



**Berufsbegleitender Masterstudiengang  
Business Management**

mit der Vertiefungsrichtung

**Digital Innovation**

## Pflichtmodule im Kerncurriculum

*Die nachfolgenden Modulbeschreibungen geben einen allgemeinen Überblick über die einzelnen Module zum aktuellen Zeitpunkt. Inhaltliche Änderungen bzw. Weiterentwicklungen im Programm (Module, Modulinhalte) im Studienverlauf vonseiten der Hochschule bzw. einzelner Dozenten sind vorbehalten.*

### Leadership

Das Modul vermittelt die grundlegenden Führungskompetenzen für (Nachwuchs-)Führungskräfte: Anhand von Fallstudien, Übungen und einem Planspiel lernen die Studierenden aktuelle Führungskonzepte und -instrumente praxisorientiert kennen und anwenden. Zudem werden die persönlichkeitsbezogenen Kompetenzen gestärkt.

#### Inhalte im Überblick:

- (Eigene) Rolle als Führungskraft
- Führungskonzepte und Führungsinstrumente
- Methoden der Teamführung
- Kommunikations- und Verhandlungskompetenz praktisch
- Führen von (schwierigen) Gesprächen
- Anwendung und Vertiefung der Kompetenzen in einem Planspiel „Change und People Management“

### Strategic Management

Das Modul führt ein in die Ansätze und Instrumente des Strategischen Managements. Die Studierenden werden befähigt, diese zu beurteilen, Unternehmensressourcen zu analysieren und Marktprognosen durchzuführen. Darauf aufbauend gilt es, strategische Konzepte zu entwickeln, um den Unternehmenserfolg zu maximieren und dabei die Herausforderungen und Chancen der digitalen Transformation auf die Strategieentwicklung zu verstehen sowie Handlungsempfehlungen für das Management abzuleiten.

#### Inhalte im Überblick:

- Einführung in die Grundlagen der Strategieentwicklung
- Methoden und Techniken zur Analyse des Marktumfelds, zu Prognose von Marktentwicklungen, Methoden und Techniken zur Analyse von Unternehmensressourcen und -fähigkeiten
- Strukturierte Strategieformulierung
- Grundsätzliche Strategieansätze zwischen Kostenführerschaft und Spezialisierung
- Bewertung des relativen Wettbewerbsvorteils
- Mergers & Acquisitions als Komponenten einer Strategieentwicklung
- Entwicklung einer Digitalisierungsstrategie oder Strategieentwicklung im internationalen Kontext

## Ethics and Law

Das Modul umfasst die wesentlichen Rechtsfragestellungen sowie ethischen Perspektiven für Führungskräfte. Die Studierenden verfügen über fundiertes Wissen zu rechtlich relevanten Fragestellungen für die Unternehmensführung und können dieses anwenden. Weiterhin werden die Studierenden für ethische Fragestellungen im Unternehmenskontext sensibilisiert und können Entscheidungen in einem unternehmerischen Umfeld treffen.

### Inhalte im Überblick:

- Rechtlich relevante Fragestellungen für Führungskräfte im Unternehmen (u.a. Einblicke in Gesellschaftsrecht, Arbeitsrecht, Vertragsabschluss und -gestaltung, IP)
- Chancen und Risiken von Big Data
- Datenschutzrechtliche und ethische Fragestellungen und deren Bedeutung für Unternehmen
- Bearbeitung von Fallstudien und Übungsaufgaben

## Accounting / Controlling

Im Modul lernen die Studierenden die strategischen Führungsinstrumente des Rechnungswesens und des wertorientierten Managements kennen und anwenden. Damit verfügen sie über ein umfassendes Instrumentarium zur Verknüpfung des quantifizierbaren Teils der strategischen Planung mit der operativen Planung. In einem Unternehmensplanspiel wenden die Studierenden ihr Wissen an und stellen sich so realitätsnah den Herausforderungen als Führungskraft. In der Ausarbeitung eines Geschäftsberichts für ein Unternehmen fassen sie das Erlernte anhand einer konkreten Aufgabenstellung zusammen.

### Inhalte im Überblick:

- Das Unternehmen steuern, u.a. Externes und Internes Rechnungswesen, Berichtswesen, DB-Rechnung, Planungs- und Budgetierungsprozesse
- Wachsen und investieren, u.a. Kapitalmärkte, Investitionen, Finanzierung und Finanzplanung
- Risiken verstehen und steuern, u.a. Internationale Rechnungslegung und BilMoG, Bilanzierung Kosten- und Risikomanagement
- Werte schaffen, u.a. Treasury, Cash-flow und Working Capital Management, Unternehmensbewertung, Wertorientierte Unternehmensführung und Kennzahlen
- Nachhaltigkeit, u.a. Prozesskostenrechnung, Lifecycle-Costing und weitere moderne Konzepte, Corporate Governance, Nachhaltigkeits- und CSR-Reporting

## Finance

Nach erfolgreichem Besuch des Moduls sind die Studierenden in der Lage, Zusammenhänge der internationalen und digital orientierten Finanzpraxis zu erkennen und zu verstehen, Probleme praxisrelevant und risikoadäquat einzuschätzen und zu beurteilen und die entsprechenden Instrumente anzuwenden. Durch Fallstudien und Übungen werden die Besonderheiten im digitalen oder internationalen Kontext abstrahiert und vertiefend angewendet.

Inhalte im Überblick:

- Business Cases, u.a. Merkmale und Elemente, klassische und aktuelle Methoden und Instrumente
- Finanzierung von Innovationsprojekten, u.a. Finanzsystem und Finanzmodelle
- Unternehmensfinanzierung, u.a. mit Eigenkapital, Fremdkapital, Substitute, Mezzanine Mittel, Rating
- Unternehmensbewertung, u.a. Werte, Verfahren, Besonderheiten bei Startups, Einflussfaktoren
- Mergers & Acquisitions
- Unternehmensbesteuerung

## Vertiefungsmodule Digital Innovation

*Die nachfolgenden Modulbeschreibungen geben einen allgemeinen Überblick über die einzelnen Module zum aktuellen Zeitpunkt. Inhaltliche Änderungen bzw. Weiterentwicklungen im Programm (Module, Modulinhalt) im Studienverlauf vonseiten der Hochschule bzw. einzelner Dozenten sind vorbehalten.*

*Die Vertiefungsmodule können entsprechend des jeweils für das Semester gültige Modulangebot belegt werden.*

*Über dieses Angebot hinaus sieht die Prüfungsordnung für den Studiengang vor, dass ein Vertiefungsmodul aus dem nachfolgenden Katalog durch ein Modul (6 ECTS) aus der Vertiefungsrichtung International Business oder dem weiteren berufsbegleitenden Studienangebot der HdM (nach Absprache und mit Zustimmung der Studiengangsleitung) ersetzt werden kann. Das Studienangebot finden Sie [hier](#).*

### Digital Technologies and Trends

Nach Abschluss des Moduls, haben die Studierenden ein Verständnis entwickelt, was sich hinter den wichtigsten Treibern und Technologien der Digitalisierung verbirgt. Sie verstehen, welche Anwendungsmöglichkeiten und Entwicklungen diese Technologien mit sich bringen. Weiterhin wissen sie, welche aktuellen und zukünftigen Möglichkeiten und Geschäftspotenziale in einer vernetzten digitalen Welt bestehen. Sie können einschätzen, welche Implikationen die Digitalisierung und digitale Technologien auf ein Geschäftsmodell und Unternehmen haben werden.

#### Inhalte im Überblick:

- Einführung: Innovationstechnologien in der Digitalisierung
- Cloud Computing, IoT und Distributed Ledger Technologies/Blockchain
- KI: Kategorien der KI, Planung/Suche/Wissensrepräsentation/Inferenz/Modellierung von Unsicherheit, Konzepte und Verfahren von Machine Learning und Deep Learning
- Virtual und Augmented Reality: Grundlagen immersiver Technologien (inkl. Gerätetests), Use Cases und Geschäftspotenziale im Business Umfeld, Entwicklung einer eigenen Anwendung
- Disruptionspotenzial von digitalen Technologien

### Digital Marketing and Web Analytics

Nach der Teilnahme an diesem Modul können die Studierenden eine digitale Marketing- und Content-Strategie anhand des Customer-Lifecycle-Process entwickeln und umsetzen. Sie wissen, wie sie profitable digitale Marketing-Maßnahmen umsetzen und deren Erfolg mit Hilfe von Web Analytics und Social Media Monitoring messen, analysieren und visualisieren.

#### Inhalte im Überblick:

- Grundlagen und aktuelle Entwicklungen des digitalen Marketings und Social Media Plattformen

- Online-Marketing-Strategie: Durchführung einer Situationsanalyse und Zieldefinition mit KPIs, Zielgruppendefinition (User Personas, Customer-Journey-Mapping), Auswahl geeigneter digitaler Marketing-Kanäle, Entwicklung einer Content-Marketing-Strategie
- Online Marketing-Maßnahmen und Social Media Marketing: Umsetzung einer Social Media-Kampagne in Facebook, Grundlagen Suchmaschinenoptimierung (SEO) und Suchmaschinenwerbung (SEA)
- Erfolgskontrolle mit Web Analytics und Social Media Monitoring: Ermittlung des Return on Investment (ROI) und wichtiger Kennzahlen, Web Analytics-Tools, Umsetzung von Web Analytics mit Google Analytics, Conversion-Messung mit dem Facebook-Pixel und Facebook Analytics, Social Media Monitoring

## Innovation and Business Model Generation

Wie kommt man von einer Idee zu einem Geschäftsmodell? Das Seminar führt dazu in die Prinzipien des Design Thinking und der Geschäftsmodellentwicklung nach der Methode der Business Model Generation ein. Um den gesamten Innovationsprozess praxisorientiert zu erleben, entwickeln Sie eine fiktive Geschäftsidee, durchlaufen im Team mit dieser Idee die Phasen des Design Thinking-Prozesses und erarbeiten mit dem Business Model Canvas darauf aufbauend das Geschäftsmodell. Sie validieren die Idee im direkten Kundenkontakt und präsentieren am Ende ein tragfähiges Geschäftsmodell. So erleben sie Innovationsentwicklung als strukturierten, interaktiven Kreativitätsprozess, der schnell ein hohes Innovationspotenzial freisetzt und zu validierten Produkten, Services oder neuen Geschäftsmodellen führt.

### Inhalte im Überblick:

- Einführung in den kundenorientierten Innovationsprozess, Begrifflichkeiten und Methoden
- Praktischer Design Thinking-Workshop: Durchführung einer Analyse von Bedürfnissen und Nutzergruppen für die Geschäftsidee in Feldrecherchen, Erarbeitung von Lösungswegen und Entwicklung der fiktiven Geschäftsideen (brainstorming, rapid prototyping), Anforderungen für das Prototyping und Testing, Durchführung einer Testphase, Visualisierung und Präsentation der Geschäftsidee (pitching)
- Einführung in die Business Model Generation: Lean Startup und Business Model Canvas, Customer Discovery and Development, Customer Validation, Value Proposition Design, Revenue Streams, Erkennen und Variieren von Geschäftsmodellmustern, Digitale Geschäftsmodelle und Platform-Thinking
- Praktischer Business Model Generation-Workshop: Erarbeitung des Geschäftsmodells mit dem Business Model Canvas, Präsentation des Geschäftsmodells
- Reflektion: Anwendungsmöglichkeiten von Design Thinking und BMG im Unternehmen

## Facilitating Innovation Processes

In der Digitalisierung sind Kreativität und Innovation die Basis für unternehmerischen Erfolg. In der Umsetzung sind jedoch ein systematisch geplanter Prozess und eine gute und kontinuierliche methodische Begleitung notwendig, damit Kreativität kein Zufall ohne Ergebnis bleibt. Die Studierenden lernen, wie sie kreative Prozesse z.B. in der Innovationsentwicklung oder bei Projekten planen und als Moderator/Facilitator ein Team bei der Umsetzung begleiten. Sie planen und gestalten eigenständig einen Prozess, reflektieren die Methodenwahl und setzen das Setting für die erfolgreiche Einbindung aller

Teammitglieder. So bekommen Sie ein Methodenset an die Hand, das sie für das Vorantreiben verschiedenster kreativer Entwicklungsprozesse nutzen können.

#### Inhalte im Überblick:

- Was ist Kreativität und Innovation? Wie funktionieren Innovationsprozesse?
- Ausgewählte Kreativitätsprozesse und Methoden (z.B. Delight, LEGO Serious Play)
- Einführung in die Moderation mit TZI (Themenzentrierte Interaktion)
- Setting und Teamaufstellung für gemeinsames kreatives Arbeiten
- Prozessgestaltung: Aufbau von Arbeitseinheiten (Einstieg, Durchführung, Schluss), Dokumentation von Arbeitsergebnissen
- Fallstudienarbeit und Übungen: Gestaltung und Umsetzung eines Kreativprozesses

## Change Management and Organizational Development

Das Seminar gibt Ihnen einen Einblick in wissenschaftliche fundierte, aktuelle Theorien und Modelle zur Veränderung von Organisationen und zur Gestaltung des Kulturwandels in Zeiten der Digitalisierung. Sie erfahren, was hinter den Schlagwörtern New Work und Arbeit 4.0 steht und reflektieren anhand von konkreten Anwendungsfällen, wie Strukturen und Rahmenbedingungen gestaltet werden können, damit Agilität zum Erfolgsfaktor wird. Dabei wird auch aufgezeigt, wie Change Management als zentrale Führungsaufgabe verankert werden kann.

#### Inhalte im Überblick:

- Einführung in Organisations- und Kulturentwicklung: Zentrale Theorien und Modelle, Überblick über New Work und Arbeit 4.0, Bedürfnisse von Mitarbeitern und neue Anforderungen von Kunden und Märkten
- Agilität als Erfolgsfaktor: Scrum und Kanban als alternative Organisationsprinzipien für Mitarbeiter und Führungskräfte, agile Theorien und Modelle
- Organisationsstruktur als Einflussfaktor (Holacracy, Soziokratie)
- Digital gestützte Organisations- und Kulturentwicklung: Erfolgsfaktoren sowie Stolpersteine, Erprobte Methoden und digitale Tools, Verknüpfung mit Elementen der positiven Psychologie, Präsenzformate vs. Digitale Tools
- Führung und Veränderung: Perspektiven auf Scheitern und Fehler, Theorien und Modelle moderner Führung, Prozesse der Organisations- und Kulturentwicklung
- Konzeptentwicklung für einen Change/OE-Prozess im Unternehmen

## Usability and User Experience

Für die Wettbewerbsfähigkeit digitaler Produkte und Dienstleistungen spielt nicht nur die einfache Nutzung mittels guter Usability eine wichtige Rolle. Eine positive User Experience, d.h. das emotional positive Erleben eines Produkts oder einer Dienstleistung, ist zudem ein entscheidender Erfolgsfaktor. Das Modul vermittelt ein ganzheitliches Verständnis dafür, wie die Studierenden etablierte und neue Produkte und Services abgestimmt auf die Bedürfnisse Ihrer Kunden entwickeln und deren Nutzung mit positiven Emotionen verbinden können.

### Inhalte im Überblick:

- Einführung in die Konzepte von Usability und Positiver User Experience
- Methoden zum Verständnis von Nutzern und deren Kontexte
- Methoden und Hilfsmittel für eine erlebnis- und handlungsorientierte Gestaltung von Produkten und Services einsetzen.
- Integration der Methoden in Entwicklungsprozesse im Unternehmen
- Methoden zum Testing der Nutzerinteraktion
- Optimierung von Produkten, Services und Dienstleistungen



## Business Development and Growth Strategies

Für eine erfolgreiche Skalierung von Geschäftsideen gilt es, die zentralen Schlüsselfaktoren wie Geschäftsprozesse, Ressourcen, Marketing und Vertrieb zu steuern, um Angebot und Nachfrage zu schaffen und schnell Umsatz zu generieren. Das Modul fokussiert den Bereich Marketing und Vertrieb als eines der zentralen Handlungsfelder für die erfolgreiche operative Implementierung eines Geschäftsmodells.

### Inhalte im Überblick:

- Business Development: Verständnis, Rollen und Modelle, Handlungsfelder für eine Skalierung des Geschäftsmodells: Marketing, Vertrieb, Geschäftsprozesse und Ressourcen
- Aufbau und Gestaltung von Marketing- und Vertriebsstrukturen: Einführung in Growth Hacking und Traction, Rolle der Marketing- und Vertriebskanäle beim Wachstum eines Unternehmens, Vertrieb als Prozess: Management des Vertriebstrichters, Nachfrage schaffen mit Traction
- Von der Kundenbasis zum langfristigen Unternehmenserfolg: Erlösmodelle, Wachstumstreiber, Metriken und deren Messung
- Company Building: Geschäftsprozesse und deren Skalierung: Das Zusammenspiel von Aktivitäten, Ressourcen und Partnern, Management von Partnern: Strategien, Chancen und Risiken, Vom Gründer zum Geschäftsführer: Gestaltung von Unternehmensstrukturen für das Wachstum, typische Wachstumskrisen und deren Überwindung
- Vertriebstraining: Vorgehen und Übungen

## Project Management

### Inhalte im Überblick:

- Überblick über die wichtigsten Instrumente und Methoden des klassischen und agilen Projektmanagements
- Konzepte und Methoden, um Projekte in der VUCA-World zu managen und im verfügbaren Zeit- und Kostenrahmen sowie in der geforderten Qualität umzusetzen
- Projekte im digitalen Kontext strukturieren, planen, steuern und führen
- Anwendung klassischer sowie agiler Methoden und Reflektion, welche der Methoden für ein spezifisches Projekt geeignet sind.

## Academic Research

### Wissenschaftliches Arbeiten und Thesis Coaching

Ziel des Moduls ist es, die Studierenden auf die Konzeption und das Verfassen von wissenschaftlichen Arbeiten, insbesondere der Masterarbeit, vorzubereiten. Im Rahmen des Thesis Coachings werden die Studierenden dazu von den jeweiligen Erstbetreuern unterstützt.

#### Inhalte im Überblick:

- Kriterien und Regeln wissenschaftlichen Arbeitens
- Arten von wissenschaftlichen Arbeiten
- Literaturrecherche, -auswahl, -aufbereitung und -verwaltung
- Auswahl, Strukturierung und Aufbereitung wissenschaftlicher Themen
- Einführung in empirische Forschungsmethoden
- Darstellung einer wissenschaftlichen Arbeit (Schreiben und Präsentieren, inkl. Zitieren, Bibliografieren)
- Organisatorische Hinweise zur Abschlussarbeit
- Fachliche Abstimmung der Abschlussarbeit mit dem Betreuer

### Master Thesis

Die Studierenden zeigen, dass sie selbständig ein Fachproblem nach wissenschaftlichen Vorgehensweisen lösen können. Sie können sich eigenständig in die Materie einarbeiten, den Stand und die Ergebnisse in einer wissenschaftlichen Form aufbereiten und die Arbeitsfortschritte dokumentieren. Die Bearbeitung der Masterarbeit erfolgt innerhalb von sechs Monaten.