

Modulbereiche

1. Überblick

Modulbereich Foundation

Die Foundations beinhalten Module zu zentralen Themen der Betriebswirtschaftslehre (engl. Business Administration) sowie Veranstaltungen, die für betriebswirtschaftliche Aufgaben und Funktionen notwendig sind wie z.B. Recht und Volkswirtschaftslehre. Mit diesem Kernfachangebot wird sichergestellt, dass alle Absolventen des B. A. über grundlegendes Wissen und grundlegende Kompetenzen in den Bereichen Business Administration und Wirtschaftswissenschaften verfügen. Ebenfalls wird die Basis für weiterführende Veranstaltungen in den entsprechenden Vertiefungsrichtungen und ggf. gewählten Spezialisierung gelegt. Wenn einzelne Module aus den Foundations absolviert sein müssen, bevor bestimmte vertiefungs-Module besucht werden können, so ist das in den jeweiligen Modulbeschreibungen kenntlich gemacht.

Modulbereich Vertiefungsrichtungen (engl. Major) und Spezialisierungen (engl. Minor)

Die Vertiefungsbereiche (engl. Major) sowie die darin enthaltenen Spezialisierungen (engl. Minor) beinhalten Module aus dem jeweiligen Kompetenzbereich. Der Inhalt lehnt sich eng an die Forschungsfelder der hauptamtlichen Mitglieder der Fakultät an. Es muss und kann nur ein Vertiefungsbereich gewählt werden. Die angebotenen Veranstaltungen in diesem Modulbereich sind im Studienangebotsplan aufgelistet. Innerhalb eines Vertiefungsbereichs können verschiedene Spezialisierungen angeboten werden.

Modulbereich Project

Dieser Bereich beinhaltet folgende Leistungen: Eine Projektstudienarbeit (PSA), eine Studienarbeit (SA) und eine Bachelor Thesis (BT). Wie alle Studiengänge der Steinbeis-Hochschule Berlin gründet der Bachelor of Arts in Business Administration auf dem Konzept des so genannten Projekt-Kompetenz-Studiums/Transferstudiums. Diesem Bildungskonzept liegt die stetige Kopplung zwischen Beobachtungen und Lösungsansätzen auf der Phänomenebene sowie der Reflexion, Gewinnung und Rückspiegelung dieser Lösungsansätze auf der Prinzipiebene zugrunde. Ein transferorientiertes Studium zeichnet sich dadurch aus, dass Studierende die Möglichkeit erhalten, zur Generierung von Lösungsansätzen auf der Phänomenebene sowie zur Gewinnung von Wissen auf der Prinzipiebene beizutragen. Der Transfer rückt hierdurch als Lernerfahrung in den Mittelpunkt des Bildungsprozesses. Der Modulbereich Project bündelt diesen Transfergedanken in Form eines authentischen, realen Projektes aus der Lebens- und Arbeitswelt des Studierenden in einem Unternehmen bzw. einer Organisation. Dieses Projekt wird durch die oder den Studierenden während seines Studiums durchdacht, geplant und umgesetzt. Der Transferprozess zwischen Phänomen- und Prinzipiebene wird dabei innerhalb des Themenfeldes des Projektes mit daraus abgeleiteten, jeweils eigenständigen Themen und Aufgabenstellungen in der PSA, der SA sowie und der BT dokumentiert.

2. Vertiefungsrichtungen und Spezialisierungen des Bachelorstudiums

Nachfolgend werden die Vertiefungsrichtungen in der Reihenfolge ihrer Nennung in der SPO beschrieben:

- 1) Management und Unternehmensführung
- 2) Organisation und Personal
- 3) Marketing, Media und Kommunikation
- 4) Finanzen, Banken und Controlling
- 5) Innovation, Technologie und Digitalisierung
- 6) Branchenspezifische Betriebswirtschaftslehre und spezifische Managementmethoden

Zu jeder Vertiefungsrichtung (engl. Major) werden zudem die zugehörigen Spezialisierungen (engl. Minor) beschrieben.

Vertiefungsrichtung 1: Management und Unternehmensführung

Im Fokus der Vertiefungsrichtung „Management und Unternehmensführung“ steht die Vermittlung von strategischen Management- und Leitungskompetenzen. So können die Studierenden nach erfolgreichem Abschluss der Vertiefungsrichtung die Relevanz und den Umfang unternehmerischer Fragen beurteilen. Mit den erlernten Methoden sind die Studierenden zudem in der Lage eigenständig konstruktive und verteidigungsfähige Handlungsempfehlungen zu entwickeln, zu formulieren und betriebswirtschaftlich umzusetzen.

Insbesondere können die Studierenden die typischen Führungsaufgaben des Managements verstehen und daraus anwendungsorientiert Schlussfolgerungen ziehen: die strategische Unternehmensplanung sowie die Konzeption, Einführung und Pflege wesentlicher leistungsfähiger Systemstrukturen. Zudem liegt eine Betonung dieser Vertiefungsrichtung in der Vermittlung der sozialen Dimension unternehmerischen Handelns: Corporate Social Responsibility wird als wichtiger Bestandteil wirtschaftlichen Handelns verstanden, um werthaltiges und zukunftsorientiertes Wissen transferorientiert diskutieren zu können.

Innerhalb der Vertiefungsrichtungen können durch Kombination bestimmter Wahlpflichtmodule folgende Spezialisierungen absolviert werden:

Spezialisierung 1.1: General Management (40 CP)

Spezialisierung 1.2: Integrated Management (30 CP)

Spezialisierung 1.3: Innovation (30 CP)

Spezialisierung 1.4: International Management (40 CP)

Spezialisierung 1.1: General Management (40 CP)

Die Spezialisierung „General Management“ vermittelt eine vielschichtige Wissens-Basis, um unternehmerische Entscheidungen umfassend und interdisziplinär nachvollziehen und eigenständig treffen zu können. Insbesondere können die Studierenden die Komplexität unternehmerischer Entscheidungen beurteilen, Auswirkungen des unternehmerischen Handelns konstruktiv kritisch hinterfragen und anwendungsorientiert Schlussfolgerungen ziehen. Zudem liegt ein Fokus in der sozialen Komponente des Wirtschaftens: unternehmerische Verantwortlichkeit sowie internationale und kulturelle Aspekte werden in der Lehre betont, um nachhaltige Lösungen erschließen zu können. Dabei werden gesellschaftliche, ökologische und kulturelle Fragen eingeschlossen.

Spezialisierung 1.2: Integrated Management (30 CP)

Diese Spezialisierung ist auf Unternehmen sämtlicher Branchen ausgerichtet. Hier werden moderne Ansätze der Unternehmensführung präsentiert. Zu den Inhalten zählen die aktuellen Entwicklungen in der fortschreitenden Digitalisierung, einer modernen Kundenorientierung, ein besseres Verständnis für Netzwerke und Netzwerkmanagement und das Instrumentarium eines effizienten Veränderungsmanagements.

Spezialisierung 1.3: Innovation (30 CP)

Die Spezialisierung „Innovation“ fokussiert insbesondere folgende Aspekte des Managements und der betriebswirtschaftlichen Führung: Innovationsmanagement und Enterprise 2.0. Außerdem setzen sich die Studierenden intensiv mit Kommunikationstechniken & Teamwork auseinander. Die Studierenden dieser Spezialisierung können begründen, welche Konzepte zur Generierung von Innovationen sich für welche spezifischen Unternehmenskontexte eignen. Durch das Fachwissen im Bereich der Enterprise 2.0 verstehen Sie die systematische Entwicklung organisationaler Strukturen weg von hierarchischer Steuerung hin zu autonomer Selbststeuerung. Konzepte des moderierenden Managements gehören zu diesem neuen betrieblichen Mindset genauso wie Software-Tools, die den freien, dezentralen Wissensaustausch zwischen Mitarbeitern fördern.

Spezialisierung 1.4 International Management (40 CP)

In der Spezialisierung „International Management“ stehen die zunehmend global vernetzten Wirtschaftssysteme im Fokus. Die Studierenden verstehen die Konzepte, die Unternehmen einen strategisch geplanten und effizienten Umgang mit internationalen Kontexten ermöglichen. Es werden insbesondere folgende Aspekte des Managements und der betriebswirtschaftlichen Führung vermittelt: Internationalisierungsstrategien, globale Logistik, internationale Finanzsysteme und internationales Marketing. Außerdem können die Studierenden verschiedene Konzepte des Cross Cultural Management verstehen und in der Praxis einsetzen.

Vertiefungsrichtung 2: Organisation und Personal

Die Vertiefungsrichtung Organisation und Personal dient der Vertiefung solcher Bereiche der Unternehmensführung, bei denen es um Menschen und deren Zusammenarbeit in Unternehmen geht. Im Bereich Organisation geht es um die Ausgestaltung von Regeln, nach denen die Zusammenarbeit der Mitglieder eines Unternehmens im Hinblick auf Arbeitsteilung und Arbeitsverbindung gestaltet werden kann. Im Mittelpunkt stehen dabei Fragen des Organisationsdesigns, des Prozessmanagements und des Qualitätsmanagements. Im Bereich Personalmanagement geht es insbesondere um die Fragen, wie Unternehmen geeignete Mitglieder gewinnen und entsprechend der Bedarfe des Unternehmens in ihren individuellen Kompetenzen weiterentwickeln können. Die Vertiefungsrichtung Organisation und Personal richtet sich an Personen, die in ihrem Beruf Aufgaben im Organisations- und Personalmanagements haben. Dies können sowohl unmittelbare Berufsrollen (Mitarbeiter in den Bereichen Organisation, Prozessmanagement, Qualitätsmanagement, Personalmanagement) wie auch beratende Rollen in diesen Bereichen sein.

Innerhalb der Vertiefungsrichtungen können durch Kombination bestimmter Wahlpflichtmodule folgende Spezialisierungen absolviert werden:

Spezialisierung 2.1: Organisation und Prozessmanagement (40 CP)

Spezialisierung 2.2: Personalmanagement und New Work (40 CP)

Spezialisierung 2.3: Wirtschafts- und Organisationspsychologie (40 CP)

Spezialisierung 2.1: Organisation und Prozessmanagement (40 CP)

In der Spezialisierung Organisation und Prozessmanagement werden, ausgehend von den Grundlagen des Organisationsmanagements, verschiedene Formen der Organisationsdesigns und zentrale Instrumente der Organisationsarbeit vermittelt. Außerdem stehen Methoden des Prozessmanagements und der Prozessmodellierung im Mittelpunkt dieser Spezialisierung.

Spezialisierung 2.2: Personalmanagement und New Work (40 CP)

In der Spezialisierung Personalmanagement und New Work werden, ausgehend von den Grundlagen des Personalmanagements, die spezifischen Herausforderungen der Personalplanung, der Personalbeschaffung und der Personalentwicklung auch vor dem Hintergrund der Entwicklungen des New Work behandelt. Ein weiteres Themenfeld ist das Arbeitsrecht. Es werden Grundfragen des individuellen und kollektiven Arbeitsrechts behandelt.

Spezialisierung 2.3: Wirtschafts- und Organisationspsychologie (40 CP)

Die Spezialisierung Wirtschafts- und Organisationspsychologie ermöglicht das Verständnis der psychologischen Hintergründe menschlichen Handelns in Organisationen. Dazu werden die Grundlagen der Wirtschaftspsychologie und die dort einschlägigen Forschungsmethoden erörtert. Außerdem werden Grundlagen des Organisationsmanagements, verschiedene Formen der Organisationsdesigns und zentrale Instrumente der Organisationsarbeit vermittelt.

Vertiefungsrichtung 3: Marketing, Media und Kommunikation

Im Zentrum der Vertiefungsrichtung „Marketing, Media & Kommunikation“ (MMK) stehen die Folgen tiefgreifender Transformationsprozesse im Marketing sowie der Medien- und Kommunikationswirtschaft. Modernes Marketing verlangt heute eine kontinuierliche, integrierte und datenbasierte Interaktion – mit und zwischen allen relevanten Austauschpartnern. Die Vertiefungsrichtung thematisiert insbesondere, inwiefern sich die Kontextbedingungen im Marketing verändern (Kundenverhalten, Marktbedingungen, Wettbewerbssituationen, relevante Technologien, Plattformen und Systeme). Um die Studierenden zu befähigen, entscheidende Erfolgsfaktoren im Dialog mit Kunden identifizieren und kontrollieren zu können, vermittelt diese Vertiefungsrichtung die gesamte Bandbreite relevanter Marketingtheorien und -methoden. Hierbei entwickeln die Studierenden konzeptionelle Fähigkeiten und erlangen ein umfassendes Marketing-Verständnis, das sie in die Lage versetzt, gelernte Methoden erfolgsorientiert in einem komplexen Wettbewerbsumfeld anzuwenden. Bei erfolgreichem Abschluss der Vertiefungsrichtung wissen die Studierenden darüber hinaus, welche Rolle Daten im Marketing spielen, wie Media-Systeme und -Märkte funktionieren und wie Marketing-Funktionen unter Berücksichtigung rechtlicher, finanzieller und organisatorischer Aspekte zu steuern sind.

Innerhalb der Vertiefungsrichtungen können durch Kombination bestimmter Wahlpflichtmodule folgende Spezialisierung absolviert werden:

Spezialisierung 3.1: Marketing Management (30 CP)

Spezialisierung 3.2: Marketing Communication (30 CP)

Spezialisierung 3.3: Vertriebsmanagement (40 CP)

Spezialisierung 3.4: Kreation (40 CP)

Spezialisierung 3.1: Marketing Management (30 CP)

In der Spezialisierung „Marketing Management“ stehen klassisches strategisches Marketing genauso wie moderne Methoden des digitalen Marketings im Fokus. Die Studierenden können begründen, welche Marketingmaßnahmen sich in unterschiedlichen Branchen und Produktmärkten vorzuziehen sind.

Spezialisierung 3.2: Marketing Communication (30 CP)

Die Spezialisierung „Marketing Communication“ steht im Zeichen professioneller Kommunikation der jeweiligen Marketingstrategien. Studierende verstehen, welche Systematiken und Konzepte eine erfolgreiche Markenführung ermöglichen. Um einen bewussten Umgang mit der jeweiligen Zielgruppe zu ermöglichen, kennen die Studierenden die Grundlagen der Marktforschung und des Konsumentenverhaltens.

Spezialisierung 3.3: Vertriebsmanagement (40 CP)

Die Spezialisierung „Vertriebsmanagement“ behandelt alle zentralen Aspekte des Vertriebs in Unternehmen. Die wesentlichen Konzepte des Vertriebs- und Accountmanagements ermöglichen es den Studierenden, sinnvolle Vertriebsentscheidungen zu fällen, die zusammen mit den ebenfalls erworbenen Fähigkeiten im Marketing- und Vertriebscontrolling einen effizienten Regelkreis für strategisch geplanten Vertrieb gewährleisten. Außerdem werden die Studierenden befähigt, rechtliche Aspekte im Vertrieb angemessen zu berücksichtigen, wobei der Schwerpunkt auf Marketingrecht und Vertragsgestaltung liegt. Schließlich werden auch wesentliche theoretische Konzepte und praktische Aspekte der Verkaufspsychologie vermittelt.

Spezialisierung 3.4: Kreation (40 CP)

Die Spezialisierung Kreation vermittelt Modelle, Methoden und Techniken für die kreative Gestaltung von Kommunikationsprozessen insbesondere auf den Gebieten der Wirtschafts- und Gesellschaftskommunikation. Dabei wird ein besonderes Augenmerk auf die Bedeutung der Digitalisierung und der integrierten Kommunikation gelegt. Die Studierenden kennen die wichtigsten grafischen und sprachlichen Kommunikationskonzepte und sind in der Lage diese anzuwenden. Außerdem sind ihnen die wichtigsten Theorien auf diesen Gebieten bekannt. Auch die Einordnung und Integration der kreativen Kommunikation in einem strategischen Marketingprozess verstehen die Studierenden.

Vertiefungsrichtung 4: Finanzen, Banken und Controlling

Leitthema dieser Vertiefungsrichtung ist die finanziell-quantitative Steuerung unternehmerischer und privater Investitions- und Finanzierungsentscheidungen. Studierende sollen auf eine Managementtätigkeit im Finanzdienstleistungssektor oder im Finanzbereich von Industrie und Dienstleistungsunternehmen vorbereitet werden. Im Vordergrund steht das Erlangen hochschulspezifischer Kenntnisse als Basis einer Tätigkeit in den Unternehmensbereichen Finanzen, Banken und Controlling. Im Bereich Finanzen werden dazu die Elemente der klassischen und modernen Finanzierungstheorie ebenso wie der institutionelle Ansatz vermittelt, immer vor dem Hintergrund ihrer Anwendbarkeit in unternehmerischen und privaten Entscheidungssituationen. Im Bereich Banken werden die für eine Tätigkeit in Kreditinstituten wesentlichen Themen des ertragsorientierten Bankmanagements nach Schierenbeck diskutiert. Den Studierenden werden die nötigen Fachkompetenzen für eine erfolgreiche Karriere im Finanzdienstleistungssektor vermittelt. Das Controlling-Konzept fußt auf einem modernen, wertorientierten Controlling-Verständnis im Sinne des Value Controllings. Klassische Planungs- und Kontrollfunktionen werden dabei mit dem Shareholder Value Ansatz integriert.

Innerhalb der Vertiefungsrichtungen können durch Kombination bestimmter Wahlpflichtmodule folgende Spezialisierungen absolviert werden:

Spezialisierung 4.1: Management & Finance (40 CP)

Spezialisierung 4.2: Financial Services (40 CP)

Spezialisierung 4.1: Management & Finance (40 CP)

In der Spezialisierung „Finance & Management“ wird ein vielschichtiges Bild zu Management und Finance-Fragen gezeichnet. Dabei werden den Rahmenbedingungen Risikomanagement und Aufsichtsrecht ein besonderes Augenmerk geschenkt. Mit diesen grundlegenden und stark ausstrahlenden Fachgebieten werden alle relevanten Fragen der Finanzdienstleistungsbranche erörtert. Im Fokus stehen dabei aktuellen Entwicklungen aus der Branche: Fusionen und Digitalisierung. Beides wird intensiv diskutiert. Hiermit können die Studierenden differenziert und kritisch die eigenen Unternehmensentwicklungen hinterfragen und konstruktive Vorschläge erarbeiten, um zukunftsfähige Empfehlungen aussprechen zu können.

Spezialisierung 4.2: Financial Services (40 CP)

In einem umfassenden Gesamtkonzept werden verschiedene Bereiche der Financial Services Industry durchleuchtet. Aufbauend auf dem Konzept des Ertragsorientierten Bankmanagements werden die zentralen Elemente der Messung von Rentabilität und Risiko als Basis einer integrierten Rendite-/Risikosteuerung des Bankgeschäfts besprochen. Zudem wird ein Überblick über das institutionelle Versicherungsmanagement und die Betriebsabläufe einer Versicherung geboten. Die zentralen Elemente des Geschäftsbereichs Wealth Management werden erörtert. Jedes Projekt in einem Finanzdienstleistungsunternehmen hat mehr oder weniger große Konsequenzen für den Bereich ORG/IT. Deshalb wird in dieser Spezialisierung ein Überblick über und Einblick in verschiedene Bereiche der ORG/IT geboten. Außerdem wird die Digitalisierung der Finanzwirtschaft problematisiert.

Vertiefungsrichtung 5: Innovation, Technologie und Digitalisierung

Die Vertiefungsrichtung „Innovation, Technologie und Digitalisierung“ adressiert die technologisch getriebene Schnittstelle zwischen klassischem Innovationsmanagement und der zunehmenden Digitalisierung fast aller Wirtschaftssektoren und Lebensbereiche. Die Studierenden verstehen Innovation dabei im weiteren Sinne als die gesamten Schritte von der kreativen Invention bis hin zur erfolgreichen Etablierung des fertigen Produkts oder der innovativen Dienstleistung auf dem Markt. Sie kennen die entscheidende Rolle, die die Informationstechnologie und die Digitalisierung in der modernen Unternehmensführung spielen. Des Weiteren werden in dieser Vertiefungsrichtung Module zum Management von IT-Strukturen und -Prozessen angeboten.

Innerhalb der Vertiefungsrichtungen können durch Kombination bestimmter Wahlpflichtmodule folgende Spezialisierungen absolviert werden:

Spezialisierung 5.1: Digital Management (30 CP)

Spezialisierung 5.2: Digital Innovation (30 CP)

Spezialisierung 5.3: IT Management (40 CP)

Spezialisierung 5.1: Digital Management (30 CP)

Die Spezialisierung „Digital Management“ ermöglicht es den Studierenden, die Aspekte einer effizienten und strategisch ausgerichteten Führung im digitalen Umfeld zu verstehen. Im Fokus steht das Managementwissen zu den grundlegenden Prinzipien der digitalen Wirtschaft, digitale Beschaffung und Produktion sowie das digitale Marketing der Produkte und Dienstleistungen.

Spezialisierung 5.2: Digital Innovation (30 CP)

Die Spezialisierung „Digital Innovation“ fokussiert diejenigen Innovationen, die wesentlich durch digitale Technologien geprägt sind. Die Studierenden verstehen diese digitalen Technologien, aber auch die Methoden der Datenanalyse und des Datenmanagements und Grundlagen der Trendforschung. In Summe können sie dieses Wissen konkret zur aktiven Unterstützung von Innovationsprozessen im Unternehmen nutzen.

Spezialisierung 5.3: IT Management (40 CP)

In der Spezialisierung „IT Management“ liegt der Fokus auf allen die Informationstechnologie betreffenden Aspekten. Die Studierenden werden nicht nur in die Lage versetzt, das Management betrieblicher Systeme zu verstehen, sondern können proaktiv IT-Change Management im Unternehmen vorantreiben. Daneben können sie Schlussfolgerungen aus aktueller IT-Rechtsprechung ziehen, verstehen die Konzepte eines erfolgreichen IT-Personalmanagements und sind in der Lage, neue technologische Trends zu erkennen sowie auf die Nutzbarkeit im Unternehmen zu prüfen.

Vertiefungsrichtung 6: Branchenspezifische Betriebswirtschaftslehre und spezifische Managementmethoden

Die BWL kann nach Funktionen aber auch nach Institutionen oder Branchen unterteilt werden. Immer dann, wenn Branchen spezifische betriebswirtschaftliche und marktseitige Herausforderungen haben, wird ein individuelles, auf diese Branche zugeschnittenes Management erforderlich. Die Fakultät Business and Economics trägt diesem Sachverhalt mit einer eigenen Vertiefungsrichtung Rechnung. Dort werden Module angeboten, die sich mit einzelnen Branchen und ihren betriebswirtschaftlichen Funktionsbereichen auseinandersetzen. Dazu gehören zum Beispiel der Handel, die Medienbranche sowie die Hotellerie. Des Weiteren werden in dieser Vertiefungsrichtung spezifische Managementmethoden angeboten wie zum Beispiel das Qualitätsmanagement, das Management der IT-Compliance sowie Business Computing.

Innerhalb der Vertiefungsrichtungen können durch Kombination bestimmter Wahlpflichtmodule folgende Spezialisierung absolviert werden:

Spezialisierung 6.1: Strategic and innovative Management (40 CP)

Spezialisierung 6.2: Strategy, Retail & Service (30 CP)

Spezialisierung 6.3: Hotellerie (40 CP)

Spezialisierung 6.4: Handel (40 CP)

Spezialisierung 6.5: Business Computing (40 CP)

Spezialisierung 6.6: IT Compliance (40 CP)

Spezialisierung 6.7: Verpackungsmanagement (40 CP)

Spezialisierung 6.8: Media Management (40 CP)

Spezialisierung 6.9: Publishing (30 CP)

Spezialisierung 6.10: Qualitätsmanagement (40 CP)

Spezialisierung 6.1: Strategic and innovative Management (40 CP)

Die Spezialisierung Strategic and Innovative Management bereitet Teilnehmer auf zunehmend komplexer werdende Herausforderungen, die an Führungskräfte gestellt werden, vor. Das Knowhow des Unternehmens soll mit innovativen Ansätzen stetig erweitert und das Wissen der Mitarbeiter dauerhaft und für alle Bereiche des Unternehmens zugänglich gemacht werden. Um auch in Zukunft effektives und effizientes Agieren des Unternehmens intern, vor allem jedoch gegenüber den beteiligten Stakeholdern gewährleisten zu können, werden den Teilnehmern Kenntnisse über neue mögliche Organisations- und Kommunikationsstrukturen vermittelt. Auch die wandelnden Herausforderungen an die Unternehmens- und vor allem die Führungskultur werden umfangreich thematisiert. All dies geschieht unter Anwendung neuester Methoden und Tools der aktuellen Managementlehre.

Spezialisierung 6.2: Strategy, Retail & Service (30 CP)

In der Spezialisierung „Strategy, Retail und Service“ liegt der Fokus auf Handelsmarketing und Service-management und das jeweils aus strategischer Sichtweise. Daneben verstehen die Studierenden wichtige Anforderungen an das Qualitätsmanagement und wesentliche Prinzipien der organisationalen Führung. Außerdem sind sie in der Lage, wesentliche Innovationen und Technologien im Handelssektor zu erkennen und kritisch zu beurteilen.

Spezialisierung 6.3: Hotellerie (40 CP)

Studierende innerhalb der Spezialisierung „Hotellerie“ können die Hotelbranche und Hotelbetriebe umfassend analysieren und konkrete Erkenntnisse ableiten. Eine Betonung liegt dabei auf der Ausarbeitung von Handlungs- und Gestaltungsempfehlungen zum Umgang mit Markt- und Wettbewerbsveränderungen. So werden neuste Trends thematisiert und umfangreiche Management-Methoden gelehrt, um zukunftsfähige Entscheidungen treffen zu können. Zu diesem gehören insbesondere der zeitgemäße Umgang mit Mitarbeitern und Kunden. Dieser soziale Schwerpunkt befähigt die Studierenden die Relevanz der Unternehmenskultur sowie das Kundenverhalten besser zu verstehen und konstruktive Schlussfolgerungen zu ziehen.

Spezialisierung 6.4: Handel (40 CP)

Innerhalb der Spezialisierung „Handel“ werden die Studierenden fokussiert mit Managementfragen rund um die Handelsbranche konfrontiert. Dabei werden insbesondere aktuelle Markt-Entwicklungen und -Chancen erschlossen. Diese können die Studierenden kritisch hinterfragen sowie konstruktiv auf das eigene Unternehmen transferieren. Innovationen und technische Entwicklungen stellen einen Schwerpunkt in der Betrachtung der Branche dar. Auch der Umgang und die Steuerung der Organisation im Sinne eines sozialen Systems stellt einen wichtigen Baustein in der Lehre dar. Hiermit können die Studierenden verantwortungsvolle und umfassende Handlungsempfehlungen für ein Unternehmen entwickeln.

Spezialisierung 6.5: Business Computing (40 CP)

Business Computing soll für „Nicht-Informatiker“ relevantes IT-Wissen in kompakter Form vermitteln und auf Basis des Informationsmanagement-Modells von Krcmar einen breiten Überblick über relevante IT-Managementaufgaben geben. Grundlagen der Wirtschaftsinformatik und Informationsmanagement bilden die Wissensbasis. Geschäftsprozessmanagement, Wissensmanagement und E-Business zeigen, wie IT auf Anwenderebene zum Geschäftserfolg beitragen kann. Basiswissen über die Organisation der IT-Dienstleistungen im Unternehmen (IT-Service Prozesse) und die Datenbasis für Business-Intelligence geben einen Einblick in die technischen Anforderungen. Die Frage, wie IT zu Innovationen im Unternehmen führen kann, wird abschließend im Modul IT-Innovationsmanagement behandelt.

Spezialisierung 6.6: IT Compliance (40 CP)

Unternehmen sind verpflichtet regulatorische Anforderungen zu erfüllen (Compliance). Durch die wachsende Bedeutung der IT werden speziell in diesem Bereich Compliance-Anforderungen immer wichtiger werden. „Betrug im Onlinehandel“ ist z.B. ein an der Steinbeis-Hochschule vom BMBF gefördertes Forschungsprojekt.

Das PEST-Schema von Falk zeigt, dass technologische, rechtliche sowie ökonomische Einflussfaktoren für IT-Compliance relevant sind. Entsprechend wird Wissen in diesen Bereichen vermittelt: rechtliche Grundlagen der IT-Compliance, technische Grundlagen wie Cyber-Security, Datenbanksysteme, insbesondere Zugriffsrechte auf Daten sowie Softwareauswahl. Zusätzlich wird ökonomisches Wissen wie IT-Controlling oder Wissensmanagement vermittelt.

Spezialisierung 6.7: Verpackungsmanagement (40 CP)

Diese Spezialisierung ist auf die Verpackungsbranche zugeschnitten und befasst sich mit aktuellen Fragestellungen des Managements in diesem Industriezweig. Zudem werden weitere Aspekte der Verpackungsindustrie vertieft. Unter anderem werden Marketing-, Vertriebs-, Strategie- und Produktionsprozesse und Wettbewerbsanteile näher beleuchtet. Strategische und operative Planung der Produktion in der Verpackungsindustrie und deren Besonderheiten, Ziele und Optimierung der Verpackungsproduktion sowie Produktionsplanung und moderne MES-Systeme sind Key-Elemente dieser Spezialisierung.

Spezialisierung 6.8: Media Management (40 CP)

Die Spezialisierung Media Management vermittelt umfassende betriebswirtschaftliche Kenntnisse für die Führung von Medienunternehmen im Zeitalter der Digitalisierung und crossmedialen Kommunikation. Die Studierenden erlangen umfassendes Wissen auf den Gebieten der betriebs- und finanzwirtschaftlichen Führung von Medienhäusern. Außerdem setzen sie sich intensiv mit Fragen des Medienrechts sowie der integrierten und verwertungsstufenübergreifenden Content-Produktion auseinander. In diesem Kontext wird außerdem ein besonderes Augenmerk auf Innovation, Trends und Innovationsmanagement in der Medienbranche gelegt. Die Studierenden verstehen die wichtigsten Wettbewerbsstrategien in der Medienwirtschaft und sind in der Lage spezifische Managementmethoden anzuwenden.

Spezialisierung 6.9: Publishing (30 CP)

Die Spezialisierung vermittelt Fachwissen für das Management und die Führung in der Verlagsbranche. Dabei liegt ein besonderer Fokus auf klassischen Print-Medien wie Buch-, Zeitungs- und Zeitschriftenverlage, die Antworten auf die zunehmende Digitalisierung und Fragmentierung der Branche formulieren müssen. Die Studierenden können sich vertiefend mit den kunden- und marktorientierten Themen Marketing, Public Relations sowie Vertrieb in der Medienbranche befassen. Die Studierenden sind nach Abschluss dieser Spezialisierung in der Lage, Führungskonzepte und Methoden des modernen Managements und Marketings auf die spezifischen Anforderungen der Medien- und Verlagsbranche anzuwenden.

Spezialisierung 6.10: Qualitätsmanagement (40 CP)

Einwandfreie Produkte und Dienstleistungen bilden die Basis für Kundenzufriedenheit und Wettbewerbsfähigkeit. Gezielt geplante sowie kontinuierlich verbesserte Aktivitäten unter Berücksichtigung des dynamischen Umfelds steigern die Produktivität der Organisation erheblich. Am Aufbau und der Pflege eines prozessorientierten Managementsystems mitzuwirken und die operativen Bausteine des Qualitätsmanagements zu kennen sind Key-Skills im QM. Zusätzlich werden praxisbezogenes Know-how zu den Qualitätsmethoden und der Prüftechnik erworben.

Operative Anforderungen der DIN EN ISO 9001, die Erweiterung von Methoden- und Fachkompetenz und die Funktion Bindeglied zwischen dem Management und der operativen Wertschöpfungskette sind die zentralen Elemente dieser Spezialisierung. Darüber hinaus werden Verbesserungsprojekte besprochen und risikobasiertes Denken in die Unternehmensbereiche hineingetragen.