



Berufsbegleitender Masterstudiengang

Business Management

**Vertiefungsrichtung Digital Innovation
oder International Business**

Überblick & Module

Inhalt

Überblick	3
Studienstruktur.....	4
Lernsetting.....	5
Pflichtmodule im Kerncurriculum	6
Leadership	6
Strategic Management.....	7
Ethics and Law	8
Accounting / Controlling	9
Finance	10
Wissenschaftliches Arbeiten und Thesis Coaching	11
Master Thesis	11
Vertiefungsmodule Digital Innovation	12
Digital Technologies and Trends	12
Innovation and Business Model Generation	13
Facilitating Innovation Processes	14
Change Management and Organizational Development.....	15
Digital Marketing and Web Analytics	16
Usability and User Experience.....	16
Business Development and Growth Strategies	18
Verhandlungsmanagement.....	19
Project Management.....	20
Vertiefungsmodule International Business	21
Business Development and Market Entries Strategies	21
Intercultural Communication and Management	22
International Marketing	22
Business Information.....	23
Doing Business In Foreign Countries	24
Wahlmodul aus Digital Innovation	24
Kontakt	25
Beratung zum Masterstudium.....	25
Einzelne Weiterbildungen im Kontaktstudium	25

Überblick

Im **berufsbegleitenden Masterstudiengang Business Management (MBA)** mit den jeweiligen Vertiefungsrichtungen qualifizieren wir Sie für Führungs- und Schnittstellenpositionen, in denen Sie in Ihrer jeweiligen Branche und Funktion zukunftsorientierte Projekte erfolgreich vorantreiben und die Innovationsfähigkeit Ihres Unternehmens stärken.

Leitprinzip des Studiums ist dabei ein mehrdimensionaler Lernansatz, der die fachliche und persönliche Entwicklung fördert. Das ganzheitliche Fachcurriculum verbindet betriebswirtschaftliches Management-KnowHow mit Fach- und Methodenwissen aus dem Kernbereich Ihrer Vertiefungsrichtung. Die Module sind dabei zu einer Learning Journey verknüpft, auf der die eigene Führungspersönlichkeit entwickelt wird.

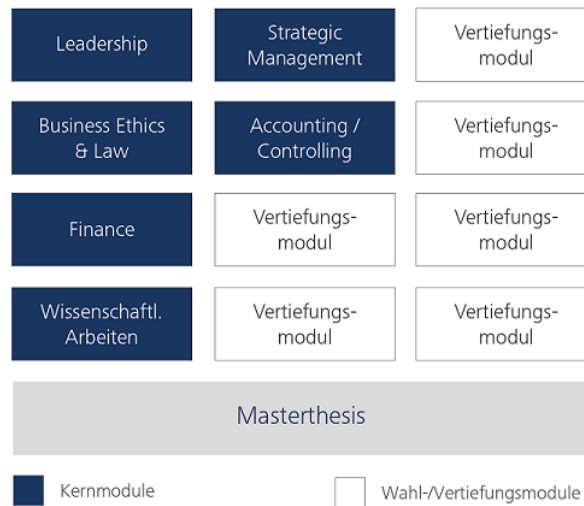
Der Studiengang richtet sich an Professionals und (Nachwuchs-)Führungskräfte mit akademischem Erstabschluss und Berufserfahrung, die sich berufsbegleitend weiterbilden möchten.

Das Studium richtet sich insbesondere an folgende Zielgruppen:

- Fachkräfte, die zukünftig eine Führungsrolle in einem Unternehmen anstreben und sich durch einen Masterabschluss entsprechende Karrieremöglichkeiten eröffnen möchten.
- Professionals und (angehende) Führungskräfte, die in Management- und Schnittstellenfunktionen die digitalen Möglichkeiten nutzen und Innovationen, Projekte und neue Dienstleistungen und Produkte aktiv im Unternehmen voranbringen möchten und dafür ganzheitliches Know-How erwerben.
- Erfahrene Professionals, die ein Know-How-Update in Management- und Methodenkompetenzen möchten.

Studienstruktur

Der Studiengang fokussiert eine generalistische Managementausbildung, die für Führungsaufgaben qualifiziert. Gleichzeitig haben Sie die Möglichkeit, durch die Wahl einer Vertiefungsrichtung ein individuelles fachliches Profil als Führungskraft in einem speziellen Fachbereich zu entwickeln.



Die Vermittlung von theoretischem und methodischem Management-Wissen bildet die Grundlage des Studienprogramms (5 Module). Im Pflichtbereich belegen Sie gemeinsam mit weiteren Studierenden des Studiengangs Module aus fünf Kernbereichen der Unternehmensführung.

Durch die Belegung von Vertiefungsmodulen (6 Module) aus dem aktuellen Modulangebot bauen Sie darüber hinaus Ihre Kompetenzen individuell in einzelnen Themenbereichen weiter aus.

Dabei können Sie auch ein Vertiefungsmodul tauschen und stattdessen ein Modul aus dem gesamten Weiterbildungsangebot der HdM (z.B. aus der anderen Vertiefungsrichtung) belegen.

Das Studium schließt mit der wissenschaftlichen Bearbeitung eines Themas in der Masterarbeit inkl. Thesis Coaching ab.

Lernsetting

Das Masterprogramm wird in Form eines weiterbildenden Blended-Learning-Studiums mit einem Mix aus Präsenz- und Online-Veranstaltungen angeboten. Pro Semester finden drei Module (18 ECTS) statt. Der überwiegende Teil des Studiums umfasst Module, die 3 Präsenztage mit einer mehrmonatigen Online-Phase kombinieren. Präsenztermine sind i.d.R. als geblockte Wochenendveranstaltungen (Freitag und Samstag) vorgesehen. Für das Studium ist ein durchschnittlicher wöchentlicher Workload von ca. 15h einzuplanen.

An Präsenztagen erhalten Sie nicht nur eine fundierte Wissensvermittlung durch praxisnahe Inputeinheiten unserer Experten. Ein Fokus liegt auch auf der Reflexion und dem Transfer auf berufsrelevante Anwendungsszenarien, der durch Diskussionsrunden, Gruppenarbeiten oder Übungen mit Workshop-Charakter umgesetzt wird.

Zwischen den Präsenztagen findet eine online-gestützte Selbstlernphase (E-Learning) statt, in der Sie das erlernte Wissen vertiefen und durch die eigenständige Bearbeitung von Projektaufgaben oder Fallbeispielen anwenden. Wichtig ist uns, dass Sie die Möglichkeit haben, selbstständig Konzeptideen für das jeweilige Thema zu bearbeiten und das erlernte Wissen anzuwenden. Auf unserer Online-Plattform Moodle finden Sie dafür je nach Modul Aufgabenstellungen, die durch verschiedene Unterrichtsmaterialien und weitere Wissensbausteine (u.a. Lernpakete, Literatur, Übungsaufgaben) ergänzt werden. Bei der Bearbeitung haben Sie auf unserer Online-Plattform jederzeit die Möglichkeit, sich im Forum mit Ihren KommilitonInnen und den Lehrenden auszutauschen.

Jedes Modul schließt mit einer Prüfungsleistung ab, die theoretisches Wissen mit anwendungsnahen Themen verbindet. Dabei erarbeiten Sie nach wissenschaftlichen Methoden eigenständig Konzept- und Projektaufgaben und dokumentieren die Ergebnisse schriftlich (Abgabe, Klausuren finden nicht statt).

Die Unterrichtssprache ist i.d.R. Deutsch. Einzelne Vorträge oder Seminarmaterialien können in englischer Sprache verfasst sein.

Pflichtmodule im Kerncurriculum

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.

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.

Lernziele:

Nach Abschluss des Moduls

- kennen Sie die Herausforderungen von Führung in Zeiten der Digitalisierung.
- kennen Sie die historische Entwicklung der Führungsforschung und zentrale Modelle
- haben Sie die Bedeutung von Theorie und Modellen für die eigene Führungspraxis erkannt
- haben Sie sich mit "idealer" Führung und erfolgreicher Führung auseinandergesetzt
- verstehen Sie Führung als Rolle, die mit besonderen Erwartungen einhergeht
- haben Sie eine Standortbestimmung für sich selbst und Ihren Arbeitskontext erarbeitet
- können Sie (Führungs-)Interventionen planen und durchführen
- kennen Sie situative Persönlichkeitsmodelle, können mit den einzelnen Betroffenen angemessen kommunizieren und auch herausfordernde Gespräche zielorientiert führen
- sind Sie in der Lage, mit angemessenen Interventionen Beteiligte zu informieren, zu motivieren und sie mental zu verpflichten.
- Haben Sie Ihre Führungsrolle in einem Planspiel eingenommen und Ihre Entscheidungen in diesem Kontext reflektiert.

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

Studien- und Prüfungsleistung:

- Aktive Teilnahme an Präsenz- und Online-Phase
- Erarbeitung und Präsentation eines Kurzreferats
- Schriftliche Darstellung des Kurzreferats als Executive Summary
- Planung, Durchführung und schriftliche Reflexion einer Transferaufgabe als Intervention

Lehrende/r:

- Prof. Dr. Tobias Seidl, HdM Stuttgart
- Prof. Dr. Simon Werther, HdM Stuttgart
- Prof. Dr. Nils Högsdal, HdM Stuttgart

Turnus: Wintersemester

Strategic Management

In diesem Modul lernen Sie die wesentlichen Ansätze und Instrumente des Strategischen Managements kennen und wenden diese bei der Entwicklung einer eigenen (Digitalisierungs-)Strategie an. Sie erfahren, wie Sie strategische Analysen durchführen und darauf aufbauend, strategische Konzepte entwickeln sowie strategisch orientierte Handlungsempfehlungen für das Management ableiten. Sie kennen die Unterschiede und Zusammenhänge bzw. Wechselwirkungen zwischen strategischem und operativem Management und sind in der Lage, strategische Entscheidungen und ihre Auswirkungen auf den Geschäftserfolg zu beurteilen. Durch Fallstudien und Übungen werden die Besonderheiten im digitalen oder internationalen Kontext abstrahiert und vertiefend angewendet.

Lernziele:

Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind die Studierenden in der Lage

- die wesentlichen Ansätze und Instrumente des Strategischen Managements zu verstehen und zu beurteilen
- Unternehmensressourcen zu analysieren und Marktprognosen durchzuführen
- darauf aufbauend, strategische Konzepte zu entwickeln um den Unternehmenserfolg zu maximieren
- die Herausforderungen und Chancen der digitalen Transformation auf die Strategieentwicklung zu verstehen
- strategisch orientierte 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

Studien- und Prüfungsleistung:

- Aktive Teilnahme an Präsenz- und Online-Phase
- Bearbeitung von Fallbeispielen, Gruppen- und Einzelarbeit
- Entwicklung und Dokumentation einer Strategie für ein Digitalisierungsprojekt

Lehrende/r:

- Prof. Dr. Patrick Planing, HfT Stuttgart

Turnus: Wintersemester

Ethics and Law

Das Modul umfasst die wesentlichen Rechtsfragestellungen sowie ethischen Perspektiven für Führungskräfte. Nach Modulabschluss verfügen Sie über fundiertes Wissen zu rechtlich relevanten Fragestellungen für die Unternehmensführung und können dieses anwenden. Weiterhin werden Sie 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 digitalen Technologien (z.B. Blockchain)
- Datenrechtliche Fragestellungen und deren Bedeutung für Unternehmen
- Bearbeitung von Fallstudien und Übungsaufgaben

Studien- und Prüfungsleistung:

- Aktive Teilnahme an Präsenz- und Online-Phasen
- Bearbeitung von Fällen
- Erstellung einer schriftlichen Abgabe

Lehrende/r:

- Prof. Dr. Nicolai Schädel, HdM Stuttgart
- Mathias Fromberger, Gastdozent

Turnus: Sommersemester

Accounting / Controlling

Das Weiterbildungsmodul bereitet darauf vor, finanzielle Verantwortung für Unternehmen im digitalen Wandel zu übernehmen. Sie erfahren, wie Sie Informationen des Rechnungswesens für die erfolgreiche Umsetzung Ihrer Digitalisierungsstrategie nutzen können. Dazu lernen Sie die strategischen Führungsinstrumente des Rechnungswesens und des wertorientierten Managements kennen und anwenden. In einer interaktiven dynamischen Fallstudie übernehmen Sie dann die Verantwortung für die Geschäftsführung eines erfolgreichen Scale-Ups im Bereich Elektromobilität und stellen sich dabei der Herausforderung, den Wandel der Produkte, die Digitalisierung aller Bereiche und die Weiterentwicklung des Geschäftsmodells zu bewältigen. Ziel ist es, das Unternehmen von der Finanzierung bis zum Börsengang zu begleiten. In der Ausarbeitung eines Geschäftsberichts für ein Unternehmen fassen Sie das Erlernte anhand einer konkreten Aufgabenstellung zusammen.

Lernziele:

Nach der Teilnahme an diesem Modul

- beherrschen Sie die operative Führung eines Unternehmens anhand von Kennzahlen und sind in der Lage, Management-Berichte zu interpretieren.
- sind Sie in der Lage, Ihre Digitalisierungsstrategie zu operationalisieren und insbesondere Wachstums- und Investitionsentscheidungen vorzubereiten.
- verstehen Sie Risiken und Chancen und können diese zielgerichtet zur Maximierung des Unternehmenswerts nutzen.
- kennen Sie die Gestaltungsmöglichkeiten der Bilanzierung insbesondere bei Intangibles und können mit Ihrer Fachabteilung bzw. dem Wirtschaftsprüfer auf Augenhöhe über die Optionen diskutieren.
- sind Sie in der Lage, Business Cases für Entscheider aufzubereiten und den Ergebnis- und Wertbeitrag zu verteidigen.
- wissen Sie, wie Bewertungen von Unternehmen zustande kommen und können diese nachvollziehen.
- verstehen Sie die Konzepte der Wertorientierten Unternehmensführung und sind in der Lage, Ihre Strategie so umzusetzen, dass die Kapitalkosten erwirtschaftet werden und der Unternehmenswert gesteigert wird.
- kennen Sie die Grenzen klassischer Konzepte der Unternehmensrechnung und sind in der Lage, gerade bei wissensintensiven Dienstleistungen korrekte Entscheidungen zu treffen.
- sind Sie in der Lage, Ihre Strategie in moderne Governance-Strukturen einzuordnen und nachhaltig den Unternehmenswert zu erhöhen.

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

Studien- und Prüfungsleistung:

- Aktive Teilnahme an Präsenz- und Online-Phase
- Bearbeitung von Online-Lernpaketen/Übungsaufgaben
- Erstellung eines schriftlichen Geschäftsberichts (Gruppenarbeit)
- Reflexionspapier zum Planspiel (Individuell)

Lehrende/r:

- Prof. Dr. Nils Högsdal, HdM Stuttgart
- Prof. Dr. Udo Mildenerberger, HdM Stuttgart

Turnus: Sommersemester

Finance

In diesem Modul lernen Sie, 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.

Lernziele:

Nach Abschluss des Moduls

- sind die Studierenden in der Lage, einfache und komplexe Business Cases durchzurechnen und argumentativ zu begründen. Sie können qualitative Entscheidungsmodelle und die statischen und dynamischen Verfahren der Investitionsrechnung anwenden. Sie kennen deren Grenzen, sind in der Lage vollständige Finanzpläne zu erstellen und sind mit Grundlagen der Finanzmathematik, insbesondere dem Zeitwert von Geld und Kapitalkosten, vertraut.
- kennen unterschiedliche Finanzierungsformen für Projekte und Startups und sind in der Lage, diese optimal für Ihr Unternehmen zu nutzen. Dazu zählen Fragen wie das optimale Verhältnis von Eigen- zu Fremdkapital wie auch die Frage der Fristigkeit der Finanzierungsoptionen. Neben den Klassikern sind sie auch mit innovativen Ansätzen wie Crowdfunding vertraut und kennen die Eigenschaften mezzaniner Mittel. Sie wissen, welche Rolle insbesondere Bank-interne Ratings spielen und welche Faktoren grundsätzlich Ratings beeinflussen.
- sie erkennen die Wirkungsweise von Finanzinnovationen und sind in der Lage z.B. die Bewertung von Optionen nachzuvollziehen und diese sinnvoll zur Reduzierung von Risiken zu nutzen. Gleichzeitig kennen sie deren Grenzen und Gefahren wie z.B. „off-balance-sheet liabilities“.
- Sie kennen die unterschiedlichen Verfahren der Unternehmensbewertung und die Besonderheiten bei Startups. Sie sind in der Lage solchen Unternehmensbewertungen vorzubereiten und anschließend auch zu vertreten.
- Sie kennen Natur und Ablauf von M&A-Prozessen und sind in der Lage an einer Due Diligence-Teilzunehmen.
- Sie kennen die Grundlagen von Finanzsystemen.

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

Studien- und Prüfungsleistung:

- Aktive Teilnahme an Präsenz- und Online-Phase
- Bearbeitung von Übungsaufgaben
- Erstellung einer schriftlichen Ausarbeitung

Lehrende/r:

- Prof. Dr. Nils Högsdal, HdM Stuttgart

Turnus: Wintersemester

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.

Vertiefungsmodule Digital Innovation

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. Die Vertiefungsmodule können entsprechend des jeweils für das Semester gültige Modulangebot belegt werden. Der Tausch eines Vertiefungsmoduls mit einem Modul aus dem gesamten HdM Weiterbildungsangebot ist nach Ab- und Zustimmung mit der Studiengangsleitung möglich.

Digital Technologies and Trends

Nach Abschluss des Moduls haben Sie ein Verständnis, was sich hinter den wichtigsten 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.

Lernziele:

Nach Abschluss des Moduls

- haben Sie ein Verständnis, was sich hinter den wichtigsten Treibern und Technologien der Digitalisierung verbirgt.
- verstehen Sie, welche Anwendungsmöglichkeiten und Entwicklungen diese Technologien mit sich bringen.
- haben Sie ein Verständnis dafür, welche aktuellen und zukünftigen Möglichkeiten und Geschäftspotenziale in einer vernetzten digitalen Welt bestehen.
- können Sie einschätzen, welche Implikationen die Digitalisierung und digitale Technologien auf Ihr eigenes 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, Anwendungsentwicklung
- Disruptionspotenzial von digitalen Technologien

Studien- und Prüfungsleistung:

- Aktive Teilnahme an der Präsenz- und Online-Phase
- Bearbeitung von Übungsaufgaben zu zwei Themenbereichen
- Erarbeitung eines Konzepts für eine VR-Anwendung für den eigenen Business Kontext

Lehrende/r:

- Prof. Dr. Johannes Maucher, HdM Stuttgart
- Prof. Dr. Stephan Wilczek, HdM Stuttgart
- Prof. Dr. Kresimir Vidackovic, HdM Stuttgart

Turnus: Wintersemester

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. Damit lernen Sie hands-on eine der wichtigsten Methoden und Tools für eine strukturierte, kundenzentrierte Innovations- und Produktentwicklung kennen. 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.

Lernziele:

Nach der Teilnahme an diesem Modul

- können Sie auf Basis von Theorien und Konzepten die Bedeutung des Kunden im Innovationsprozess einschätzen.
- kennen Sie die Phasen des Design Thinking-Prozesses und haben mit Methoden des Design Thinking gearbeitet.
- kennen Sie Konzepte und Methoden des Business Model Designs und können entsprechende Methoden und Tools (z.B. Business Model Canvas, Customer Discovery und Validation) anwenden.
- wissen Sie, wie Sie Geschäftsmodelle analysieren und kennen Ansätze für deren Weiterentwicklung.

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

Studien- und Prüfungsleistung:

- Aktive Teilnahme an der Präsenz- und Online-Phase
- Erarbeitung und Präsentation von Zwischenergebnissen
- Abgabe einer schriftlichen Dokumentation der Geschäftsidee (Gruppe)
- Individuelles Reflexionspapier

Lehrende/r:

- Prof. Dr. Hartmut Rösch, Startup Center HdM Stuttgart

- Prof. Dr. Nils Högsdal, HdM Stuttgart
- Johanna Kutter, HdM Stuttgart

Turnus: Wintersemester

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. Sie 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 sich persönlich für das Vorantreiben verschiedenster kreativer Entwicklungsprozesse nutzen können.

Lernziele:

Nach der Teilnahme an diesem Modul

- kennen Sie typische Phasen im Moderationsprozess sowie die Rolle des Moderators und können diese ausfüllen.
- kennen Sie Prozessmodelle von Innovations- und Kreativitätsprozessen und haben diese ausprobiert.
- können Sie Kreativitäts- und Innovationsprozesse planen, anleiten und umsetzen.
- können Sie verschiedene Kreativitäts- und Innovationsmethoden gezielt einsetzen.
- haben Sie Ihre persönliche Haltung und Ihren individuellen Moderationsstil reflektiert und gefestigt.
- haben Sie Ihre kreative Selbstwirksamkeit gesteigert.

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

Studien- und Prüfungsleistung:

- Aktive Teilnahme an der Präsenz- und Online-Phase
- Planung, Implementierung und schriftliche Reflektion eines Kreativitäts-/Innovationsprozesses aus dem persönlichen oder beruflichen Umfeld (schriftl. Abgabe)

Lehrende/r:

- Prof. Dr. Tobias Seidl

Turnus: Sommersemester

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 (Ebene der Organisation). 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.

Lernziele:

Nach Abschluss des Moduls

- kennen Sie zentrale Theorien und aktuelle, innovative Modelle zur Organisations- und Kulturentwicklung in der Digitalisierung und können diese auf Ihr berufliches Umfeld übertragen
- haben Sie ein vertieftes Verständnis für die Bedürfnisse von Mitarbeitenden, die Anforderungen an organisationale Strukturen und Rahmenbedingungen sowie für neue Führungspraktiken in digitalen und agilen Arbeits- und Organisationskontexten und können damit einen Change Prozess mitgestalten und vorantreiben
- besitzen Sie einen systematischen und fundierten Überblick über Arbeit 4.0, Agilität und New Work und kennen Stellschrauben zur Entwicklung in diese Richtung
- haben Sie einen Überblick über innovative digitale Tools und moderne Prozesse, die Sie für die Entwicklung von Organisationen in der digitalisierten Arbeitswelt anwenden können

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

Studien- und Prüfungsleistung:

- Aktive Teilnahme an der Präsenz- und Online-Phase
- Recherche und Aufbereitung von Methoden der Organisations- und Kulturentwicklung
- Erarbeitung, Präsentation und Dokumentation eines Konzepts für ein Programm der Organisations- und Kulturentwicklung

Lehrende/r:

- Prof. Dr. Simon Werther, HdM Stuttgart

Turnus: Sommer- und Wintersemester

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. Sie lernen die zentralen Grundlagen in den Bereichen Online Marketing, Social Media Marketing und Web Analytics kennen und werden darüber hinaus im Umgang mit praxisrelevanten Anwendungen wie Google AdWords, Facebook Werbung und Google Analytics geschult.

Lernziele:

Nach der Teilnahme an diesem Modul können Sie

- eine digitale Marketing-Strategie entwickeln.
- User Personas und Customer Journey Maps erstellen.
- eine Content Marketing Strategie entwickeln.
- profitable digitale Marketing-Maßnahmen umsetzen.
- den Erfolg von digitalen Marketingmaßnahmen 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

Studien- und Prüfungsleistung:

- Aktive Teilnahme an der Präsenz- und Online-Phase
- Bearbeitung von Übungsaufgaben zur Entwicklung und Umsetzung einer eigenen Social Media Marketing-Kampagne
- Schriftliche Dokumentation und Reflexion der Ergebnisse

Lehrende/r:

- Prof. Dr. Jan Kirenz, HdM Stuttgart

Turnus: Sommer- und Wintersemester

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.

Lernziele:

Nach Abschluss des Moduls

- können Sie ausgewählte Methoden zum Verständnis von Nutzern und deren Kontexte effektiv einsetzen.
- können Sie Methoden und Hilfsmittel für eine erlebnis- und handlungsorientierte Gestaltung von Produkten und Services einsetzen.
- Wissen Sie, wie Sie diese in Ihre Entwicklungsprozesse integrieren.
- Können Sie Methoden und Vorgehensweisen nutzen, um die Interaktion von Nutzern mit einem Produkt zu testen und so Schwachstellen und Optimierungsvorschläge für die Weiterentwicklung aufzudecken.

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

Studien- und Prüfungsleistung:

- Aktive Teilnahme an der Präsenz- und Online-Phase
- Konzeption und Evaluation einer UUX-Anwendung

Lehrende/r:

- Dr. Katharina Zeiner, Gastdozentin, UX Consultant Siemens AG

Turnus: gesonderte Termine

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.

Lernziele:

Nach Abschluss des Moduls

- verstehen Sie die Zusammenhänge von Strategie, Geschäftsmodell, Business Development & Innovation und können diese nutzen.
- können Sie im Unternehmen Strukturen gestalten, die das weitere Wachstum fördern.
- können Sie einschätzen, welche (digitalen) Vertriebs- und Marketingkanäle das größte Skalierungspotenzial bieten.
- kennen Sie die relevanten Metriken, können diese interpretieren und steuern.
- Können Sie mit Strategien und Vertriebsstechniken den persönlichen Kontakt mit Kunden gestalten.
- können Sie mit Partnern im In- und Ausland so zusammenarbeiten, dass Synergien entstehen.
- ist ihnen bewusst, wie Sie Strukturen und Kultur an ihre Wachstumsstrategie in der Digitalisierung anpassen.

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

Studien- und Prüfungsleistung:

- Aktive Teilnahme an der Präsenz- und Online-Phase
- Ausarbeitung eines Konzeptes und Erarbeitung von Hypothesen zum Einsatz digitaler Marketing- und Vertriebskanäle

Lehrende/r:

- Prof. Dr. Nils Högsdal, HdM Stuttgart

Turnus: Sommersemester

Verhandlungsmanagement

Verhandlungsführung ist eine der wichtigsten Fähigkeiten, die Sie als Mitarbeiter oder Führungskraft täglich im Umgang mit Geschäftspartnern, Kunden, Lieferanten oder Kollegen unter Beweis stellen müssen. In diesem Modul erfahren Sie, wie Sie in Verhandlungssituationen ergebnisorientiert vorgehen und trainieren diese Schlüsselfähigkeit in einem geschützten Kontext anhand von praktischen Beispielen, Filmmitschnitten von Ihnen und Feedback durch den Dozenten.

Lernziele:

Nach Abschluss des Moduls

- haben Sie theoretische Konzepte z.B. der Spiel- und Entscheidungstheorie, Sozial- und Verhaltenspsychologie und Rhetorik-Theorie kennen gelernt und diese in einer schriftlichen Ausarbeitung kritisch reflektiert.
- kennen Sie einen ganzheitlichen Ansatz, der Spiel- und Entscheidungstheorie, Sozial- und Verhaltenspsychologie und klassische Rhetorik-Theorie umfasst.
- Lernen Sie, wie man a) sich vorbereitet, b) notwendige Rahmenbedingungen klärt c) Verhandlungen strukturiert und d) Verhandlungssituationen erfolgreich managt und steuert.
- haben Sie ein Gefühl für die Verhandlungssituation und ihre Dynamik und können diese vor dem Hintergrund des interaktiven Feedbacks und durch praktische Beispiele aus der eigenen Verhandlungserfahrung des Dozenten einordnen.
- haben Sie durch die interaktive Analyse von fokussierten Film- und Rollenspielszenen Ihr eigenes Bewusstsein und Ihre Sensibilität geschärft.
- können Sie Ihre die Wirksamkeit in Verhandlungssituationen als Grundlage für ein effektives Verhandlungsmanagement einschätzen.
- Können Sie zukünftig zielgruppenorientiert in Verhandlungssituationen agieren.

Inhalte im Überblick:

- Einführung in das Verhandlungsmanagement
- Arten und Charakteristika von Verhandlungen
- Verhandlungsmacht: Welchen Einfluss haben Sie?
- Einführung in Verhandlungstheorien / Theoretische Untermauerung des Verhandlungsmanagements: Spiel- und Entscheidungstheorie (Rationale / Kalkulierte Aktion), Sozial- und Verhaltenspsychologie, klassische Rhetorik-Theorie
- Modell-Management: Von der Vorbereitung und Strukturierung bis zur Anbahnung und Verhandlungsführung
- Was braucht es, um Verhandlungen zu führen?
- Eine Transaktionsanalyse: Ebenen der Interaktion
- Besondere Herausforderungen: Interkulturelle Aspekte
- Übung von Verhandlungssituationen (anhand von Fallstudien, verschiedenen Rollenspielen und Filmsequenzanalysen; Coaching durch den Dozenten)

Studien- und Prüfungsleistung:

- Aktive Teilnahme an der Präsenz- und Online-Phase
- Recherche und Vertiefung von Wissen anhand von Materialien
- Erstellung einer schriftlichen Ausarbeitung zu einem ausgewählten Thema (vor Präsenzphase)

Lehrende/r:

- Dr. Clifford Tjiok, Gastdozent, Chief Commercial Officer & Managing Director, LOANCOS Group

Turnus: gesonderte Termine

Project Management

Lernziele:

Nach Abschluss des Moduls

- kennen Sie Konzepte und Methoden, um Projekte in der VUCA-World zu managen, im verfügbaren Zeit- und Kostenrahmen sowie in der geforderten Qualität umzusetzen.
- haben Sie einen Überblick über die wichtigsten Instrumente und Methoden des klassischen und agilen Projektmanagements und können diese anwenden.
- können Sie Projekte im digitalen Kontext strukturieren, planen, steuern und führen.
- können Sie klassische sowie agile Methoden anwenden und reflektieren, welche der Methoden für ein spezifisches Projekt geeignet sind.

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.

Studien- und Prüfungsleistung:

- Aktive Teilnahme an der Präsenz- und Online-Phase
- Bearbeitung von Übungsaufgaben und schriftliche Abgabe

Lehrende/r:

- Fachexperte aus der Praxis

Turnus: Wintersemester

Vertiefungsmodule International Business

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. Die Vertiefungsmodule können entsprechend des jeweils für das Semester gültige Modulangebot belegt werden. Der Tausch eines Vertiefungsmoduls mit einem Modul aus dem gesamten HdM Weiterbildungsangebot ist nach Ab- und Zustimmung mit der Studiengangsleitung möglich.

Business Development and Market Entries Strategies

In this online course you will be facilitated to obtain the necessary insights and tools to develop a market entry business strategy / concept for an international market. The context for this learning experience can be Thailand or another country. You will take your own current business (working) context as a starting point, take a product/concept/service from this context as the basis for the development of your market entry strategy into Thailand and the Thai business environment.

Das Modul wird in englischer Sprache durchgeführt.

Lernziele:

Nach Abschluss des Moduls

- haben Sie ein Verständnis für (internationale) Märkte und sind in der Lage, ein Business (im internationalen Kontext) unter Berücksichtigung der Spezifika des Marktes zu planen und strategisch zu konzipieren.
- kennen Sie die Spezifika des gewählten Marktes (z.B. im Bereich Market Entry, HR, Logistics, Regulations, Financing)
- können Sie auf dieser Basis einen Business Plan/Strategie/Export-Plan für den (internationalen) Markteintritt entwickeln und skalieren.

Inhalte im Überblick:

- Introduction to Business in ASEAN
- Reflection of intercultural Competencies
- Market Entry Strategy
 - ASEAN oder internationaler Business Kontext
 - Business Plan
 - Business Structure, Regulations, Investment
 - HR Management
 - Logistics
 - Market Entry, Vertrieb
- Strategy pitch

Studien- und Prüfungsleistung:

Ziel des Moduls ist die Entwicklung und Dokumentation einer Strategie zum Markteintritt für Ihre Geschäftsidee. In der E-Learning-Phase erarbeiten Sie anhand von Literaturempfehlungen und Leitfragen die einzelnen relevanten Themenbereiche am Beispiel Ihrer Geschäftsidee und tauschen sich durch regelmäßige Forenbeiträge mit Ihren KommilitonInnen und dem Dozenten dazu aus.

- Aktive Teilnahme an der Präsenz- und Online-Phase
- Erarbeitung und Präsentation der Übungsaufgaben (Teilabgaben)

- Schriftliche Ausarbeitung und Präsentation zum Modulende

Lehrende/r:

- Willem Viets

Turnus: Sommersemester

Intercultural Communication and Management

Lernziele:

Nach Abschluss des Moduls

- kennen Sie die theoretischen Konzeptionen und empirischen Untersuchungsmethoden der interkulturellen Kommunikation
- sind Sie in der Lage, diese kritisch einzuschätzen.
- kennen Sie Konfliktpotentiale und Bewältigungsstrategien in der interkulturellen Wirtschaftskommunikation
- haben Sie einen Einblick in kulturspezifische Arbeits-, Problemlösungs- und Kommunikationsstile am Beispiel ausgewählter Kulturen erhalten.

Inhalte im Überblick:

- Interkulturelle Wahrnehmung
- Kulturelle Fremdheit
- Kulturvergleichende Theorien
- Die wichtigsten Kulturdimensionen
- Interkulturelle Kommunikation (inkl. Übungen)
- Interkulturelles Management
- Interkulturelle Wirtschaftskommunikation und länderspezifische Handlungsfelder
- Spezielle Themen: Marketing, Wissensmanagement, Teamentwicklung

Studien- und Prüfungsleistung:

- Aktive Teilnahme an der Präsenz- und Online-Phase
- Bearbeitung und Präsentation von regelmäßigen Übungsaufgaben
- Schriftliche Ausarbeitung zum Modulende

Lehrende/r:

- N.N., Maria Püschel

Turnus: Winter- oder Sommersemester

International Marketing

Lernziele:

Nach Abschluss des Moduls

- sind Sie in der Lage, das erworbene Marketingwissen im Lichte der Herausforderungen der globalen Märkte des 21. Jahrhunderts zu durchdenken
- sind Sie in der Lage, relevante Probleme des Marketings und der Kundenintegration in der internationalen Wirtschaftspraxis zu erkennen und zu beurteilen
- können Sie die Instrumente, Methoden und Strategien in der Praxis umsetzen bzw. gestalten.

Inhalte im Überblick:

- Markteinführung (Kommunikationspolitik, Internationaler Product Launch)
- Internationales Vertriebskonzept (Markenidentität umsetzen, Werbestrategie, Sortimente)
- Vermarktungskonzepte (Formate, z. B. internationale Umsetzung von TV-Formaten)
- Kundenintegration in die Wertschöpfung (Konzept für einen internationalen Kontext)
- Kundenintegration durch Social Media Marketing (Kommunikationskanäle)

Studien- und Prüfungsleistung:

- Aktive Teilnahme an der Präsenz- und Online-Phase
- Bearbeitung von regelmäßigen Übungsaufgaben
- Schriftliche Ausarbeitung zum Modulende

Lehrende/r:

- Gastdozenten

Turnus: Winter- oder Sommersemester

Business Information

Lernziele:

Nach Abschluss des Moduls

- sind Sie in der Lage, Potentiale und Grenzen des managementorientierten Einsatzes der IT im Allgemeinen und konkreten Management-Support-Systemen der Praxis im Speziellen zu beurteilen
- haben Sie ein Verständnis für die Aufgaben von Führungskräften im IT-Bereich und verfügen über fundierte Kenntnisse fachrelevanter Methoden und Techniken.
- sind Sie in der Lage, unternehmerische Prozesse mit Hilfe moderner IT-Technologien abzubilden und zu gestalten
- können Sie die Einführungsprozesse neuer IT-Systeme und neuer Unternehmensprozesse fachgerecht begleiten.

Studien- und Prüfungsleistung:

- Aktive Teilnahme an der Präsenz- und Online-Phase
- Bearbeitung von regelmäßigen Übungsaufgaben
- Schriftliche Ausarbeitung zum Modulende

Lehrende/r:

- Prof. Dr. Peter Lehmann oder Gastdozenten

Turnus: Winter- oder Sommersemester

Doing Business In Foreign Countries

Lernziele:

Nach Abschluss des Moduls

- verfügen Sie über fundierte Kenntnisse über Besonderheiten, spezifische Fachkonzepte, Managementmethoden und Business Verhaltensregeln im internationalen Kontext.
- Über das theoretische Fachwissen hinaus weisen Sie auch praktische Erfahrungen im interkulturellen Austausch mit internationalen (Geschäfts-)Partnern auf.

Dieser Kurs wird in Kooperation mit einer internationalen Partnerhochschule der HdM Stuttgart durchgeführt und umfasst einen mehrtägigen Auslandsaufenthalt abroad. Ergänzt wird dies durch ein online-Angebot zur Vertiefung der interkulturellen Wahrnehmungen. Es wird jeweils ein Programm pro Moduldurchlauf erstellt.

Lehrende/r:

- Gastdozenten u.a. der Partnerhochschulen

Turnus: gesonderte Termine

Wahlmodul aus Digital Innovation

Sie haben die Möglichkeit, eines der Vertiefungsmodule aus dem Bereich Digital Innovation zu wählen.

Empfehlenswert sind im Kontext von International Business u.a. die Module „Innovation and Business Model Generation“, „Verhandlungsmanagement“ oder „Project Management“.

Kontakt

Beratung zum Masterstudium

Sie haben Fragen zum Studienangebot, zu Inhalten oder zum Bewerbungsverfahren?

Wir stehen Ihnen gerne für eine individuelle Beratung zur Verfügung!

Kommen Sie gerne auf unser Studiengangsmanagement zu!



Maria Bertele

Tel.: 0711 / 8923 2048

weiterbildung@hdm-stuttgart.de

www.hdm-weiterbildung.de

Weitere Informationen zum Studiengang:

- [Business Management / Digital Innovation](#)
- [Business Management / International Business](#)

Hier können Sie sich auch an die Öffnung der Bewerbungsmaske erinnern lassen.

Einzelne Weiterbildungen im Kontaktstudium

Weiterhin haben Sie auch die Möglichkeit, einzelne Module des Masterstudiengangs als Weiterbildung einzeln zu buchen. Weitere Informationen finden Sie auf unserer Website unter dem Menüpunkt „[Kontaktstudium](#)“.

Eine Anrechnung der im Kontaktstudium erworbenen Kompetenzen ist nach einer späteren Zulassung im Masterstudium möglich.