



**ADG BUSINESS
SCHOOL**
AN DER STEINBEIS-HOCHSCHULE



CURRICULUM

MASTER (M.SC.) GENERAL MANAGEMENT

Management- & Führungs-Know-how



STUDIENABLAUF

Modul-Nr.	Modul	Präsenztage	Leistungsnachweis	Credit-points
Foundation				
F-01	Wissenschaftstheorie & Forschungsmethoden	2	Transferarbeit	5
F-02	Economics, Politics & Society	2	Klausur (30 Min.) & Zwischentest	5
F-03	Projektmanagement	2	Transferarbeit	5
F-04	Strategische Unternehmensführung	2	Transferarbeit & Mitarbeit	5
F-05	Finance	2	Klausur (60 Min.)	5
F-06	Markt, Kunde & Marketing	2	Transferarbeit	5
F-08	Führung & Kommunikation	2	Transferarbeit	5
F-09	Statistik advanced	2	Klausuraufgabe (Bearbeitung von zu Hause aus) & Zwischentest	5
Spezialisierung				
IM-02	Innovation Project	2	Transferarbeit	5
MES-01	Integrationsmodul: Management, Entrepreneurship & Strategy	2	Transferarbeit	5
MES-03	Strategische Organisationsentwicklung I	3	Transferarbeit	5
MES-04	Strategische Organisationsentwicklung II	3	Transferarbeit	5
MES-05	Leadership & Competencies	4	Transferarbeit	5
MES-06	Wissenschaftstheorie & Corporate Social Responsibility	4	Klausur (60 Min.)	5
MES-07	Information Systems Management	4	Klausur (60 Min.)	5
MES-08	Strategisches Marketing	4	Transferarbeit	5
MES-09	Strategisches Management I	3	Transferarbeit	5
MES-10	Strategisches Management II	3	Transferarbeit	5
Projekte				
P-01	Projektstudienarbeit (PSA)		schriftliche Ausarbeitung & Präsentation	5
P-02	Studienarbeit (SA)		schriftliche Ausarbeitung	5
P-03	Master Thesis (MT)		Abschlussarbeit & mündliche Prüfung (Präsentation & Verteidigung)	20



STUDIENINHALTE

Wissenschaftstheorie & Forschungsmethoden	<ul style="list-style-type: none">▪ Einführung in Wissenschaftstheorien und empirische Forschung▪ Kriterien der Auswahl qualitativer und quantitativer Forschungsmethoden▪ Methoden der Hypothesengewinnung und Theoriebildung sowie gestaltungsorientierte Forschungsansätze
Economics, Politics & Society	<p>Economics</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Philosophische Perspektiven▪ Politische Ansätze▪ Modelllandschaft <p>Politics</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Definition und Abgrenzung▪ Stakeholder▪ Machtbasen▪ Einflussgrößen und Bearbeitungsmethoden <p>Society</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Perspektiven▪ Erwartungen und Einflussgrößen▪ Wirtschaftsethik, Corporate Social Responsibility, Corporate Governance und Compliance
Projektmanagement	<ul style="list-style-type: none">▪ Umsetzungsprojekte vs. wissenschaftliche Projekte▪ Projektziele und Projektanforderungen identifizieren▪ Aufgaben- und Phasenplanung▪ Controlling-Werkzeuge und Projektsteuerung▪ Agile Projektmanagement-Methoden wie z.B. SCRUM▪ Multiprojekt-Management und Projektportfolio-Management
Strategische Unternehmensführung	<ul style="list-style-type: none">▪ Ebenen und Funktionen eines Unternehmensführungssystems▪ Theorien und Entwicklung der strategischen Unternehmensführung▪ Strategische Analysen sowie Integration der Ergebnisse▪ Marktorientierte und ressourcenorientierte Strategien▪ Innovationsstrategien und disruptive Geschäftsmodelle▪ Strategiefokussierte Organisation und effektiver Strategieprozess (XPP)
Finance	<ul style="list-style-type: none">▪ Finanzcontrolling▪ Grundlagen der Unternehmensbewertung▪ Unternehmensbewertungsverfahren▪ Mergers & Acquisitions (M&A)
Markt, Kunde & Marketing	<ul style="list-style-type: none">▪ Marketingtheorien und -paradigmen▪ Strategisches Marketing▪ The Marketing Case Course▪ Market based und ressourcenorientierte view▪ Grundlagen der neuen Institutionsökonomie▪ Competitive Analysis
Führung & Kommunikation	<ul style="list-style-type: none">▪ Kommunikationsmodelle▪ Harvard-Methode▪ Verhandlungsstrategien▪ Verhaltensstrategien in der Personalführung▪ Aktuelle und zukünftige Anforderungen an die Führung▪ Kommunikationsinstrumente und -strategien



Statistik advanced	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einführung in multivariate Analysemethoden ▪ Datengewinnung und -aufbereitung ▪ Regressions-, Zeitreihen-, Varianz-, Diskriminanz- und Faktorenanalyse ▪ Clusteranalyse ▪ Einführung in ein Statistikprogramm
Innovation Project	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identifikation von komplexen Markt- und Kundenbedürfnissen ▪ Definition der Aufgabenstellung und Projektplanung ▪ Entwicklung unternehmerisch bzw. gesellschaftlich relevanter Innovationsansätze ▪ Konzeption und Projektierung von Lösungswegen sowie Entwicklung von Prototypen ▪ Testen der Innovationsansätze und Durchführung einer Markt- und Kundenanalyse ▪ Finales Design der Innovationsansätze
Integrationsmodul: Einführung, Theorien und Entwicklungen in Management, Entrepreneurship & Strategy	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Behandlung von Themen, die die Vertiefungsrichtung Management, Entrepreneurship & Strategy in ihrer Gänze betreffen und ein Gesamtverständnis für die aktuellen unternehmerischen und gesellschaftlichen Herausforderungen im Kontext dieser Vertiefungsrichtung schaffen ▪ Intensive Betrachtung wissenschaftlicher Beiträge und Reflexion der Forschungsergebnisse zu den Themen der Vertiefungsrichtung Management, Entrepreneurship & Strategy
Strategische Organisationsentwicklung I	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Organizational Behaviour ▪ Change Management
Strategische Organisationsentwicklung II	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Virtue Ethics ▪ Consequentialism ▪ Kantian Ethics
Leadership & Competencies	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Manager vs Leader ▪ Leadership styles and the situation ▪ Leadership, authority, power, trust. ▪ The usefulness of the concept charisma
Wissenschaftstheorie & Corporate Social Responsibility	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Inductive vs. deductive reasoning ▪ Popper's Falsificationism ▪ Kuhn's historical view ▪ Sophisticated Falsificationism ▪ Feyerabend's methodological anarchism ▪ Values and operationalisation
Information Systems Management	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Strategisches Informationsmanagement ▪ Informationsarchitektur ▪ Management der Informationssysteme, der IT-Infrastruktur und der IT-Organisation ▪ Führungsinformationssysteme ▪ Business Intelligence ▪ Weiterentwicklung des Informationsmanagements
Strategisches Marketing	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Strategische Marketingentscheidungen ▪ KKV als Navigator strategischer Marketingentscheidungen ▪ Marktstrategische Dimensionen ▪ Dynamische Perspektive der marktstrategischen Dimensionen
Strategisches Management I	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analysemodelle und -methoden ▪ Bewertung strategischer Handlungsoptionen ▪ Modelle der Implementierung

Strategisches Management II	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Strategy as Learning ▪ Strategy as Entrepreneurship ▪ Strategy as Politics ▪ Strategy as a Cybernetic Process (VSM) ▪ Strategy and Organisation: Forces and Forms
Projektstudienarbeit (PSA)	Der Inhalt der Projektstudienarbeit ist von dem zu bearbeitenden Projekt im Unternehmen abhängig. Die Projektstudienarbeit stellt Lösungen der unternehmensrelevanten Projektaufgabenstellung dar. Dabei soll der Studierende die Methoden und Erkenntnisse des Studiums um- und einsetzen.
Studienarbeit (SA)	Die Studienarbeit ist eine wissenschaftliche Ausarbeitung zu einem anwendungsorientierten akademischen Thema, das der Studierende in Absprache (Inhalt und Frist) mit dem bestellten Erst-Prüfer der Steinbeis-Hochschule bearbeitet.
Master Thesis (MT)	Die Master 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 der Studierende in der Lage ist, eine komplexe Problemstellung ihres/seines Unternehmens selbständig unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden zu bearbeiten.

Hinweis

Bei den dargestellten Studieninhalten handelt es sich um eine gekürzte Version.

Die vollständigen Inhalte und Qualifikationsziele können dem Modulhandbuch des Master of Science (M.Sc.) im Studiengang Business Management entnommen werden.

STUDIENBERATUNG

Bei Fragen steht gerne unsere Studienberatung zur Verfügung:



Nadine Piroth
Tel. 02602 14-209
nadine.piroth@adg-business-school.de



Katja Kranz
Tel. 02602 14-320
katja.kranz@adg-business-school.de

Infoveranstaltungen & Info-Webinare: www.adg-business-school.de/master-informieren

ADG Business School an der Steinbeis-Hochschule Berlin GmbH
Schloss Montabaur
56410 Montabaur



ÜBERBLICK

Zulassungsvoraussetzungen:

- Abgeschlossenes Hochschulstudium (Universität, Fachhochschule oder Berufsakademie) mit Uni- oder FH-Diplom, Bachelor Degree oder vergleichbarem Abschluss *sowie*
- Einreichen der Bewerbungsunterlagen *sowie*
- erfolgreiche Teilnahme am Bewerbungsverfahren der ADG Business School

Aufwand:

- Selbststudium: eigeninitiiertes Lernen mit iPad und zur Verfügung gestellten Studienunterlagen
- Präsenzstudium: 8 Blöcke à 6 Präsenztage am Studienstandort der Wahl (insgesamt 48 Präsenztage), immer über das Wochenende
- Transferstudium: ab dem 1. Semester konsequente Anwendung des Wissens über Leitfragen und Projektthemen im Unternehmen

Studiendauer:

4 Semester / 2 Jahre

Studiengebühren:

24 Monatsraten à 829,17 €

Credit Points:

120 CP

zzgl. 500 € Immatrikulations- und
500 € Prüfungsgebühr

insgesamt:
20.900 €

Studienstandorte:

- Montabaur
- Berlin

Studienstarts:

Sommersemester: 01.06.
Wintersemester: 01.12.

Bewerbungsfrist:

Sommersemester: bis zum 15.05.
Wintersemester: bis zum 15.11.

Abschluss: Master of Science (M.Sc.)

Studiengang: Business Management
Vertiefung: Management, Entrepreneurship &
Strategy
Spezialisierung: General Management

Status:

staatlich anerkannt & FIBAA-akkreditiert

PROGRAMMAKKREDITIERT
nach Akkreditierungsrat durch FIBAA