



Berufsbegleitender Masterstudiengang

Business Management

**Vertiefungsrichtung Digital Innovation
oder International Business**

Überblick & Module

Inhalt

| | |
|-----------------------------------------------------------------|----|
| Überblick | 3 |
| Studienstruktur im Masterstudium..... | 4 |
| Lernsetting..... | 5 |
| Einstieg über Weiterbildungen im Kontaktstudium..... | 6 |
| Bewerbung und Fristen | 6 |
| Pflichtmodule im Kerncurriculum | 7 |
| Leadership | 7 |
| Strategic Management..... | 8 |
| Ethics and Law | 9 |
| Accounting / Controlling | 10 |
| Finance | 11 |
| Wissenschaftliches Arbeiten | 12 |
| Master Thesis und Thesis Coaching | 12 |
| Vertiefungsmodule Digital Innovation | 13 |
| Digital Technologies and Trends | 13 |
| Innovation and Business Model Generation | 14 |
| Facilitating Innovation Processes | 15 |
| Change Management and Organizational Development..... | 16 |
| Digital Marketing and Web Analytics | 17 |
| Usability and User Experience..... | 18 |
| Business Development and Growth Strategies..... | 19 |
| Project Management..... | 20 |
| Entrepreneurship | 21 |
| Vertiefungsmodule International Business | 22 |
| Project Management..... | 22 |
| Business Development and Market Entries Strategies | 23 |
| Intercultural Management | 24 |
| International Marketing | 24 |
| Business Information..... | 25 |
| Doing Business In Foreign Countries | 25 |
| Wahlmodul aus Digital Innovation | 26 |
| Übergreifender Wahlbereich für beide Vertiefungsrichtungen..... | 27 |
| Verhandlungsmanagement..... | 27 |
| Grundlagen der digitalen Barrierefreiheit (CPACC)..... | 28 |
| Corporate Communication..... | 31 |
| Kontakt und Beratung | 33 |

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.

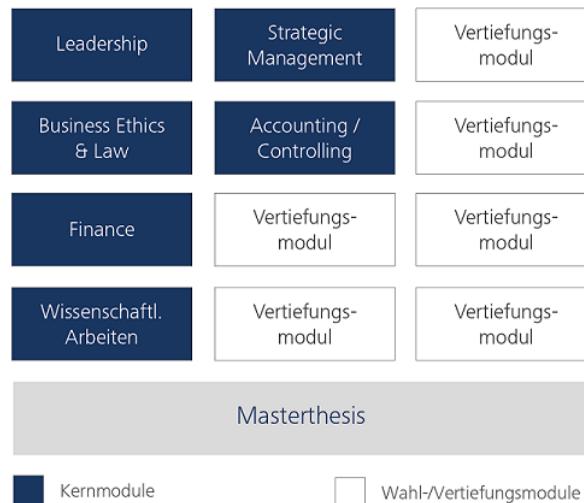
Der Studiengang richtet sich an Professionals und (Nachwuchs-)Führungskräfte mit akademischem Erstabschluss und Berufserfahrung, die sich berufsbegleitend weiterbilden möchten.

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 im Masterstudium

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. Pro Semester finden Pflicht- und Vertiefungsmodul in Kombination statt.

Im Pflichtbereich belegen Sie gemeinsam mit weiteren Studierenden des Studiengangs Module aus fünf Kernbereichen der Unternehmensführung (5 Pflichtmodule).

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 zwei originäre Vertiefungsmodul Ihrer Vertiefungsrichtung tauschen und stattdessen zwei Modulen aus dem übergreifenden Wahlbereich des Studiengangs, der anderen Vertiefungsrichtungen oder aus dem weiteren Weiterbildungsangebot der HdM 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. Für das Studium ist ein durchschnittlicher wöchentlicher Workload von ca. 15-20h einzuplanen.

An Präsenztagen erhalten Sie nicht nur eine fundierte Wissensvermittlung durch praxisnahe Inpoteinheiten 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 und/oder Präsentation). Es finden keine Klausuren statt.

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

Einstieg über Weiterbildungen im Kontaktstudium

Sie können jedes Modul aus dem Masterstudiengang auch einzeln und unterjährig buchen und als Weiterbildung mit Hochschulzertifikat oder Teilnahmebestätigung abschließen.

Mit der Belegung der Module haben Sie ganz flexibel die Möglichkeit, einen Einblick in die Themen und das Lernsetting in diesem Studiengang zu bekommen. Sie sind in diesem Fall Weiterbildungsteilnehmende/r (ohne Immatrikulation), können jedoch die Prüfungsleistungen bei Vorliegen der Zulassungsvoraussetzung bereits ablegen und damit ein Zertifikat erwerben. Wenn Sie mittelfristig einen berufsbegleitenden Masterabschluss anstreben, können Sie sich auch später für das Masterstudium bewerben und nach Zulassung ausgewählte Kontaktstudienmodule auch im Masterstudiengang anrechnen lassen.

Weitere Informationen zu den Konditionen und Terminen finden Sie auf unserer Website unter dem Stichwort „Kontaktstudium“ [hier](#).

Bewerbung und Fristen

Für das **Masterstudium** können Sie sich in jedem Semester bewerben. Die Bewerbung erfolgt über das allgemeine Studienplatzbewerbungsverfahren der Hochschule. Für das Wintersemester endet die Bewerbungsfrist jeweils am 15. Juli; für das Sommersemester am 15. Januar. Weitere Informationen zum Bewerbungsverfahren finden Sie [hier](#).

Wenn Sie sich für **einzelne Module im Kontaktstudium** interessieren, können Sie diese unterjährig bis ca. vier Wochen vor Modulstart direkt über die Website des Weiterbildungszentrums buchen. Alle Informationen dazu finden Sie [hier](#).

Pflichtmodule im Kerncurriculum

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

Leadership

Die Digitalisierung ist mit zahlreichen Veränderungen in Organisationen und der Arbeitswelt jedes Einzelnen verbunden. Dafür sind Führungskräfte als Treiber und Begleiter der Digitalisierung gefragt. Im Modul diskutieren Sie, welchen neuen Herausforderungen Sie bei der Führung in Zeiten der Digitalisierung begegnen und wie Sie Ihre Rolle ausfüllen können. Das Modul vermittelt dafür grundlegende Kompetenzen für (Nachwuchs-)Führungskräfte: Anhand von Fallstudien, Übungen und einem Planspiel lernen Sie aktuelle Führungskonzepte und Methoden praxisorientiert kennen und anwenden und erfahren, wie diese in die Organisation eingebettet werden können.

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. Nils Högsdal, HdM Stuttgart

Turnus: Sommer- und Wintersemester

Strategic Management

Die Digitalisierung erfordert ein strategisches Management, bei dem Führungskräfte als Lotse und Treiber vorangehen. Ihre Aufgabe ist es, digitale Strategien zu entwickeln, Ziele zu definieren und die Umsetzung und den Weg in der digitalen Transformation anzuleiten. In diesem Modul lernen Sie die wesentlichen Ansätze und Instrumente des Strategischen Managements kennen und wenden diese bei der Entwicklung einer eigenen digitalen (Produkt- /Unternehmens-)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 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. Im Laufe des Moduls bis hin zur Prüfungsleistung setzen Sie das Wissen in eine eigene Strategie um.

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
- Entwicklung und Ansätze zur Implementierung 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, Vertragsabschluss und -gestaltung, IP)
- Chancen und Risiken von digitalen Technologien (z.B. Blockchain, Kryptowährungen)
- Compliance & IT-Recht und deren Bedeutung für Unternehmen
- Ethische Fragestellungen
- Bearbeitung von Fallstudien und Diskussion von rechtlichen Themen

Studien- und Prüfungsleistung:

- Aktive Teilnahme an Präsenz- und Online-Phasen
- Bearbeitung und Reflexion von Wissen anhand von Videos und Literatur
- Bearbeitung einer Fallstudie
- Erstellung einer schriftlichen Ausarbeitung einer Fallstudie (praxisorientierte, theoretisch fundierte Checkliste zu rechtlichen Maßnahmen und Überlegungen bei einer Unternehmensgründung)

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 einem Umfeld, das getrieben durch die Digitalisierung einem ständigen Wandel unterworfen ist, stellt die Analyse und Berechnung des Wertbeitrags von Innovationen und Projekten ebenso wie auf Organisationsebene die Bewertung von Startups und Unternehmen eine neue Herausforderung dar. Mit diesem Wissen können Sie zukünftig bei Investitionsentscheidungen auf Basis einer intensiven Analyse hinsichtlich Kosten, Wirtschaftlichkeit und Wertschöpfung zielgerichtet agieren.

In diesem Modul lernen Sie dafür, 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 Finanzpläne zu erstellen.
- 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.
- 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.

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

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
- Forschungsdesign, Einführung in empirische Forschungsmethoden
- Darstellung einer wissenschaftlichen, empirischen Forschungsarbeit
- Organisatorische Hinweise zur Abschlussarbeit

Master Thesis und Thesis Coaching

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 Weiterentwicklungen im Programm (Module, Modulinhalte) im Studienverlauf sind vorbehalten. Die Vertiefungsmodule können entsprechend des jeweils für das Semester gültige Modulangebot belegt werden. Der Tausch von zwei Vertiefungsmodulen ist nach Zustimmung 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 den Themenbereichen Cloud Computing & KI
- 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 (Interviews) 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 Plattform-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 Vortreiben 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

- kennen Sie ausgewählte Methoden zum Verständnis von Nutzern und deren Kontexte effektiv einsetzen.
- kennen Sie Methoden und Hilfsmittel für eine erlebnis- und handlungsorientierte Gestaltung von Produkten und Services einsetzen.
- wissen Sie, wie Sie diese in Ihre Entwicklungsprozesse integrieren.
- Haben Sie einen Einblick in Methoden, 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
- Überblick über das Testing der Nutzerinteraktion

Studien- und Prüfungsleistung:

- Aktive Teilnahme an der Präsenz- und Online-Phase
- Bearbeitung von Übungsaufgaben und Leitfragen in einer schriftlichen Ausarbeitung

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 im Markt.

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 Vertriebstechiken 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
- Planspiel

Studien- und Prüfungsleistung:

- Aktive Teilnahme an der Präsenz- und Online-Phase
- Ausarbeitung eines Konzeptes und Erarbeitung von Maßnahmen in digitalen Marketing- und Vertriebskanälen (Planspiel)

Lehrende/r:

- Prof. Dr. Nils Högsdal, HdM Stuttgart

Turnus: Sommersemester

Project Management

Die steigende Veränderungsgeschwindigkeit erhöht für alle Organisationen den Druck, Projekte trotz aller Widrigkeiten zeitgerecht zum Erfolg zu führen. Projektmanagement wird damit zur absoluten Grundkompetenz. Dabei geht es zunächst darum, die Besonderheiten der Projektarbeit an sich einschätzen zu können – klare Voraussetzung um ein Projekt zu planen und gemeinsam mit anderen Menschen zum Erfolg zu führen. Erfolgreich werden Projekte aber immer häufiger nur dann, wenn auch agile Methoden zum Einsatz kommen – und wenn neben der Projektfähigkeit auch Führungsfähigkeit trainiert wird, denn Projektarbeit ist ohne Führung undenkbar.

Das Seminar vermittelt Ihnen solide Kenntnisse für die Methodik des klassischen und agilen Projektmanagements – immer mit dem Blick auf die Anwendung. Die Live-Sessions werden intensiv für den Austausch mit erfahrenen Experten genutzt, um die eigene Anwendungsfähigkeit der Methodik zu stärken. Darüber hinaus erarbeiten Sie einen persönlichen Methodenkoffer für den Umgang mit schwierigen Situationen im Projekt.

Lernziele:

Nach Abschluss des Moduls

- kennen Sie Konzepte und Methoden, um Projekte 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
- Projekte im digitalen Kontext strukturieren, planen, steuern und führen
- Bearbeitung und Reflexion eines eigenen Projekts

Studien- und Prüfungsleistung:

- Aktive Teilnahme an den Sessions sowie in der Online-Phase
- Bearbeitung von Übungsaufgaben; Erarbeitung und Präsentation einer Transferaufgabe (vrstl. eine Management-Vorlage)

Lehrende/r:

- Dr. Wolfram von Schneyder, Gastdozent, Geschäftsführer VS Consulting Team GmbH

Turnus: Sommersemester

Entrepreneurship

Unternehmerisches Denken und Handeln ist Grundlage für das Entstehen von Innovationen und der Treiber für die Digitalisierung. Das Modul bietet einen Einstieg in das Themenfeld (Corporate) Entrepreneurship: Sie lernen Theorien und Konzepte aus der Forschung wie auch der Startup Welt kennen und erfahren die Hintergründe dazu, wie Geschäftsmodelle entstehen und weiterentwickelt werden können. Darüber hinaus lernen Sie den Prozess zur Unternehmensgründung ebenso wie die Herausforderungen des Intrapreneurship kennen. So bilden Sie Ihr Entrepreneurial Skill- und Mindset weiter aus und können Veränderungen im Startup- und Unternehmenskontext bewerten und vorantreiben.

Lernziele:

Nach Abschluss des Moduls

- haben Sie einen Einblick in Entrepreneurship als wissenschaftliche Disziplin und kennen Theorien, Konzepte und Methoden des Entrepreneurship, Intrapreneurship und Unternehmertum.
- haben sie Kenntnis und Verständnis theoretischer und anwendungsbezogener Fragestellungen des Gründungsmanagements und Entrepreneurship.
- Sie sind in der Lage, theoretische Konzepte des Entrepreneurship zu erläutern und auf praktische Anwendungsfälle zu transferieren
- haben Sie vertiefte Kenntnisse über den Prozess der Unternehmensgründung und die verschiedenen Formen, in denen sich unternehmerisches Verhalten zeigt.
- sind Sie dafür sensibilisiert, unternehmerisch zu denken und können mit einem unternehmerischen Mindset agieren und reagieren.
- sie kennen die Herausforderungen, die sich im Bereich Entrepreneurship auf strukturell-organisatorischer Ebene ergeben.
- verfügen Sie über detailliertes Wissen bezüglich der unternehmerischen Gelegenheit, können eine Unternehmensgründung planen, fehlende Ressourcen einwerben und wissen mit dem Unternehmenswachstum umzugehen.

Inhalte im Überblick:

- Konzepte, Theorien und Methoden des Entrepreneurship, Intrapreneurship und Corporate Entrepreneurship
- Wettbewerbsanalyse, Entwicklung von Geschäftsmodellen, Finanzierung
- Phasenmodelle und der Lean Startup Ansatz
- Business Plan vs. Business Modell und das Lean Startup Modell
- Unternehmer vs. Manager, Unternehmertum als Berufswahl
- Innovators' Dilemma und Solution

Studien- und Prüfungsleistung:

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

Lehrende/r:

- Prof. Dr. Nils Högsdal, HdM Stuttgart

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.

Project Management

Die steigende Veränderungsgeschwindigkeit erhöht für alle Organisationen den Druck, Projekte trotz aller Widrigkeiten zeitgerecht zum Erfolg zu führen. Projektmanagement wird damit zur absoluten Grundkompetenz. Dabei geht es zunächst darum, die Besonderheiten der Projektarbeit an sich einschätzen zu können – klare Voraussetzung um ein Projekt zu planen und gemeinsam mit anderen Menschen zum Erfolg zu führen. Erfolgreich werden Projekte aber immer häufiger nur dann, wenn auch agile Methoden zum Einsatz kommen – und wenn neben der Projektfähigkeit auch Führungsfähigkeit trainiert wird, denn Projektarbeit ist ohne Führung undenkbar.

Das Seminar vermittelt Ihnen solide Kenntnisse für die Methodik des klassischen und agilen Projektmanagements – immer mit dem Blick auf die Anwendung. Die Live-Sessions werden intensiv für den Austausch mit erfahrenen Experten genutzt, um die eigene Anwendungsfähigkeit der Methodik zu stärken. Darüber hinaus erarbeiten Sie einen persönlichen Methodenkoffer für den Umgang mit schwierigen Situationen im Projekt.

Lernziele:

Nach Abschluss des Moduls

- kennen Sie Konzepte und Methoden, um Projekte 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
- Projekte im digitalen Kontext strukturieren, planen, steuern und führen
- Bearbeitung und Reflexion eines eigenen Projekts

Studien- und Prüfungsleistung:

- Aktive Teilnahme an den Sessions sowie in der Online-Phase
- Bearbeitung von Übungsaufgaben; Erarbeitung und Präsentation einer Transferaufgabe (vrstl. eine Management-Vorlage)

Lehrende/r:

- Dr. Wolfram von Schneyder, Gastdozent, Geschäftsführer VS Consulting Team GmbH

Turnus: Sommersemester

Business Development and Market Entries 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 im internationalen Markt.

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 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
- Planspiel

Studien- und Prüfungsleistung:

- Aktive Teilnahme an der Präsenz- und Online-Phase
- Ausarbeitung eines Konzeptes und Erarbeitung von Maßnahmen in digitalen Marketing- und Vertriebskanälen (Planspiel mit internationalem Case)

Lehrende/r:

- Prof. Dr. Nils Högsdal, HdM Stuttgart

Turnus: Sommersemester

Intercultural 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.

Turnus: gesonderte Termine

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:

- Prof. Dr. Engstler, HdM Stuttgart

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“, „Digitale Technologien und Trends“ oder „Project Management“. Weiterhin können Sie aus dem offenen Wahlbereich wählen.

Übergreifender Wahlbereich für beide Vertiefungsrichtungen

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 als ganzheitlichen Ansatz (z.B. der Spiel- und Entscheidungstheorie, Sozial- und Verhaltenspsychologie, Rhetorik) kennen gelernt und diese in einer schriftlichen Ausarbeitung reflektiert.
- 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.
- können Sie Ihre 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 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

Grundlagen der digitalen Barrierefreiheit (CPACC)

In diesem Modul erfahren Sie, wie Sie den Zugang zu digitalen Technologien, Produkten, Informationsmedien und Services barrierefrei gestalten. So schaffen Sie neben der Einhaltung rechtlicher Standards auch die Voraussetzungen dafür, eine größere Kundengruppe zu erreichen.

Die Teilhabe am gesellschaftlichen, beruflichen und wirtschaftlichen Leben hängt in der Digitalisierung davon ab, online alle Möglichkeiten nutzen zu können. Für eine Vielzahl an Menschen ist dies jedoch nicht möglich, da digitale Medien häufig nicht barrierefrei gestaltet sind. Dabei ist sowohl für öffentliche Einrichtungen wie auch für Unternehmen digitale Barrierefreiheit im Medienportfolio ein Wettbewerbsfaktor oder sogar gefordert. Das Modul basiert auf der Europäischen Norm 301 549, auf die EU-Richtlinien zur Barrierefreiheit verweisen und die für öffentliche Einrichtungen gelten. Wir vermitteln Ihnen davon ausgehend praxisorientiert die Grundlagen der Mensch-Computer-Interaktion und der barrierefreien Entwicklung von digitalen Medien wie z.B. Webseiten, Webshops, mobile Apps, digitale Dokumente und Präsentationen, Multimedia und ICT-Systeme (Hardware, Software, Terminals, geschlossene Systeme, Produktdokumentationen, Support-Dienstleistungen, Relaisdienste, Notrufsysteme). Dieses Modul bietet den Einstieg in die vielfältigen Bereiche der digitalen Barrierefreiheit, ohne dass technische Grundkenntnisse oder Programmierkenntnisse vorausgesetzt werden. Es eignet sich für alle, die einen Überblick über barrierefreies Design in der Informations- und Kommunikationstechnik bekommen möchten.

Lernziele:

- Sie kennen die häufigsten Arten von Behinderungen. Sie kennen technische Hilfsmittel und Adaptionstrategien, und können sie hinsichtlich ihrer Effektivität für bestimmte Behinderungen bewerten.
- Sie kennen die wichtigsten demographischen Kennzahlen von Menschen mit Behinderungen weltweit, in Europa und in Deutschland, und verstehen die demographische Entwicklung.
- Sie verstehen die Prinzipien für das Erzeugen von barrierefreien Dokumenten und Formularen, und können sie auf einige Dokumentarten anwenden (Textdokumente, Präsentationen und PDF-Dokumente).
- Sie verstehen die Barrieren, die bei multimedialen Systemen (Video, Kommunikationssysteme) auftreten können, kennen die dazu relevanten Richtlinien und Werkzeuge und können sie anwenden.
- Sie kennen das Potential von eBooks (im Besonderen im EPUB3-Format) für Barrierefreiheit.
- Sie verstehen die Barrieren, die im Web auftreten können, kennen die WCAG 2.1 Richtlinien, verstehen den Prozess der Prüfung einer Website auf Barrierefreiheit und kennen einige automatische Evaluationswerkzeuge.
- Sie verstehen die Barrieren, die bei mobilen Apps auftreten können, und kennen Werkzeuge zur Überprüfung auf Android und iOS.
- Sie kennen die Vorteile des barrierefreien Designs auf persönlicher, gesellschaftlicher und geschäftlicher („Business Case“) Ebene und können barrierefreies Design im Rahmen von benutzerzentrierten Entwicklungsprozessen anwenden.
- Sie kennen die für Barrierefreiheit relevanten Gesetze auf verschiedenen Ebenen (Welt, Europa, D-A-CH).
- Sie kennen den europäischen Standard EN 301 549 auf die unterschiedlichen Arten von Anwendungen (Hardware, Web, Software, mobile Apps, Terminals, geschlossene

Systeme, Produktdokumentationen, Support-Dienstleistungen, Relaisdienste und Notrufsysteme) anwenden.

Inhalte im Überblick:

Die Modul Inhalte orientieren sich am [deutschen CPACC-Syllabus](#), sind aber aus didaktischen Gründen etwas anders strukturiert. Eine wichtige Basis ist außerdem der DIN EN 301 549 „Barrierefreiheitsanforderungen für IKT-Produkte und –Dienstleistungen“.

Kickoff

- Kursübersicht
- Einführung zum DIN EN 301 549
- Persona-Spektrum
- Einführung zu den Referaten (mit Studienmaterialien)

Einheit 1: Vielfalt der Benutzerbedürfnisse

- UN-Menschenrechtskonvention und UN-Behindertenrechtskonvention
- Definition von Behinderung
- Begriffsbestimmungen
- Modelle von Behinderung
- User Accessibility Needs (UANs): DIN EN 301 549 Kap. 4
- Referate: Behinderungen, Barrieren, Assistive Technologien und Adaptionstrategien

Einheit 2: Barrierefreie Multimedia

- Transkripte
- Untertitel
- Gebärdensprache
- Selbstverpflichtung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten
- CADET (Demo)

Einheit 3: Barrierefreie Dokumente

- DIN EN 301 549 Kap. 10
- Barrierefreiheit für Textdokumente (MS Word & LibreOffice Writer)
- Barrierefreiheit für Foliendokumente (MS PowerPoint & LibreOffice Impress)

Einheit 4: Barrierefreie PDF-Dokumente & eBooks

- eBooks (EPUB3)
- Barrierefreiheit für PDF-Dokumente
- PDF Accessibility Checker (PAC 3)

Einheit 5: Barrierefreiheit im Web

- Einführung zur Barrierefreiheit im Web
- Webnutzung mit Screenreader
- Gestaltungskonzepte für Barrierefreiheit im Web
- Überblick WCAG 2.1 & Checkliste für Barrierefreiheit im Web
- Barrierefreiheit von Webseiten manuell überprüfen
- DIN EN 301 549 Kap. 9 & Tabelle A.1

Einheit 6: Prüfwerkzeuge für Barrierefreiheit im Web

- Automatisierte Überprüfung und Überwachung von Websites

- Einfache Werkzeuge zur Überprüfung von Webseiten
- Monitoring-Systeme zur automatischen Überprüfung von Websites
- Overlay Tools

Einheit 7: Barrierefreie Software, Selbstbedienungsterminals, geschlossene Systeme, Produktdokumentationen, Support-Dienstleistungen, Relaisdienste und Notrufsysteme

- Übersicht über DIN EN 301 549 Kap. 5-8 & 11-13
- Einführung Accessibility APIs
- Barrierefreiheitsrichtlinien für Selbstbedienungsterminals

Einheit 8: Barrierefreie mobile Apps

- Mögliche Barrieren bei der Nutzung mobiler Geräte
- Prinzipien für barrierefreie mobile Apps (Android & iOS)
- Werkzeuge zum Prüfen von mobilen Apps auf Barrierefreiheit (Android & iOS)
- Barrierefreiheit für Cross-Plattform Frameworks
- BBC Mobile Accessibility Guidelines
- DIN EN 301 549 Tabelle A.2

Einheit 9: Barrierefreies Design & inklusive Designprozesse

- Der Business-Case für Barrierefreiheit
- Rollen und Prozesse in einer barrierefreien Organisation
- Accessibility Maturity Model

Einheit 10: Demografie und Gesetze zur Barrierefreiheit

- Situation der Menschen mit Behinderungen weltweit, in Europa, und in D-A-CH
- Altersentwicklung
- Reprise UN-Behindertenrechtskonvention
- Marrakesch-Vertrag
- EU Web Accessibility Directive
- European Accessibility Act
- Gesetze zur Barrierefreiheit in D-A-CH

Abschluss

- Ausblick: Zukunft der Assistiven Technologien
- Gedanken zur Barrierefreiheit von AR/VR
- Umgang mit Menschen mit Behinderungen (Etikette)
- Reflexion und Feedback zum Kurs

Studien- und Prüfungsleistung:

- Aktive Teilnahme an der Präsenz- und Online-Phase (wöchentliche synchrone Online-Termine)
- Recherche und Vertiefung von Wissen anhand von Materialien auf Moodle sowie ergänzender MOOC-Plattform
- Prüfungsleistung: Seminarvortrag zu einem vom Dozenten zugeteilten Thema (30%), thematische Beiträge auf der Online-Lernplattform (20%), Übungsaufgaben auf der Online-Lernplattform (50%)

Lehrende/r:

- Prof. Dr. Gottfried Zimmermann, HdM Stuttgart

Turnus: gesonderte Termine

Corporate Communication

Unternehmen stehen immer stärker im Blickpunkt der Öffentlichkeit. Doch was bedeutet es, für Organisationen zu kommunizieren? Welche organisationalen Voraussetzungen müssen dafür geschaffen werden? Wie funktioniert das Zusammenspiel zwischen verschiedenen Kommunikationsdisziplinen wie Marketing, Branding/Markenführung, Public Relations, Interner Kommunikation, Kampagnen und Social Media? Wie geht man mit neuen Themen wie datengetriebener Kommunikation oder Storytelling um? Welche Kompetenzen benötigen Kommunikatoren, um Kommunikationsinstrumente angemessen beurteilen zu können? Im Zentrum des Moduls steht ein Überblick über das Feld Unternehmenskommunikation. Wir behandeln kommunikationswissenschaftliche Grundlagen und zeigen in praktischen Fallstudien die Bedeutung von Kommunikation in, von und über Organisationen und Unternehmen auf.

Lernziele:

Übergeordnetes Lernziel des Moduls ist es, einen Überblick über den Bereich Corporate Communication zu erhalten. Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die TeilnehmerInnen in der Lage:

- Corporate Communication zu definieren und dazugehörige Arbeits- und Themenfelder einzuordnen und voneinander abzugrenzen;
- spezifische Kommunikationsdisziplinen wie etwa Werbung, Marketing, Branding, Sponsoring, Öffentlichkeitsarbeit, interne Kommunikation, Public Affairs, Corporate Social Responsibility/Nachhaltigkeit, Investor Relations oder Social Media voneinander abzugrenzen und entlang des PESO-Rasters einzuordnen,
- verschiedene Konzepte der organisationalen Einbettung von Corporate Communications (Matrixorganisation, Newsroom-Konzept, Projektorganisation) einzuordnen und zu bewerten,
- grundlegende wissenschaftliche Ansätze zur Erklärung der öffentlichen Kommunikation wie Aufmerksamkeitsökonomie, Mediatisierung, Agenda-Setting, Meinungsführer-Konzepte etc. einordnen, bewerten und anwenden.
- den deutschen Kommunikationskodex und seine Konsequenzen für die öffentliche Kommunikation erläutern,
- sicher durch das Berufsfeld Kommunikation zu navigieren und relevante Akteure der Branche (Verbände, Publikationen) für die eigene Weiterbildung zu nutzen,
- ihre eigenen Kenntnisse über Corporate Communication einzuschätzen und einen persönlichen Qualifizierungspfad zu entwickeln.

Inhalte u.a.:

- Erwartungen, Aufbau und Struktur von CoCo, Berufsfeld und Qualifikationen, Teilfelder der CoCo, PESO-Modell, Kommunikationskodex.
- Kommunikations- und organisationstheoretische Grundlagen: vernetzte Öffentlichkeiten (Stakeholder vs. Zielgruppen), Themen- und Kanalmanagement, Content- und Newsroom-Management, Integrierte Kommunikation vs. Kommunikationssilos
- eigenständige Erarbeitung eines ausgewählten Themas und einer Bearbeitung einer praxisorientierten Transferaufgabe

Studien- und Prüfungsleistung:

- Aktive Teilnahme an Input- und Online-Phase
- Planung, Durchführung und schriftliche Reflexion einer Fallstudie, die aus der eigenen Organisation stammen kann (aber nicht muss).

Lehrende/r:

- Prof. Dr. Katrin Hassenstein, Professur für Public Relations und Kommunikationsmanagement, HdM Stuttgart
- Prof. Dr. Swaran Sandhu, Professur für Unternehmenskommunikation mit Schwerpunkt Public Relations, HdM Stuttgart

Turnus: Sommersemester

Kontakt und Beratung

Wir stehen Ihnen gerne für eine individuelle Beratung zur Verfügung!

Kommen Sie gerne auf unser Studiengangskoordination 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](#)