

## Der Steinbeis-SMI Bachelor

- ***Management & Innovation***
- ***Marketing & Management***
- ***Medien & Management***
- ***General Management***
- ***International Management***
- ***IT-Management***

Stand 12/2016

## KERNSTUDIUM

### Phase 1 – Orientierung, Perspektiven und Methoden!

- Der SMI-Navigator
- Moderne Betriebswirtschaftslehre, Management und Wettbewerb
- Die SMI-Toolbox für Management, Studium und das (halbe) Leben
- Volkswirtschaftslehre – unser (globales) Wirtschaftssystem verstehen
- Recht – welche Rechtsfragen Betriebswirte beantworten müssen
- Push 1: Das SMI-Push-Programm – die erste Kompetenz-Messung (individuell)

### Phase 2 – Innovationen, Unternehmertum und Wettbewerbsfähigkeit

- Innovationen und Innovationsmanagement – von der Idee zum Produkt
- Unternehmensführung - Management-Methoden, Prozesse und Strategien
- Marketing – Konsumenten, Märkte und Instrumente
- Internationales Management – wie internationale Potenziale erschlossen werden.
- Push 2: SMI-Push-Programm – die erste Beratung, das erste Coaching (individuell)

### Phase 3 – Finanzen, Finanzierung und Business Pläne

- Keine Angst vor Zahlen: Der „SMI-Mathematik-und-Statistik-Refresher“ (optional)
- Wirtschaftsmathematik und -statistik: Zahlenkompetenz, die man in der Wirtschaft und im Studium braucht.
- Accounting und Controlling – Rechnungswesen, Controlling und Kennzahlen
- Finanzmanagement – Investieren und Finanzieren
- Kosten- und Leistungsrechnung – Kalkulieren und Budgetieren

### Phase 4 - Organisation, Führung und ich.

- Personalmanagement – Mitarbeiter organisieren und führen
- Organisation und Projektmanagement – Struktur, Prozesse und Projekte
- Corporate Social Responsibility - Werte und Verantwortung
- Teamarbeit, Kommunikation und Konflikte
- Abschluss, Ausblick und Ich - auf dem Weg
- Push 3: Das SMI-Push-Programm – Ergebnisse, Entwicklungen und Entscheidungen (individuelles Karriere-Coaching)

## Die FOKUS-MODULE (verteilt über die Phasen 1-4):

### Vertiefung „Management & Innovation“

- Entrepreneurship
- Innovationsmanagement II
- Business Planning and Business Development
- Enterprise 2.0
- + mind. 2 Seminare aus den Vertiefungen Marketing, Medien und/oder IT Management

### Vertiefung „Marketing & Management“

- Konsumentenverhalten und Marktforschung
- Strategisches Marketing
- Branding
- Marketing Organisation und Controlling
- Online Marketing und Social Media
- Werbung, Werbewirkung und Mediaplanung und -analyse

### Vertiefung „Medien & Management“

- Medien- und Kommunikationstheorie
- Medienmärkte und Wettbewerbsstrategie
- Mediensysteme und Medienrecht
- Medienmanagement im digitalen Zeitalter
- Online Marketing & Social Media
- Werbung, Werbewirkung und Mediaplanung und -analyse

### Vertiefung „IT Management“

- IT-Management
- Management betrieblicher Systeme
- IT-Recht
- IT-Change- & Komplexitätsmanagement
- IT-Personal, Kommunikation und Führung
- Online Marketing und Social Media

## **2. Optionale, aktuelle Workshops, die regelmäßig an der SMI angeboten werden– z.B.:**

- „Technologie, Media, Marketing und Management“ – vernetzt betrachtet
- Workshop on digital Marketing – von Google Adwords über die App bis zur Social Media Kampagne

## **3. Das Steinbeis-SMI Push-Programm**

- Kompetenz-Entwicklung im Bachelor der Steinbeis-SMI ist mehr als 17 Noten auf Ihrem Zeugnis.
- Kompetenz-Entwicklung bedeutet neben fachlichem Wissen auch die Entwicklung von sozialen, methodischen und unternehmerischen Fähigkeiten.
- Kompetenz-Entwicklung soll Ihr Selbst-Bewusstsein stärken und Sie bei der beruflichen Zukunfts-Orientierung gezielt unterstützen.
- Was kann ich? Wo muss ich mich weiterentwickeln? Was will ich? Wie komme ich an meine Ziele? Diese Fragen stellen wir Ihnen – und wir versuchen gemeinsam mit Ihnen (Lösungs)-Wege zu finden.
- Mit einer ganzheitlichen Kompetenzmessung, individuellem Coaching und einer systematischen Karriereberatung unterstützen wir Sie konsequent.

## **4. Die SMI Summer School@KaosPilots Danmark**

The 5 day course at the KaosPilots Campus in Aarhus will create the opportunities for:

- a strong focus on cross disciplinary problem based learning & innovation process
- an interesting, topical and compelling task that requires a media, IT & marketing solution.
- a focus on individual and team based leadership.
- increasing communication and feedback skills
- exploring and learning the kaospilot's innovation and design thinking process.
- some local design & cultural inspiration.
- learning how to increase one's awareness of soft skills/attitudes & mindset
- and many more!

# **Der Steinbeis-SMI-Bachelor**

## **- Gemeinsames Curriculum für alle Programme - ausführlich**

### **Phase 1 – Orientierung, Perspektiven und Methoden!**

*(12 Tage – 1 Modul a 3 Tage - 2 Module á 4 Tage)*

#### **Der SMI-Navigator (1,0 Tage):**

- Was passiert um uns? Global, Gesellschaft, Kultur, Technologie, Wirtschaft, Wettbewerb, Kunden
- Was passiert mit uns? Ich, mein Unternehmen, mein Studium, mein Leben, meine Verantwortung
- Was wollen wir verändern und gestalten? Heute und Morgen. Ideen und Projekte. Innovationen und Veränderungen. Kompetenz und Karriere.
- Handlungsfelder, Möglichkeiten und Grenzen des modernen Managements
- Orientierung für dein Studium
- SMI Push-Vorstellung

#### **Push 1: SMI-Push-Programm (individuell)**

#### **Moderne Betriebswirtschaftslehre, Management und Wettbewerb (2 Tage)**

- Gegenstand und Methoden der Betriebswirtschaftslehre
- Betriebswirtschaftliche Führung von Unternehmen
- Planungs- und Entscheidungsmodelle
- Unternehmensphasen
- Wertschöpfungsprozesse
- Unternehmensfunktionen
- Operations Management

#### **Die SMI-Toolbox für Management, Studium und das (halbe) Leben (4 Tage)**

- Die SMI-Toolbox im Überblick
- Recherchieren, Strukturieren und Analysieren
  - Recherchieren im World Wide Wissen
  - Herausforderungen, Probleme und Projekte identifizieren und strukturieren
  - Analysieren
- Wissenschaftliches Arbeiten:
  - Einführung in praxisorientiertes, wissenschaftliches Arbeiten und Studieren,
  - Prinzipien und Begriffe des wissenschaftlichen Arbeitens.
- Projekte erfolgreich managen I
  - Die Idee des Transferstudiums

- Projektmanagement Methoden für dein Studium
- Kommunikation und Kooperation
  - Moderieren und professionell kommunizieren
  - Professionell Präsentieren
- Selbstmanagement:
  - Persönliche Zeitanalyse,
  - Störfaktoren,
  - Zeitmanagement,
  - Planung und Prioritäten
  - Erprobung von Zeitmanagement-Techniken

#### **Volkswirtschaftslehre (2 Tage)**

- Grundlagen der Volkswirtschaftslehre:
  - Mikroökonomik: Angebot, Nachfrage und Preisbildung sowie der Einfluss von Staatseingriffen
  - Industrieökonomik: Gegenüberstellung von Monopol und vollständiger Konkurrenz sowie spieltheoretische Aspekte
  - Außenhandelstheorie: Theorie des komparativen Vorteils und empirische Fakten der Globalisierung
  - Makroökonomik: Definitionen, gesamtwirtschaftliches Gleichgewicht, Konjunktur und wirtschaftspolitische Schlussfolgerungen

#### **Recht (2 Tage)**

- Überblick zu wirtschaftlich relevanten Handlungsfeldern
  - Was muss ein Betriebswirt in Rechtsfragen beherrschen?
  - Bürgerliches Recht
  - Handelsrecht
  - Gesellschaftsrecht und Rechtsformen
  - Führungskräftehaftung
-

## **Phase 2 – Innovationen, Unternehmertum und Wettbewerbsfähigkeit**

*(12 Tage – 3 Module á 4 Tage)*

### **Innovation (2 Tage)**

- Wie entstehen Innovationen?
- Vorteile und Risiken des Innovators am Markt
- Grundlagen des Innovationsmanagements
- Innovations- und Kreativitätstechniken

### **Unternehmensführung (2 Tage)**

- Instrumente der Unternehmensführung
- Führung von Unternehmen und Menschen
- Prozesse der Unternehmensführung (Ziel- und Planungssysteme, Implementierung und Kontrolle)
- Normatives Management (Vision, Politik, Verfassung, Kultur)
- Grundlagen des strategischen Managements (Strategie-Konzepte und -Typen, Strategie-Analyse, strategische Planung, Strategie-Implementierung und operative Umsetzung)

### **Marketing (2 Tage)**

- Was der Marketingmanager über den (modernen) Markt und seine (neuen) Kunden wissen muss – Marktforschung, Konsumentenverhalten, Zielgruppenanalyse, Kundenverständnis
- Definition von Marketingzielen
- Entwicklung von Marketingstrategien
- Systematische Umsetzung von Marketingaktivitäten
- Die Elemente des modernen Marketing Mix
- Der komparative Konkurrenzvorteil

### **International (2 Tage)**

- Neue Herausforderungen und Chancen durch Globalisierung der Wirtschaft
- Internationalisierungsformen: Internationales Marketing und Sales Organisation, Fusionen, Franchising, Joint Venture, Internationale Allianzen
- Arbeiten in interkulturellen Teams
- Cross Cultural Management

+ 2x 2 Tage aus der ausgewählten Vertiefung

Push 2: SMI-Push-Programm (0,5 Tage)

## **Phase 3 – Finanzen, Finanzierung und Business Pläne**

*(12 Tage – 3 Module á 4 Tage)*

**Keine Angst vor Zahlen: Der „SMI-Mathematik-und-Statistik-Refresher“ (2 Tage optional)**

### **Wirtschaftsmathematik und Wirtschaftsstatistik (2 Tage)**

- Mathematik, die man in der Wirtschaft und dem Wirtschaftsstudium braucht:
  - Analysieren, Kalkulieren und bewerten.
  - Grundlagen der linearen Algebra
  - Grundlagen der Analysis, Differential- und Integralrechnung
- Statistische Kompetenz für Wirtschaftspromis und -studenten:
  - Grundlagen der beschreibenden Statistik
  - Korrelations- und Regressionsanalyse
  - Zusammenhangsanalyse

### **Accounting und Controlling (2 Tage)**

- Grundlagen des betrieblichen Rechnungswesens (Buchführung, Jahresabschluss, Bilanz und G+V)
- Bilanzanalyse und Bilanzpolitik
- Controllingssysteme und -techniken
- Kalkulations- und Kennzahlensystematik

### **Finanzmanagement (2 Tage)**

- Grundlagen der Investitionsrechnung
- Verfahren der Wirtschaftlichkeitsrechnung
- Finanzierung der Unternehmung

### **Kosten- und Leistungsrechnung (2 Tage)**

- Systeme und Methoden der Kosten- und Leistungsrechnung
- Betriebsabrechnung und Kalkulation
- Budgetierung und Steuerung

**+ 2x 2 Tage aus der ausgewählten Vertiefung**



## **Phase 4 - Organisation, Führung und ich.**

*(12 Tage – 3 Module á 4 Tage)*

### **Personalmanagement (2 Tage)**

- Einführung in das Personalmanagement
- Personalplanung und Ressourcensteuerung
- Personaleinsatz (Einführung, Arbeitszeit und Entgelt)
- Personalentwicklung
- Grundlagen der Personalführung
- Arbeitsrechtliche Fragestellungen

### **Organisation und Projektmanagement (2 Tage)**

- Grundlagen der Unternehmensorganisation
  - Aufbau-Organisation
  - Ablauf-Organisation und Prozessmanagement
  - Qualitätsmanagement,
  - Information- und Technologiemanagement
  - Organisations-Entwicklung und Change Management
- Grundbegriffe des Projektmanagements
  - Basisfaktoren der erfolgreichen Projektarbeit
  - Strukturierung und Spezifizierung eines Projektes und Projektphasen
  - Methoden des Projektmanagements
  - Konfliktmanagement in Projekten
  - Projektmanagement in der Praxis

### **Corporate Social Responsibility - Werte und Verantwortung (1 Tage)**

- Unternehmen und ihre Verantwortung gegenüber der Gesellschaft
- Warum verpflichten sich Unternehmen, Verantwortung zu übernehmen?
- Welche Vorteile und Potenziale entstehen durch CSR?
- Bereiche von Corporate Social Responsibility: Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft
- Klein und groß gedacht: Konkrete Ideen und Maßnahmen zur Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung

### **Teamarbeit, Kommunikation und Konflikte (2 Tage)**

- Teams leiten und führen
- Gruppendynamiken erkennen und nutzen
- Das Mitarbeitergespräch
- Konfliktodynamik und Konfliktlösungsmethoden
- Kritik richtig äußern und aufnehmen
- Zielgruppengerechtes Präsentieren und Kommunizieren

**Abschluss, Ausblick und Ich - auf dem Weg (1,0 Tage)**

- Ist-Status – Ziele – Karriere – Handlung: Karrieremanagement
- Ausblick auf Projektarbeit (bei Bedarf)
- Guestspeaker und Alumni zu Karriere und Führung (der eigenen Person)
- Studienabschluss: Feedback & Feier

+ 2x 2 Tage aus der ausgewählten Vertiefung

**Push 3: Push-Programm (individuell)**

## **Der Steinbeis-SMI-Bachelor - die 5 Fokus-Programme -**

- **Fokus 1: „Management & Innovation“**
- **Fokus 2: „Marketing & Management“**
- **Fokus 3: „Medien & Management“**
- **Fokus 4: „General Management & Economics“**
- **Fokus 5: „International Management“**
- **Fokus 6: „IT Management“**

## **Fokus-Studium „Management & Innovation“**

**(Die Module sind verteilt auf die Phasen 2 bis 4)**

### **Entrepreneurship (2 Tage)**

- 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

### **Innovationsmanagement II (2 Tage)**

- Strategisches und operatives Innovationsmanagement
- Innovationsmarktforschung
- Formen der Markteinführung von innovativen Produkten und Dienstleistungen
- Marketing für Innovationen
- Innovations-Controlling

### **Business Planning and Business Development (2 Tage)**

- Business Pläne erstellen, verstehen, präsentieren und umsetzen
- Die Grundstruktur des Business Plans:
  - Das Gründungsteam und die Mitarbeiter
  - Darstellung der Geschäftsidee, Produkte, Dienstleistungen und Unternehmen
  - Wettbewerbs- und Marktanalyse
  - Chancen- und Risiken-Analyse
  - Begründung der gewählten Rechtsform
  - Der Marketing- und Vertriebsplan
  - Organisation und Produktmanagement
  - Der Finanzplan
  - Projektplanung für Business Pläne
- Die professionelle Präsentation von Business Plänen
- Next Step: Business Pläne nach dem Canvas Business Modell
- Umsetzungsstrategien für Business Pläne
- Business Development

**+ 2 Tage aus einer ausgewählten Vertiefung**

**Enterprise 2.0 (2 Tage)**

- Technologische Entwicklungen und ihre Auswirkungen auf Märkte, Management und Marketing
- Soziale Netzwerke, agile Strukturen und dynamische Prozesse
- „Digitales Management“ und moderne Führung
- Wie sehen das Unternehmen und die Wirtschaft der Zukunft aus?

**+ 2 Tage Vertiefung mindestens**

# Fokus-Studium „Marketing & Management“

(Die Module sind verteilt auf die Phasen 2 bis 4)

## Konsumentenverhalten und Marktforschung

- Konsumentenverhalten & Marketing
  - Kaufentscheidungen
  - Motive, Ziele, Motivationen
  - Emotionen & 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

## Strategisches Marketing

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

## Branding

- Die Marke und Ihre Wirkung verstehen
- Strategische Markenführung
- Kommunikation von Marken
- Marken im digitalen Kontext
- Marken im internationalen Kontext
- Corporate Identity

## Marketing-Organisation & -Controlling

- Die Organisation des Marketings: Wie Strategie, Marketing, Vertrieb und Online optimal zusammenspielen
- Marketing-Controlling
  - Planungs-, Informations-, Analyse- und Steuerungsaufgaben des Marketing-Controlling
  - Aufbau von Marketing-Informationssystemen
  - Methoden des strategischen und operativen Marketing-Controlling
  - Implementierungsansätze des Marketing-Controlling
  - Performance Measurement

## Werbung, Werbewirkung, Mediaanalyse und -planung

- Grundlagen der Werbung
- Planung und Gestaltung von Werbung
- Kreative Werbekampagnen verstehen, planen und umsetzen
- Werbewirkungskriterien
- Werbewirkung
- Werbecontrolling
- Mediaanalyse und -planung
  - Der Mediamarkt in Deutschland und Europa
  - Mediastudien und Bewertungsebenen
  - Mediabegriffe
  - Der Prozess der strategischen Mediaplanung
  - Zielgruppenanalyse und Wettbewerbsanalyse
  - Taktische Mediaplanung

## Online Marketing & Social Media

- 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.

## **Fokus-Studium „Medien & Management“**

**(Die Module sind verteilt auf die Phasen 2 bis 4)**

### **Medien- & Kommunikationstheorie**

- Wie Medien wirken – was Medien bewirken
- Psychologische und physiologische Medienwirkung
- Gesellschaft und Medien
- Medien und Wirtschaft
- Moderne Theorien innerhalb der Kommunikations- und Medienwissenschaft
- Methoden der Publizistik und Grundlagen der Kommunikationswissenschaft
- Kommunikationspolitik

### **Medienmärkte & Wettbewerbsstrategien**

- Medienmärkte und Ihre Merkmale
- Spezifika und Merkmale von Medienproduktion
- Marktstrukturen, Wertschöpfung und Strategien in Mediensektoren
- TV und Film
- Radio und Musik
- Print
- New Media (Online und Mobile Media)
- T.I.M.E-Strategien und konvergente Medienangebote

### **Mediensysteme & Medienrecht**

- Medienstruktur in Deutschland und Europa
- Mediensysteme im internationalen Vergleich
- Das deutsche und europäische Medienrecht
- Nationale und internationale Ebenen der Medienpolitik
- Grundlagen des Medienrechts
  - Rundfunk-, Presse-, Wettbewerbs- und Markenrecht
  - Digitalisierung und Medienrecht
  - Urheberrecht
  - Auswirkungen medienrechtlicher Fragestellungen auf das Medienmanagement

### **Medienmanagement im digitalen Zeitalter**

- Digitale Innovationen und Technologien
- Mediennutzungsverhalten und Nutzer-Typologie im digitalen Zeitalter
- Digitalisierung als Innovationstreiber verstehen und nutzen
- Strategische und operative Konsequenzen der Digitalisierung in allen Mediengattungen: Wie reagiert man richtig?



### **Werbung, Werbewirkung, Mediaanalyse und -planung**

- Grundlagen der Werbung
- Planung und Gestaltung von Werbung
- Kreative Werbekampagnen verstehen, planen und umsetzen
- Werbewirkungskriterien
- Werbewirkung
- Werbecontrolling
- Mediaanalyse und -planung
  - Der Mediamarkt in Deutschland und Europa
  - Mediastudien und Bewertungsebenen
  - Mediabegriffe
  - Der Prozess der strategischen Mediaplanung
  - Zielgruppenanalyse und Wettbewerbsanalyse
  - Taktische Mediaplanung

### **Online Marketing & Social Media**

- 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.

## **Fokus-Studium „General Management & Economics“**

**(Die Module sind verteilt auf die Phasen 2 bis 4)**

### **Entrepreneurship (2 Tage)**

- 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

### **Strategisches Marketing**

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

### **Business Planning and Business Development (2 Tage)**

- Business Pläne erstellen, verstehen, präsentieren und umsetzen
- Die Grundstruktur des Business Plans:
  - Das Gründungsteam und die Mitarbeiter
  - Darstellung der Geschäftsidee, Produkte, Dienstleistungen und Unternehmen
  - Wettbewerbs- und Marktanalyse
  - Chancen- und Risiken-Analyse
  - Begründung der gewählten Rechtsform
  - Der Marketing- und Vertriebsplan
  - Organisation und Produktmanagement
  - Der Finanzplan
  - Projektplanung für Business Pläne
- Die professionelle Präsentation von Business Plänen
- Next Step: Business Pläne nach dem Canvas Business Modell
- Umsetzungsstrategien für Business Pläne
- Business Development

### **Economics & Tax Law (2 Tage)**

- Grundlagen der Wirtschaftspolitik
- Einblicke in die Fiskalpolitik und Geldpolitik
- Forschung und Ergebnisse der Innovationsökonomie
- Die Prinzipien des Steuerrechts – Besonderheiten des deutschen und europäischen Steuerrechtssystems

### **Produktion und Logistik/ Supply Chain Management (2 Tage)**

- Der Weg des Produkts vom Zulieferer bis zum Endkunden
- Erläuterung des Unterschieds zwischen Logistik und Supply Chain Management
- Grundlagen und Einblicke in das strategische/ taktische/ operative Supply Chain Management
- Analysemethoden zur optimalen Standort- und Lieferantwahl
- Nutzen von Netzwerk- und Schnittstellenmanagement
- Die Bestandteile der Wertschöpfungskette

### **Qualitätsmanagement & Organisationale Führung (2 Tage)**

- Eigenschaften und Vorteile des Einsatzes eines Qualitätsmanagements
- Voraussetzungen und Ergebnisse von strukturiertem Qualitätsmanagement
- Anwendungsmethoden der wichtigsten Qualitätsmanagement-Werkzeuge
- Zertifizierungsmöglichkeiten für Unternehmen (DIN EN ISO 9000, 9001, 9004 und 19011)
- Aufgaben des unternehmensinternen Qualitätsmanagers
- Was versteht man unter organisationaler Führung, worin unterscheidet sich diese von sozialer oder personaler Führung?
- Aufgaben und Besonderheiten der organisationalen Führungsebene

## **Fokus-Studium „International Management“**

**(Die Module sind verteilt auf die Phasen 2 bis 4)**

### **Cross Cultural Management (2 Tage)**

- Kommunikation in multikulturellen Unternehmen
- Interkulturelles Personalmanagement
- Der Einfluss kultureller Faktoren auf Management- und Führungsprozesse
- Interkulturelle Führungskompetenz
- Global Corporate Culture Management
- Kulturelle Vielfalt als Marktvorteil
- Strategien zum Kulturtransfer

### **International Marketing & Export (2 Tage)**

- Ziele und Strategien im internationalen Marketing
- Standardisierung vs. Differenzierung der Marketinginstrumente
- Marken als verbindende Bezugsobjekte zwischen Ländermärkten
- Auswirkungen der Digitalisierung auf internationale Marktstrategien
- Komplexität und Dynamik im internationalen Wettbewerb
- Informationsbeschaffung und Auswahl von Exportländern
- Management von Vertriebswegen
- Exportkalkulation

### **European Union & International Law (2 Tage)**

- Gerichtszuständigkeiten in Europa
- Vollstreckungen von Gerichtsurteilen
- EU Wettbewerbs- und Kartellrecht
- Unterschiedliche Rechtsformen in der EU
- EU Verbraucherrecht
- Warenimport und -export innerhalb und außerhalb der EU
- Exportkontrolle im Unternehmen
- Zollvorschriften
- Außenwirtschaftsrecht
- Internationale Vertragsgestaltung
- UN-Kaufrecht
- Primärrechte von Verträgen

#### **International Finance & Accounting (2 Tage)**

- Die internationale Kapitalmarkttheorie
- Strategische Interaktion auf internationalen Finanzmärkten
- Wechselkursparitäten
- Bewertung von Währungsoptionen
- Modelle zur Prognose von Wechselkursen
- Bewertung von internationalen Wertpapieren und Derivaten
- Wirtschafts- und Finanzstrukturen internationaler Währungsgebiete
- Jahresabschlüsse nach deutschem und internationalem Recht
- Internationale Rechnungslegung
- International Accounting Standard Board (IASB)
- International Financial Reporting Standards (IFRS)

#### **Global Logistics & Supply Chain Management (2 Tage)**

- Die Bestandteile der Wertschöpfungskette
- Management von internationalen Wertschöpfungsketten
- Internationale Distributions- und Umschlagssysteme
- Analysemethoden zur optimalen Standort- und Lieferantenwahl
- Warehouse Management
- Internationales Logistikmanagement
- Internationales Logistik Controlling
- Transaktionskosten
- Einbindung internationaler Partner in die globale Supply Chain
- Nutzen von Netzwerk- und Schnittstellenmanagement

#### **Internationalisierungs-Strategien und internationale Strukturen (2 Tage)**

- Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien
- 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

## **Fokus-Studium „IT-Management“**

**(Die Module sind verteilt auf die Phasen 2 bis 4)**

### **Einführung IT-Management**

- Strategischer Einsatz von Informationstechnologie
- IT-Governance
- Zusammenhang zwischen IT-Prozessen und Unternehmensstrategie
- Risikomanagement und Frühwarnsysteme
- Organisation der IT-Anwendung
  - Anwendungsgebiete betrieblicher Anwendungssysteme
  - Organisationskonzepte
  - Verantwortungsbereiche IT Management
- Entwicklung einer IT-Strategie
  - Strategic Alignment Model
  - Zieldefinition
  - Analysephase
  - Strategieformulierung
  - Strategieprüfung
  - Projektportfolio

### **Management betrieblicher Systeme**

- Strategisches IT-Management
- Organisation der IT-Anwendung
- Strategischer Einsatz von Informationstechnologie
- Anwendung von Informationssystemen
- Modellierung und Abbildung von Geschäftsprozessen
- Angewandtes IT-Management
- Analyse von Systemen
- Planung von Informationssystemen
- Entwurf und Entwicklung von Informationssystemen

### **IT-Recht**

- Datenschutz
- IT-Risikomanagement
- Informationssicherheit und IT-Sicherheit
- Gewerbliche Schutzrechte
- Nutzungsrechte (Lizenzrecht)

### **IT-Innovationen, Change- & Komplexitätsmanagement**

- Organisation von IT-Unternehmen und -Projekten
- Entwurf und Entwicklung von IT-Systemen

- Software Engineering
- Change-Management in IT-Projekten
- IT-Projektmanagement
  - Phasen & Methoden des Projektmanagement
  - IT-spezifische Arbeitsstrukturen und Besonderheiten dezentraler Projekt- und Entwicklerteams

#### **Online Marketing & Social Media**

- 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.

#### **IT-Personal, Kommunikation und Führung**

- Konzepte und Strategien für das Management von IT-Personal
- Innovative Personalentwicklungsstrategien
- Führung und Entwicklung von IT-Teams
- Strategische Aus- und Weiterbildung im IT-Bereich
- Personalmarketing IT
- Entlohnungs- und Beurteilungssysteme im IT-Bereich
- Führung der eigenen Person
- Kommunikation und Konflikte: IT und Non-IT