbedarf existieren kann.
- Definition der Aufgabenstellung und Projektplanung (nach Möglichkeit im Team)
- Entwicklung eines unternehmerisch bzw. gesellschaftlich relevanten Innovationsansatzes
- Konzeption und Projektierung einer Lösung sowie (nach Möglichkeit) Entwicklung eines Prototyps
- Testen des Innovationansatzes und (nach Möglichkeit) Durchführung einer Markt- und Kundenanalyse
- Finales Design des Innovationsansatzes vor der Projektpräsentation
- Optimierung des finalen Designs nach der Projektpräsentation (bei Bedarf)

Project Pitch

- Präsentation der Innovation
- Verteidigung der Innovation (im Rahmen der Projekt-Studienarbeit)

Integrationsmodul: Einführung, Theorien und Entwicklungen in Organisation und Personal

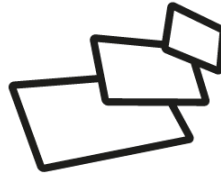
Im Überblick: Die wichtigsten Themen, Theorien und Trends auf den Gebieten Organisation und Personal

Behandlung von Themen, die die Vertiefungsrichtung Organisation und Personal in ihrer Gänze betreffen und ein Gesamtverständnis für die aktuellen unternehmerischen und gesellschaftlichen Herausforderungen im Kontext des Kompetenzfeld/des Majors schaffen.

Kommunikation und Führung

Mitarbeiter erfolgreich führen – überzeugend kommunizieren und motivieren

- Technische und soziale Kommunikationsmodelle
- Feedbackregeln und der Aufbau von Ich-Botschaften



- Führen als Arbeitsaufgabe: Mögliche Führungsrollen und Führungsschwerpunkte
- Führungsstile und ihr Zusammenhang mit Kommunikations- und Delegationsstilen
- In schwierigen Situationen wirksam kommunizieren und führen

Arbeitsrecht

Die wichtigsten Rechtsfragen und Themen für das Personalmanagement

- Individuelles Arbeitsrecht
 - Strukturen des deutschen individuellen Arbeitsrechts und Sozialversicherungsrechts
 - Relevante Gesetzestexte und Rechtsprechung des individuellen Arbeitsrechts
 - Arbeits- und sozialversicherungsrechtliche Anwendungsfälle in der Managementpraxis
- Kollektives Arbeitsrecht
 - Strukturen des deutschen kollektiven Arbeitsrechts und Betriebsverfassungsrechts
 - Relevante Gesetzestexte und Rechtsprechung des kollektiven Arbeitsrechts
 - Arbeits- und betriebsverfassungsrechtliche Anwendungsfälle in der Managementpraxis

Personalplanung und Beschaffung

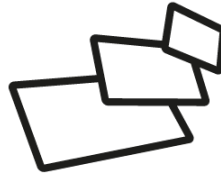
Die richtigen Mitarbeiter durch professionelles Personalmarketing gewinnen

- Ziele einer Personalbedarfsplanung
- Methoden der Personalbedarfsplanung
- Grundlagen der Personalbeschaffung
- Wege und Methoden des Personalmarketings
- Interne und externe Einflüsse auf Personalbedarfsplanung und -beschaffung

Personalauswahl

Anforderungen definieren – Personal suchen – die Richtigen auswählen

- Grundlagen der Personalauswahl
- Anforderungsprofile und Auswahlkriterien
- Personalauswahlinstrumente (Auswahl)
- Verbindung zwischen Personalauswahl und Personalmarketing
- Kriterien für die Definition von Suchprofilen
 - Die Übersetzung von Stellenprofilen in Anforderungen an Persönlichkeitsmerkmale und Kompetenzen
 - Persönlichkeitsmerkmale als Kriterium für die Suche von Mitarbeitern



- Kompetenzen als Kriterium für die Suche von Mitarbeitern und deren Bewertung
- Verfahren für die Auswahl von Mitarbeitern
 - Multimodales Interview
 - Assessment Center
 - Probearbeit

Personalentwicklung

Mitarbeiter modern qualifizieren – Talente motivierend entwickeln

- Grundlagen der Personalentwicklung
- Ziele der Personalentwicklung
- Maßnahmen der Personalentwicklung
- Strategische Bedeutung der Personalentwicklung
- Unternehmensinterne Personalplanung
 - Aufgaben und Möglichkeiten der Positionierung von Human Resources in einer Organisation
 - Talent Management
- Methoden der Personalentwicklung
 - Ermittlung von Lern- und Entwicklungsbedarfen von Mitarbeitern
 - Qualifizierungsstrategien für verschiedene Lernbedarfe

Change Management

Den Wandel professionell gestalten

- Anforderungen an Change-Projekte
 - Grundlagen des Change Management
 - Projekte für den organisatorischen Wandel gestalten
 - Die fachliche Seite der Veränderung
- Die überfachliche Seite der Veränderung
- Auslöser von Unternehmenswandel
- Arten des Wandels und Typen von Change Projekten
- Hemmnisse des Wandels und Ursachen für Misserfolge
- Erfolgsfaktoren und Instrumente für gelingenden Wandel

Projektleitung

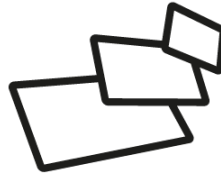
Wie man Projekte professionell und erfolgreich führt

- Projektplanung in der Anwendung
 - Projektstrukturplan
 - Zeitplanung
 - Risikoplanung, Stakeholderanalysen
 - Ziele formulieren



Steinbeis-Hochschule
**SCHOOL OF
MANAGEMENT +
INNOVATION**

- Herausforderungen der Projektleitung
- Aufbau und Führung einer Projektorganisation
- Aufbau und Führung von Projektteams
- Methoden des Multiprojektmanagement



Organisations- und Prozessmanagement

Innovationsprojekt

Innovationen, Unternehmens-Ideen, Start-ups im Team entwickeln, präsentieren, diskutieren und umsetzen

So gehst du im Innovationsprojekt vor:

- Identifikation von Markt- und Kundenbedürfnissen bzw. von sozialen Herausforderungen und Problemstellungen, für die ein Innovationsbedarf existieren kann.
- Definition der Aufgabenstellung und Projektplanung (nach Möglichkeit im Team)
- Entwicklung eines unternehmerisch bzw. gesellschaftlich relevanten Innovationsansatzes
- Konzeption und Projektierung einer Lösung sowie (nach Möglichkeit) Entwicklung eines Prototyps
- Testen des Innovationansatzes und (nach Möglichkeit) Durchführung einer Markt- und Kundenanalyse
- Finales Design des Innovationsansatzes vor der Projektpräsentation
- Optimierung des finalen Designs nach der Projektpräsentation (bei Bedarf)

Project Pitch

- Präsentation der Innovation
- Verteidigung der Innovation (im Rahmen der Projekt-Studienarbeit)

Integrationsmodul: Einführung, Theorien und Entwicklungen in Organisation und Personal

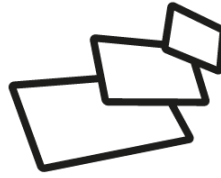
Im Überblick: Die wichtigsten Themen, Theorien und Trends auf den Gebieten Organisation und Personal

Behandlung von Themen, die die Vertiefungsrichtung Organisation und Personal in ihrer Gänze betreffen und ein Gesamtverständnis für die aktuellen unternehmerischen und gesellschaftlichen Herausforderungen im Kontext des Kompetenzfeld/des Majors schaffen.

Kommunikation und Führung

Mitarbeiter erfolgreich führen – überzeugend kommunizieren und motivieren

- Technische und soziale Kommunikationsmodelle
- Feedbackregeln und der Aufbau von Ich-Botschaften



- Führen als Arbeitsaufgabe: Mögliche Führungsrollen und Führungsschwerpunkte
- Führungsstile und ihr Zusammenhang mit Kommunikations- und Delegationsstilen
- In schwierigen Situationen wirksam kommunizieren und führen

Organisationsdesign

Wie Strukturen und Prozesse heute gestaltet werden

- Spezielle Formen der Aufbauorganisation (Assign) unter Beachtung der Zielkonflikte zwischen
 - o Stabilität und Flexibilität (Ambidextrie)
 - o Fremdorganisation und Selbstorganisation
 - o Zentralisierung und Dezentralisierung
- Bedeutung von Prozessen (Combine) und Motivation (Energize) für das Funktionieren der verschiedenen aufbauorganisatorischen Gestaltungsvarianten.
- Anforderungen an agile Organisationen

Instrumente der Organisationsarbeit

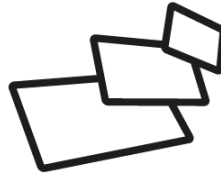
Der methodische Werkzeugkasten für die erfolgreiche Organisationsarbeit

- Instrumente der Auftragserteilung
- Instrumente der Erhebung und Analyse
- Instrumente der Anforderungsermittlung
- Instrumente des Lösungsentwurfs
- Instrumente der Bewertung
- Instrumente der Auswahl und Präsentation
- Besprechungen und Workshops in der Organisationsarbeit vorbereiten, durchführen und nachbereiten

Prozessmanagement

Prozesse agil und dynamisch gestalten

- Aufbau einer Geschäftsprozessorganisation
 - o Definition von Geschäftsprozessen
 - o Implementierung von Prozessen in Organisationen
 - o Anforderungen an das Process Change Management
- Prozesskennzahlen (KPI) zur Steuerung und Optimierung von Geschäftsprozessen
 - o Best Practice und deren Beitrag für die Prozessdefinition und Prozessverbesserung
 - o Methoden zur kontinuierlichen Prozessverbesserung
 - o Methoden zur Bewertung der Geschäftsprozesse



Prozessmodellierung

Software und Systeme für die Modellierung von Unternehmensabläufen

- Dokumentation und Modellierung von Prozessen
 - Variante für die Dokumentation von Prozessen
 - Software für die Dokumentation und Modellierung von Prozessen

Change Management

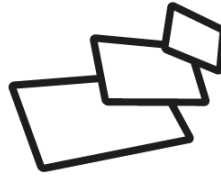
Den Wandel professionell gestalten

- Anforderungen an Change-Projekte
 - Grundlagen des Change Managements
 - Projekte für den organisatorischen Wandel gestalten
 - Die fachliche Seite der Veränderung
- Die überfachliche Seite der Veränderung
- Auslöser von Unternehmenswandel
- Arten des Wandels und Typen von Change Projekten
- Hemmnisse des Wandels und Ursachen für Misserfolge
- Erfolgsfaktoren und Instrumente für gelingenden Wandel

Projektleitung

Wie man Projekte professionell und erfolgreich führt

- Projektplanung in der Anwendung
 - Projektstrukturplan
 - Zeitplanung
 - Risikoplanung, Stakeholderanalysen
 - Ziele formulieren
- Herausforderungen der Projektleitung
- Aufbau und Führung einer Projektorganisation
- Aufbau und Führung von Projektteams
- Methoden des Multiprojektmanagement



Projektphase

Die letzte Phase deines Studiums umfasst deine Projektarbeiten:

- Projektstudienarbeit: Schriftliche Ausarbeitung des Innovation Project, Präsentation
- Studienarbeit: Kolloquium, schriftliche Arbeit
- Bachelor Thesis: schriftliche Arbeit, Abschlussprüfung (Verteidigung)

Projektstudienarbeit (Ausarbeitung Innovation Project)
Die Projektstudienarbeit stellt Lösungen der unternehmensrelevanten Projektaufgabenstellung dar. Dabei werden die Methoden und Erkenntnisse des Studiums um- und eingesetzt.
Präsentation Projektstudienarbeit
Im Anschluss an die schriftliche Ausarbeitung wird die Projektstudienarbeit präsentiert und verteidigt.
Kolloquium Studienarbeit
Begleitend zur schriftlichen Ausarbeitung der Studienarbeit wird einmalig ein Kolloquium besucht, um die eigene Vorgehensweise mit Kommilitonen zu diskutieren.
Studienarbeit
Die Studienarbeit ist eine wissenschaftliche Ausarbeitung zu einem anwendungsorientierten akademischen Thema, das in Absprache mit dem bestellten Erst-Prüfer der SHB bearbeitet wird.
Bachelor Thesis
Die Bachelor Thesis ist eine praxisorientierte, wissenschaftliche und unternehmerisch relevante Konzeption und Abschlussdokumentation, in der das im Studium erworbene Wissen und die erlernten Fähigkeiten auf ein Projekt aus dem beruflichen Umfeld des Studierenden angewendet werden. Die Thesis soll zeigen, dass die/der Studierende in der Lage ist, eine Problemstellung ihres/seines Unternehmens selbständig unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden zu bearbeiten.
Verteidigung der Bachelor Thesis
Das Studium wird mit der Abschlussprüfung beendet. Hier wird die Thesis präsentiert und anschließend verteidigt.