

Qualifikationsziele des Studiengangs Master New Management

**Zentrum für Akademische Weiterbildung der
Technischen Hochschule Deggendorf**

Verfasser: Prof. Waldemar Berg
Vizepräsident für Studium & Studierendenangelegenheiten
Studiengangsleiter im Master New Management

Geschlechtsneutralität

Auf die Verwendung von Doppelformen oder anderen Kennzeichnungen weiblichen, männlichen und diversen Geschlechts wird weitgehend verzichtet, um die Lesbarkeit und Übersichtlichkeit zu wahren. Alle Bezeichnungen für die verschiedenen Gruppen von Hochschulangehörigen beziehen sich auf Angehörige aller Geschlechter der betreffenden Gruppen gleichermaßen.

Stand: 02.03.2023

Inhaltsverzeichnis

Geschlechtsneutralität.....	1
1 Ziele des Studiengangs.....	3
2 Lernergebnisse des Studiengangs	4
3 Studienziele und Qualifikationsziele	5
4 Lernergebnisse der Module / Modulziele / Zielematrix.....	10

1 Ziele des Studiengangs

Die Studierenden besitzen nach Abschluss des berufsbegleitenden Masterstudienganges New Management die Fähigkeit, betriebswirtschaftliche Probleme zu erkennen und zu formulieren, sie wissenschaftlich zu analysieren sowie selbstständig Lösungsmöglichkeiten zu erarbeiten.

Durch die interdisziplinäre Ausgestaltung des berufsbegleitenden Masterstudienganges Management sind die Studierenden in der Lage, fachübergreifende Zusammenhänge zu erkennen, darzustellen und in eigenen Lösungsvorschlägen zu berücksichtigen. Dies wird vor allem durch inhaltliche und methodische Schwerpunktsetzung über spezifische Schwerpunkte (Controlling und Finance, Human Resource Management, Sales und Marketing sowie Beschaffung und Supply Chain Management) gewährleistet.

Durch interdisziplinäre Studiengruppen vom ersten bis zum dritten Semester werden die Studierenden auf ihr späteres Arbeitsleben im Unternehmen mit heterogenen Arbeitsgruppen vorbereitet und erwerben schwerpunktübergreifende Kompetenzen für ihren späteren Einsatz als Führungskraft im Unternehmen. Inhaltlich werden die Vorlesungen im ersten Semester dafür genutzt, um den Studierenden der Wirtschaftswissenschaften Grundkenntnisse und ein Grundsatzverständnis in der Nutzung und den Anwendungsbereichen bzw. auch der Funktionsweise von Big Data und Künstlicher Intelligenz im Zeitalter des digitalen Wandels in den Unternehmen zu vermitteln und dies auch verstehen und anwenden zu können. Weiter werden sie im Modul International Leadership und Personalmanagement auf Führungsaufgaben in internationalen Teams vorbereitet. Im zweiten Semester bauen die Studierenden ihr Fachwissen in den Bereichen der kaufmännischen Unternehmenssteuerung sowie Vertragsrecht und Steuern weiter aus. Im Modul Strategisches Management und Innovationsmanagement erweitern sie ihre Kompetenzen um Managementtechniken, die ihnen helfen im schnelllebigen Alltag als Fach- und Führungskraft erfolgreich zu sein. Im dritten Semester erwerben die Studierenden branchenunabhängiges und anwendungsorientiertes Know-how zu den Themen Prozessmanagement und Produktionsmanagement, welches die Studierenden direkt im eigenen Unternehmen anwenden können. Weiter vertiefen sie ihre Kenntnisse im Bereich des strategischen Marketings und den Vertriebslandschaften und -prozessen. Abschluss des Semesters bildet ein Unternehmensplanspiel „General Management“, in welchem die Studierenden ihre bisher erworbenen fachübergreifenden Kenntnisse direkt anwenden sollen.

Im vierten Semester vertiefen die Studierenden ihr Fachwissen in dem von ihnen gewählten Vertiefungsfach, um auf die Übernahme höherer Führungsaufgaben im Unternehmen vorbereitet zu werden.

Eines dieser Vertiefungsfächer haben die Studierenden zu Beginn des Studiums zu wählen:

- Controlling und Finance
- Human Resource Management
- Marketing und Sales
- Beschaffung und Supply Chain Management

Im Besonderen werden den Teilnehmern auch fachübergreifende und internationale Kenntnisse nähergebracht, die sie in die Lage versetzen, Gesamtsysteme und –prozesse zu überschauen. Durch diesen ganzheitlichen Ansatz können Absolventen Probleme nicht nur aus einer fachspezifischen Sicht beurteilen, sondern können den Gesamtnutzen für das Unternehmen optimieren.

2 Lernergebnisse des Studiengangs

Der Studiengang dauert fünf Semester. Die Studierenden können aus vier Vertiefungsrichtungen wählen: Controlling und Finance, Human Resource Management, Marketing und Sales oder Beschaffung und Supply Chain Management.

Im ersten schwerpunktübergreifenden Semester werden die Module „Forschungsmethoden und Wirtschafts-/Haftungsrecht“, „IT-Strategien & Digitalisierungsmanagement“ sowie „International Leadership & Strategisches Personalmanagement“ in deutscher Sprache gelesen. Die Kerninhalte betreffen den Bereich der Grundlagen der Digitalisierung und Geschäftsprozessmanagement, Haftungsrecht für Manager im internationalen Rechtssystem sowie das Führen von internationalen Teams. Der Kurs Forschungsmethoden befähigt die Studierenden dazu, das fundierte wissenschaftliche und akademische Arbeiten zu verstehen und aktiv anzuwenden. Dieses Fach steht am Anfang des Studiums, weil die Studierenden diese Kenntnisse im Verlauf des weiteren Studiums in den einzelnen Studienarbeiten und verstärkt in der Masterarbeit anwenden müssen. In diesem Semester sind zwei Studienarbeiten zu absolvieren.

Weiter geht es in den Semestern zwei und drei für alle Studierenden mit den Inhalten der Module „kaufmännische Unternehmenssteuerung“, „Vertragsrecht und Steuern“, „Strategisches Management und Innovationsmanagement“, „Prozess- und Produktionsmanagement“, „Strategisches Marketing und Vertriebsmanagement“ sowie einem Planspiel „General Management“, bei welchem die Studierenden fachübergreifend das Gelernte anwenden sollen.

Im vierten Semester werden die jeweiligen schwerpunktbezogenen Module gelesen. Dies sind im Einzelnen:

- Controlling und Finance: „Controlling und Finanzmanagement“, „Risikomanagement und Konzernsteuerung“ und „Unternehmensbewertung und Integrative Betriebswirtschaft“.
- Human Resource Management: „Personalkapazitätsmanagement, Personalrecruiting und Personalauswahl“, „Arbeitsmarktökonomie“ und „Personalentwicklung & Talentmanagement“
- Marketing und Sales: „Psychologie der Beziehungsgestaltung“, „Vertriebsplanung & -steuerung“ und „New Media“.
- Beschaffung und Supply Chain Management: „Strategischer Einkauf & Beschaffung“, „Supply Chain Planning & Configuration“ und „Business Analytics in Beschaffung & SCM“

Im fünften Semester wird die Masterarbeit erstellt.

Für das gesamte Master-Programm werden 90 ECTS-Punkte vergeben.

3 Studienziele und Qualifikationsziele

Kenntnisse:

Die Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs erhalten eine fundierte an akademische Standards orientierte wissenschaftliche Ausbildung. Neben der Vermittlung von Fach- und Methodenkompetenzen zielt das Masterstudium darauf ab, übergreifende Schlüsselkompetenzen wie z.B. die Beurteilung grundlegender rechtlicher Fragestellungen, ein Grundsatzverständnis in Anwendung und Funktionsweise von digitalen Technologien, Internationale Aspekte in Verhandlungs-, Changemanagement und Projektmanagement und interkulturelles Verhalten im Hinblick auf international tätige Unternehmen integrativ in den Veranstaltungen zu vermitteln. Besonderer Wert wird dabei auf die eigenständige Reflexion wirtschaftswissenschaftlicher Fragestellungen gelegt. Dazu dienen sowohl die Präsenz-, als auch die Onlineveranstaltungen, die auf den im Selbststudium erarbeiten Lehrmaterialien aufbauen.

Die Studierenden verfügen über ein vertieftes anwendungsrelevantes Fachwissen im Bereich der Betriebswirtschaft mit Schwerpunkt auf den Bereich Führungspositionen in Unternehmen sowie Experte in den Bereichen „Finance und Controlling“, „Marketing und Vertrieb“ und „Personal“. Die Studierenden haben sich vertiefendes Wissen in den genannten Vertiefungsrichtungen angeeignet und können sich auf Basis dieses Wissens neues Wissen aneignen und eigenständig Lösungen für Problemstellungen im Unternehmen erarbeiten.

Die Absolventen können sich als Führungskraft einschätzen und Mitarbeiter sowie Kollegen motivieren. Außerdem können sie betriebswirtschaftliche Zusammenhänge analysieren, beurteilen und fachübergreifende Lösungen erarbeiten.

Fähigkeiten:

- Die Studierenden entwickeln aufgrund der Orientierung an praktischen Problemstellungen das Bewusstsein, dass betriebswirtschaftliche, soziale und gesellschaftliche Aspekte zusammengehören.
- Der Studierende kann sich selbst organisieren und zeigt Teamfähigkeit und Führungskompetenz bei der interdisziplinären Zusammenarbeit.
- Der Studierende hat ein Grundsatzverständnis in Anwendung, Funktionsweise und Einsatzbereichen der digitalen Technologien im wirtschaftswissenschaftlichen Kontext.
- Der Studierende kann im Bereich der gewählten Vertiefungsrichtung selbständig Lösungen entwickeln und Kollegen anleiten und beraten.
- Der Studierende kann die Stakeholder von Unternehmen benennen und deren Ziele in der Unternehmensstrategie berücksichtigen.
- Der Studierende kann sein Handeln an ethischen, ökologischen, sozialen und ökonomischen Erfordernissen reflektieren und ausrichten.
- Der Studierende hat gelernt, seine eigenen Stärken und Schwächen sowie seine Wirkung auf andere einzuschätzen.
- Der Studierende kann zur Konfliktlösung beitragen und konstruktiv mit Kritik umgehen.
- Der Studierende hat die Notwendigkeit des lebenslangen Lernens erkannt und die Befähigungen dazu erworben.
- Der Studierende kann sich als Führungspersönlichkeit einschätzen und Menschen führen.

Kompetenzen:

- Die Studierenden können wissenschaftliche Fachtexte recherchieren, interpretieren und auf Situationen im Unternehmensalltag anwenden.
- Die Studierenden formulieren eigenständig wissenschaftliche Aufgabenstellungen.
- Der Studierende kann Probleme anwendungsorientiert mit grundlegenden und zum Teil komplexen Methoden lösen.
- Der Studierende kann Arbeitsergebnisse strukturiert präsentieren und vor einem Fachpublikum diskutieren.

- Der Studierende kann unternehmerisch denken und handeln und Strategien formulieren.
- Der Studierende kann theoretisch erlangtes Wissen praxistauglich und lösungsorientiert umsetzen.

Kompetenzen Schwerpunkte:

- Schwerpunkt Marketing & Vertrieb:
 - Absolventen sind in der Lage auf Basis eines fundierten Fach- und Methodenwissens Situationen angemessen zu reflektieren und eine begründete Auswahl geeigneter marktorientierter Modelle und Instrumente zu treffen.
 - Absolventen haben im Laufe des Studiums ihre Managementfähigkeiten weiterentwickelt, sodass sie Führungsaufgaben unter Berücksichtigung sozialer und ethischer Gesichtspunkte wahrnehmen können.
 - Absolventen sind in der Lage, Synergiepotenziale und Schnittstellenprobleme zwischen Marketing und Vertrieb zu erkennen, zu bewerten und in ihren Entscheidungen zu berücksichtigen.
 - Absolventen können mit interkulturellen Herausforderungen in einem globalisierten Umfeld souverän umgehen und deren Auswirkungen auf die Effektivität und Effizienz von Marketing und Verkauf beurteilen.
 - Absolventen sind in der Lage, Marketing und Vertrieb im gesamtunternehmerischen Kontext zu analysieren und relevante Zusammenhänge mit dem betrieblichen Geschehen und der Gesamtunternehmensstrategie in marktbezogenen Entscheidungen zu berücksichtigen.
 - Absolventen können im Hinblick auf marktorientierte Unternehmensfunktionen interdisziplinär denken und handeln.
 - Absolventen können spezielle Herausforderungen des (Online-)Marketings, insbesondere im Rahmen der Marketinginnovation, des strategischen Marketings, der Markenpolitik, sowie der Marktforschung und des Marketingcontrollings erkennen und die daraus resultierenden Erfordernisse und Handlungsoptionen ableiten.
 - Absolventen sind in der Lage, eine Vertriebsorganisation zu leiten, Verhandlungen zu führen und Kundenbeziehungen profitabel und nachhaltig zu gestalten.
- Schwerpunkt Controlling & Finance
 - Die Absolventen sind in der Lage, aktuelle und relevante Problemstellungen in den Bereichen Finanzwirtschaft und Controlling in ihrer Bedeutung kritisch einzuschätzen und zu analysieren.

- Sie können Methoden der Finanzwirtschaft und des Controllings anwenden.
- Die Absolventen sind in der Lage durch fächerübergreifende Betrachtungsweisen den Anforderungen aus dem Zusammenwachsen von Aufgaben und Funktionen von Finanzwirtschaft, Rechnungswesen und Controlling in der Unternehmenspraxis gerecht zu werden.
- Sie können finanzwirtschaftliche sowie controllingbezogene Daten und Berichte interpretieren und das Ergebnis als umfassend kompetente Ansprechpartner an Laien sowie Expertinnen und Experten kommunizieren.
- Die Absolventen können die Weiterentwicklung von fachlich relevanten Ansätzen und Methoden auch nach Ende des Studiums verfolgen und für die eigene praktische Tätigkeit nutzen.
- Die Absolventen qualifizieren sich für leitende Tätigkeiten in den Abteilungen Bilanzierung, Investor Relations, Controlling oder Steuern, sowie kaufmännische Leitung im Mittelstand und in Großunternehmen.

- Schwerpunkt Personal
 - Die Studierenden sind in der Lage für die erworbene fachliche Kompetenz, neueste betriebs- und personalwirtschaftliche Problemstellungen zu identifizieren, geeignete Maßnahmen in der betrieblichen Praxis darzustellen und zu definieren.
 - Sie können den aktuellen Wissensstand des Personalmanagements gezielt und systematisch zu erläutern und auf konkrete Fragestellungen im Unternehmen anwenden.
 - Die Absolventen sind in der Lage personalwirtschaftliche Herausforderungen mit mehr Sicherheit zu lösen und Entscheidungs- und Handlungssituationen im unternehmerischen Kontext lösungsorientiert vorzubereiten.
 - Sie können Entstehungshintergründe und Gesamtzusammenhänge komplexer personalpolitischer Fragestellungen diagnostizieren und Möglichkeiten und Grenzen betriebs- und personalwirtschaftlicher Umsetzungskonzepte identifizieren.
 - Die Studierenden können Kerndisziplinen des Personalmanagements integrieren und formulieren und Veränderungs- und Innovationsprozesse in Unternehmen gestalten, Methoden und Mythen im Personalmanagement beurteilen und diese konstruktiv kritisch auf Aussagewert und betriebliche Anwendbarkeit hin hinterfragen.

- Schwerpunkt Beschaffung und Supply Chain Management
 - Die Absolventen sind in der Lage, aktuelle und relevante Problemstellungen in den Bereichen Beschaffung und Supply Chain Management in ihrer Bedeutung kritisch einzuschätzen und zu analysieren.
 - Sie können Methoden im Bereich Beschaffung, Logistik und Supply Chain Management anwenden.
 - Die Absolventen sind in der Lage durch fächerübergreifende Betrachtungsweisen den Anforderungen aus dem Zusammenwachsen von Aufgaben und Funktionen von Beschaffung, Logistik und Supply Chain Management in der Unternehmenspraxis gerecht zu werden.
 - Sie können Beschaffungs- und Supply Chain-Daten analysieren, interpretieren und kommunizieren und sind in der Lage aus Daten mit Hilfe von Business Analytics-Methoden Entscheidungen abzuleiten.
 - Die Absolventen können die Weiterentwicklung von fachlich relevanten Ansätzen und Methoden auch nach Ende des Studiums verfolgen und für die eigene praktische Tätigkeit nutzen.
 - Die Absolventen qualifizieren sich für leitende Tätigkeiten in den Bereichen Beschaffung, Logistikplanung, Supply Chain Management oder Data Science in Mittelstand und in Großunternehmen.

4 Lernergebnisse der Module / Modulziele / Zielmatrix

Die einzelnen Module, ihre Detailziele und die von den Absolventen zu erwerbenden Kompetenzen sind in den Modulhandbüchern für den Masterstudiengang beschrieben. In der folgenden Tabelle wird der Zusammenhang zwischen den einzelnen Modulen und den im vorherigen Abschnitt beschriebenen Zielen im Masterstudiengang hergestellt.

Zielmatrix der Module im Masterstudiengang Management												
Modul	Ziele											
	Kenntnisse				Fähigkeiten				Kompetenzen			
	Wirtschaftswissenschaftliches Fachwissen	Wirtschaftswissenschaftliche Methodik	Schwerpunktpraxis	Überfachlich	Wirtschaftswissenschaftliches Fachwissen	Wirtschaftswissenschaftliche Methodik	Schwerpunktpraxis	Überfachlich	Wirtschaftswissenschaftliches Fachwissen	Wirtschaftswissenschaftliche Methodik	Schwerpunktpraxis	Überfachlich
Schwerpunktübergreifende Module												
Forschungsmethoden und Wirtschafts-/Haftungsrecht	x	xx		xx	x	xx		xx	x	xx		xx
IT-Strategien & Digitalisierungsmanagement	xx			xx	xx			xx	xx			xx
International Leadership & Strategisches Personalmanagement	xx	x		xx	xx	x		xx	xx	x		xx
Kaufmännische Unternehmenssteuerung	xx	x		x	xx	x		x	xx	x		x
Vertragsrecht & Steuern	x	xx	x		x	xx	x		x	xx	x	
Strategisches Management & Innovationsmanagement	xx	x		xx	xx	x		xx	xx	x		xx
Prozessmanagement & Produktionsmanagement	xx		x	x	xx		x	x	xx		x	x
Strategisches Marketing & Vertriebsmanagement	xx		x	xx	xx		x	xx	xx		x	xx
Unternehmensplanspiel General Management	xx	xx		xx	xx	xx		xx	xx	xx		xx
Schwerpunkt Marketing & Sales												
Psychologie der Beziehungsgestaltung	x	xx	xx		x	xx	xx		x	xx	xx	
Vertriebsplanung & -steuerung	x	xx	xx		x	xx	xx		x	xx	xx	
New Media	x	xx	xx		x	xx	xx		x	xx	xx	
Schwerpunkt Human Resource Management												
Personalkapazitätsmanagement, -rekrutierung und -auswahl	x	xx	xx		x	xx	xx		x	xx	xx	
Arbeitsmarktökonomie	x	xx	xx		x	xx	xx		x	xx	xx	
Personalentwicklung & Talentmanagement	x	xx	xx		x	xx	xx		x	xx	xx	
Schwerpunkt Controlling & Finance												
Controlling & Finanzmanagement	x	xx	xx		x	xx	xx		x	xx	xx	
Risikomanagement & Konzernsteuerung	x	xx	xx		x	xx	xx		x	xx	xx	
Unternehmensbewertung und Integrative Betriebswirtschaft	x	xx	xx		x	xx	xx		x	xx	xx	
Schwerpunkt Beschaffung & Supply Chain Management												
Strategischer Einkauf & Beschaffung	x	xx	xx		x	xx	xx		x	xx	xx	
Supply Chain Planning & Configuration	x	xx	xx		x	xx	xx		x	xx	xx	
Business Analytics in Beschaffung & SCM	x	xx	xx		x	xx	xx		x	xx	xx	
Mastermodul		xx	xx	xx		xx	xx	xx		xx	xx	xx

Legende: xx starker Bezug; x mittlerer Bezug