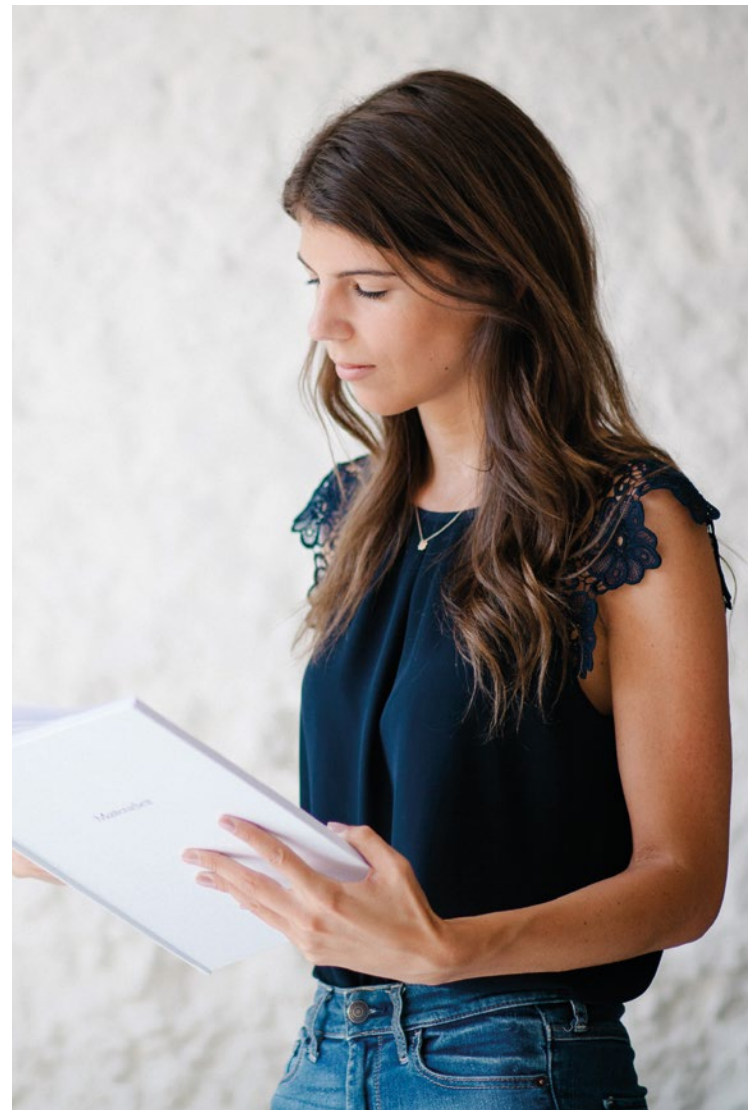


DAS CURRICULUM

BETRIEBSWIRTSCHAFTSLEHRE (M.Sc.)

1. Semester	Summe ECTS	30
Wissenschaftliches Arbeiten und Wissenschaftstheorien		6
Unternehmensstrategische Optionen		6
Methoden der Finanzierung und des internationalen Rechnungswesens		6
Instrumente der Organisationsentwicklung und des Personalmanagements		6
Quantitative und qualitative Forschungsmethoden		6
2. Semester	Summe ECTS	30
Prozessmanagement		6
Anwendungsorientiertes Modul – Qualitative Methoden		6
Wahlpflichtfach I		6
Internationale Wirtschaftspolitik		6
Branding und Consumer Behavior		6
3. Semester	Summe ECTS	30
Wahlpflichtfach II		6
Anwendungsorientiertes Modul – Quantitative Methoden		6
Schwerpunkt A, B, C, D, E oder F		6
Schwerpunkt A, B, C, D, E oder F		6
Schwerpunkt A, B, C, D, E oder F		6
4. Semester	Summe ECTS	30
Schwerpunkt A, B, C, D, E oder F: Forschungsseminar		6
Kolloquium		4
Master-Thesis		20
Summe ECTS: 120 ECTS		



SCHWERPUNKTE & WAHLPFLICHTFÄCHER

Alle Studierenden wählen im 2. Semester einen der folgenden Schwerpunkte.

Im 1. und 2. Semester werden die Wahlpflichtfächer von den Studierenden gewählt. Das Zustandekommen der Schwerpunkte und Wahlpflichtfächer ist abhängig von der TeilnehmerInnenzahl der Studierenden.

ECTS-Punkte: Ein ECTS-Punkt steht für 25 Stunden à 60 Minuten an tatsächlichem Arbeitsaufwand für die Studierenden. Der Arbeitsaufwand eines Studienjahres wird mit 60 ECTS-Punkten bemessen.

Schwerpunkt A: Innovationsmanagement

Strategisches Innovationsmanagement	6
Produkt- und Prozessentwicklung	6
Entrepreneurship und Business Development	6
Forschungsseminar	6

Schwerpunkt B: Branchenstudien

Aktuelle Herausforderungen ausgewählter Branchen	6
Branchenspezifische Aspekte des Managements	6
Sector Specific Studies	6
Forschungsseminar	6

Schwerpunkt C: Internationales Sport- und Eventmanagement

Nationale und internationale Sportorganisationen im Vergleich – Globalisierung und Regionalisierung in der Sportentwicklung	6
Marketing und Sponsoring in der internationalen Sportbranche	6
Management internationaler Sportevents	6
Forschungsseminar	6

Schwerpunkt D: Organisationale Veränderungsprozesse

Formen und Strukturen moderner Organisationen	6
Verfahren der Organisationsdiagnostik	6
Methoden der Organisationsentwicklung	6
Forschungsseminar	6

Schwerpunkt E: Konsumentenverhalten

Theorien und Modelle des Konsumentenverhaltens	6
Gesellschaftliche und kulturelle Rahmenbedingungen des Konsumverhaltens	6
Aktuelle Entwicklungen der Konsumentenforschung	6
Forschungsseminar	6

Schwerpunkt F: Leadership und Strategisches Management

Strategisches Management: Theorien, Konzepte und neue Entwicklungen	6
Modernes Leadership	6
Organizational Behavior and Management Decisions	6
Forschungsseminar	6