

Dein Karrieresprungbrett: Der MBA für zukünftige Führungskräfte

General Management (MBA)

Digitalisierung, Globalisierung sowie weltweite gesellschaftliche und wirtschaftliche Entwicklungen stellen die Managementebenen aller Branchen stetig vor neue Herausforderungen. Hier sind Manager/innen gefragt, die strategische Führungskompetenzen mit fundiertem betriebswirtschaftlichem Know-how verbinden.

Der MBA richtet sich besonders an Nicht-Wirtschaftswissenschaftler/innen, die ihr Fachwissen um umfassendes BWL-Know-how erweitern möchten. Wenn du beispielsweise einen Hochschulabschluss als Ingenieur/in, Chemiker/in, Mediziner/in oder Sprach-/Kulturwissenschaftler/in hast, ist der MBA ideal, um dich für attraktive Führungspositionen im internationalen Management zu qualifizieren.

Highlights deines MBA-Programms

Berufsbegleitend zu Top-Qualifikationen:
In deinem MBA-Fernstudium vermitteln wir dir praxisnah aktuelles Wirtschaftswissen und ein tiefes Verständnis für wirtschaftliche Zusammenhänge. Es wurde speziell für Berufstätige wie dich entwickelt, damit du das erworbene Fachwissen direkt anwenden kannst. Die exzellenten Studieninhalte bereiten dich optimal auf deine Karriere im In- und Ausland vor.

Internationale Managementausbildung inklusive Auslandserfahrung:
Während des 2-wöchigen Internationalen Seminars an einer unserer Partnerhochschulen im Ausland tauchst du in das Wirtschaftsleben einer anderen Kultur ein und knüpfst wertvolle Kontakte.

Unser MBA-Abschluss ist staatlich anerkannt und entspricht den European MBA Guidelines.

Keyfacts

- Akkreditierter Studiengang
- Master of Business Administration (MBA), 120 Credits
- Studiendauer 24 oder 32 Monate
- Voraussetzungen: Abgeschlossenes Erststudium und mindestens ein Jahr Berufserfahrung plus kurzes Telefoninterview.
  Detaillierte Infos: **euro-fh.de/ma/mba**
- Vorleistungen anrechenbar.
  Details unter: **euro-fh.de/anrechnung**

Immer für dich da

Dein/e persönliche/r Studienbetreuer/in ist während des gesamten Studiums für alle Anliegen mit vollem Einsatz für dich da. Ebenso wie **unsere engagierten Tutor/innen**, die dich mit Feedback, Tipps und Fachexpertise unterstützen.

Deine Vorteile

- Jederzeit starten
- 4 Wochen kostenlos testen
- Innovative Lerntools im Online-Campus
- Flexible Prüfungstermine, wahlweise online oder vor Ort
- Studiendauer kostenlos um 50 % verlängern

Studiere smarter

Unsere KI-Lernbegleiterin **KILEA** hilft dir 24/7 bei allen Lernfragen und unterstützt dich bei deinen Prüfungsvorbereitungen!



Prof. Dr. Nils Bickhoff
Dekan des Studiengangs,
Professor für Strategie und Marketing

„In unserem MBA-Studiengang vermitteln wir anschaulich und effektiv das erforderliche Know-how, um Managementaufgaben professionell und erfolgreich zu erfüllen – auch im internationalen Kontext."

Lerne deinen Dekan kennen: euro-fh.de/bickhoff

Internationale Managementausbildung

Mit diesem breit angelegten General-Management-Studium erlangst du das notwendige Fach-Know-how, um Führungsaufgaben – auch im internationalen Kontext – professionell und erfolgreich zu meistern. Du erlangst umfassende Expertise in BWL, VWL, Accounting und Finance, Wirtschaftsrecht, Marketing und Leadership sowie insbesondere im Strategischen Management. Zusätzlich erwirbst du interkulturelle Kompetenzen sowie unverzichtbare Soft Skills und baust dir ein berufliches Netzwerk auf.



Maßgeschneiderte Zusatzqualifikationen im Bereich Top-Level-Management

Bei uns kannst du dich zusätzlich in einem Management-Thema deiner Wahl spezialisieren:

- Brand Management
- Digital Entrepreneurship
- Personal- und Gesundheitsmanagement

Qualifiziert für die Managementebene

Mit deinem MBA erhältst du Zugang zu Top-Managementpositionen in verschiedensten Unternehmensbereichen:

» **Geschäftsführung**
» **Vorstand**
» **Manager/in in Unternehmen**
» **Senior Consultant in Beratungen**

Bereits Fachwirt/in oder Betriebswirt/in? Profitiere von unseren besonders attraktiven Anrechnungsmodellen – nur bei der Euro-FH!

Anders als andere Hochschulen rechnen wir deine Vorleistungen nicht nur inhaltlich zu 100 % an, sondern auch zeitlich und finanziell.

Informiere dich jetzt unter: **euro-fh.de/anrechnung** oder ruf uns an. Wir beraten dich zu allen Fragen rund um deine Anrechnung: **0800 / 33 44 377** (gebührenfrei)



Deine Studieninhalte

	Module	Credits
	Einführung in das Management 1	6
	Einführung in das Management 2	6
	Marketing	12
	Accounting	10
	Volkswirtschaftslehre und Internationale Wirtschaft	6
	Grundzüge des Wirtschaftsprivatrechts	6
	Finance	8
	Responsible Management	10
	Leadership	10
	IT & Operations Management	10
	Internationales Seminar	6
Spezialisierung im Bereich „Top-Level-Management“ [Wahl 1 aus 3]	Wahlmodul	8
	Businessplan	6
	Master-Thesis	16

Vorteil Euro-FH: Hier studierst du besonders praxisnah!

In Fallstudien, Planspielen und Simulationen wirst du selbst zur/zum Entscheider/in:

- Einführung der Grundbegriffe und -prozesse der Betriebswirtschaftslehre mithilfe eines Unternehmensplanspiels.
- Spannendes Führungsseminar im Rahmen des Moduls Leadership.
- In kleinen Gruppen entwickelst du Businesspläne, leitest Strategien dafür ab, diskutierst die operative Umsetzung von Entscheidungen und gestaltest den Markt.

Zulassungsvoraussetzungen

1. Zugangswege

1. a. Für Absolvent/innen mit mind. 180 Credits aus dem Erststudium

Du verfügst über ein abgeschlossenes grundständiges Studium einer staatlichen oder staatlich anerkannten Hochschule mit mindestens 180 Credits sowie über einschlägige Berufserfahrung von mindestens zwei Jahren (während oder nach dem Erststudium erlangt).

Hinweis zur Anerkennung von Vorleistungen aus dem Erststudium:
Möglicherweise kannst du dir deine Vorkenntnisse und einschlägige Berufserfahrung anrechnen lassen und so Zeit und Kosten sparen. Die Prüfung erfolgt individuell nach unserer Anerkennungsordnung. Den Anrechnungsantrag findest du als Formularvorlage auf unserer Website.

1. b. Zugang ohne Hochschulabschluss für berufserfahrene Führungskräfte

Wenn du über eine abgeschlossene Berufsausbildung sowie eine mindestens zehnjährige qualifizierende Berufserfahrung mit mindestens sechs Jahren Führungsaufgaben verfügst, kannst du über unser Master-Einstiegsprogramm zugelassen werden.
Ausführliche Informationen hierzu findest du unter: www.euro-fh.de/master-fernstudium/master-ohne-erststudium/.

2. Eignungsfeststellung und Fremdsprachenkenntnis Englisch
(auch per Telefoninterview möglich)

Für die Eignungsfeststellung ist ein GMAT (Graduate Management Admission Test) mit mind. 500 Punkten nachzuweisen. Den Nachweis deiner Fremdsprachenkenntnis Englisch (mindestens Level B2 gemäß dem Europäischen Referenzrahmen für Sprachen, z. B. TOEFL) kannst du ebenfalls mittels hierfür geeigneter Tests erbringen.

Alternativ können die Eignungsfeststellung und der Nachweis der Fremdsprachenkenntnis Englisch durch ein kostenloses Telefon-Interview erbracht werden. Dieses wird von der Euro-FH organisiert und im Stil eines qualifizierten Bewerbungsgesprächs in englischer Sprache geführt.

3. Pflichtnachweise

Für deine Immatrikulation benötigen wir zudem folgende Unterlagen von dir:

- Tabellarischer lückenloser Lebenslauf mit detaillierten Angaben zur akademischen und beruflichen Laufbahn
- Digitales Foto als jpg-Datei
- Elektronische Meldung deines Versichertenstatus durch deine Krankenkasse an die Euro-FH vor der Immatrikulation (unter Angabe der Absendernummer: H0001913)
- Datenblatt zur Erhebung der Hochschulstatistik
- Kopie/Scan/Foto des Hochschul-Abschlusszeugnisses des Erststudiums
- Kopie/Scan/Foto der Hochschul-Abschlussurkunde des Erststudiums
- Nachweis über die entsprechende Dauer und Art der Berufspraxis nach dem Erststudium (Kopie/Scan/Foto)
- Motivationsschreiben
- Zwei Empfehlungsschreiben von Vorgesetzten, Professor/innen oder anderen aussagefähigen Persönlichkeiten

Alle Vorlagen findest du zum Download auf unserer Website unter www.euro-fh.de/vorlagen.

Module & Credits im Überblick

Hochschulabschluss: Master of Business Administration (MBA) – 120 Credits

Master-Thesis	16 Credits

Businessplan	6 Credits

Spezialisierung im Bereich „Top-Level Management“ [Wahl 1 aus 3]

Brand Management	8 Credits	Personal- und Gesundheitsmanagement	8 Credits
Digital Entrepreneurship	8 Credits		

Einführung in das Management 1	6 Credits	Finance	8 Credits
Marketing	12 Credits	Responsible Management	10 Credits
Einführung in das Management 2	6 Credits	Leadership	10 Credits
Accounting	10 Credits	IT & Operations Management	10 Credits
Volkswirtschaftslehre und Internationale Wirtschaft	6 Credits	Internationales Seminar	6 Credits
Grundzüge des Wirtschaftsprivatrechts	6 Credits		

Module, Studieneinheiten und Inhalte

1. Einführung in das Management 1 – Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre

Betriebswirtschaftliche Grundlagen 4 Credits

• Aufbau und Handlungsweisen von Unternehmen als Teil des Wirtschaftssystems • Entscheidungsprozesse und Phasen unternehmerischer Tätigkeit • Realwirtschaftliche Bereiche und nominalwirtschaftliche Prozesse • Organisationsmodelle

Einführung in das Management (Seminar) 2 Credits

Einführungsseminar in das Management: • Besonderheiten des Fernstudiums • Unternehmensplanspiel Factory™ • The 10-hour-MBA: detaillierter Überblick über die Studieninhalte und den Verlauf des MBA-Fernstudiums anhand einer Fallstudie

2. Einführung in das Management 2 – Managementtechniken

Managementtechniken 6 Credits

Managementtechniken im Planungsprozess: • Auswahl von Managementtechniken • Operative und strategische Zielsetzung • Planungstechniken • Kreativitätstechniken bei der Zielbildung • Strategiefindungstechniken • Organisationstechniken • Frühwarnsysteme bei der Problemanalyse • Wertanalyse zur Alternativensuche • Prognosetechniken und Projektion • Bewertung und Entscheidung • Nutzwertanalyse für die Bewertung und Entscheidung **Managementtechniken im Strategiebildungsprozess:** • Strategische Planung • Umfeld- und Unternehmensanalyse • Portfolioanalyse • Wettbewerbsanalyse • Organisationsprozess **Projektmanagement:** • PM-basierte Organisationsstrukturen • Kompetenzbasiertes Projektmanagement • Standards und Vorgehensmodelle • Aufgaben des Projektmanagements • Methoden und Techniken des Projektmanagements **Quantitative Methoden:** • Auffrischung mathematischer Grundkenntnisse • Wachstumsentwicklung und Abzinsung • Beschreibung von Häufigkeitsverteilungen • Stichprobenanalyse • Korrelationsanalyse **The Quintessence of Strategic Management (Lehrbuch):** • Strategy and Strategic Management • Strategic Frames of Reference • Current Focal Areas in Strategy Practice

3. Marketing

Marketing Strategy 4 Credits

• Marketing in the modern company (relationship marketing) • Major steps in developing the marketing plan • Analysis of the internal and external situation • SWOT analysis • Market segmentation

Marketing Mix 4 Credits

• **Marketing Mix 1:** Product (managing products, developing new products) • **Marketing Mix 2:** Price (pricing strategies, price differentiation) • **Marketing Mix 3:** Place/distribution (distribution structure, selecting the right distributors) • **Marketing Mix 4:** Promotion/communication (advertising, personal selling and sales management, internet marketing)

Marketing in Action 2 Credits

• Organizing and implementing the marketing plan • Marketing budgeting and control of marketing plan • Developing and managing customer relationships • Ethical and environmental aspects of marketing planning

Marketing Seminar (Seminar) 2 Credits

• Development and presentation of marketing plans in student groups

4. Accounting

Financial Accounting 6 Credits

• Prinzipien, Aufbau und Bestandteile der HGB- und IAS/IFRS-Rechnungslegung • Ansatz und Bewertung wesentlicher Bilanz- sowie GuV-Positionen nach HGB und IAS/IFRS • Bilanz- und GuV-Analyse • Kapitalflussrechnung bzw. Cashflow-Statement

Management Accounting 4 Credits

• Operatives und strategisches Controlling • Controlling als Ansatz zur finanziellen Unternehmenssteuerung • Kennzahlensysteme im Rahmen der strategischen Analyse und Planung • Value Based Management zur Performance-Steuerung • Integriertes System zur Erfolgs-, Finanz- und Risikosteuerung • Risikomanagement

5. Volkswirtschaftslehre und Internationale Wirtschaft

Volkswirtschaftslehre und Internationale Wirtschaft 6 Credits

• **Mikroökonomie**: • Grundmodell von Angebot und Nachfrage • Marktmechanismus • Veränderungen im Marktgleichgewicht • Elastizität der Nachfrage und des Angebots (Kurzfristige und langfristige Elastizitäten) • Kenntnis und Prognose der Auswirkungen sich ändernder Marktbedingungen • Auswirkungen staatlicher Interventionen – Preisregulierungen • Gewinnmaximierung und Wettbewerbsangebot • Vollkommene Wettbewerbsmärkte • Grenzerlös, Grenzkosten und Gewinnmaximierung • Kurzfristige Outputentscheidung • Kurzfristige Angebotskurve und kurzfristige Marktangebotskurve • Langfristige Outputentscheidung und langfristige Markangebotskurve • **Makroökonomie**: • Aktuelle makroökonomische Themen und Herausforderungen • Der Gütermarkt: Zusammensetzung des BIP • Güternachfrage (Konsum, Investitionen und Staatsausgaben) • Bestimmung der Produktion im Gleichgewicht (formale, grafische, verbale Analyse, zeitliche Dauer) • Alternativer Ansatz für das Gleichgewicht auf dem Gütermarkt • Geld- und Finanzmärkte: Geldnachfrage, Zinssatzbestimmung, alternative Ansätze zur Analyse des Gleichgewichts • Arbeitsmarkt: Entwicklung der Erwerbslosenquote und „natürliche Erwerbslosenquote“, • Lohnsetzung, Preisfestsetzung, Reallohn, von der Beschäftigung zur Produktion • Das aggregierte Angebot • Die aggregierte Nachfrage • Gleichgewicht in der kurzen und mittleren Frist • **Wirtschaftspolitik**: • Eingriffe in einzelne Märkte (angewandte Mikroökonomik) • Preispolitik: Perfekt funktionierende Märkte; Formen von Marktversagen; Instrumente der Preispolitik; Beispiel: Agrarpreispolitik der EU • Regulierung und Deregulierung: Marktversagen, Regulierung und Deregulierung; Instrumente der Regulierungspolitik; Instrumente der Deregulierungspolitik; Beispiel: Regulierung und Deregulierung der Telekommunikation in Deutschland • Wettbewerbspolitik: Wettbewerbstheorie (statisch, dynamisch, evolutorisch); Leitbilder der Wettbewerbspolitik; Instrumente der Wettbewerbspolitik; Beispiel: Instrumente der Wettbewerbspolitik in Deutschland • Wirtschaftspolitische Ziele und Zielkonflikte (gesellschaftliche Grundwerte, Überwinden von Zielkonflikten) • Operationalisierung einzelner Ziele der Wirtschaftspolitik: Vollbeschäftigung; Preisniveaustabilität; Zahlungsbilanzausgleich; Güterversorgung und Wirtschaftswachstum; Umweltschutz, Verteilungsgerechtigkeit • Wirtschaftspolitik unter den Bedingungen der Globalisierung: Globalisierung und Wirtschaftskrise als Herausforderung; Arbeitsmarktreform und Beschäftigungsentwicklung; Staatsverschuldung und Schuldenbremse; Marktversagen, Staatsversagen und Wirtschaftsordnung; Messung von Wirtschaftsleistung, Lebensqualität und Nachhaltigkeit; Internationale Koordinierung • **Internationale Wirtschaft**: • Der Welthandel im Überblick: Wer handelt aus welchen Gründen mit wem?; Handelshindernisse; Welthandelsstrukturen im Wandel • Unternehmen in der globalen Wirtschaft: Theorie des unvollständigen Wettbewerbs; Monopolistischer Wettbewerb und Außenhandel; Unternehmen unter dem Einfluss des Außenhandels; Handelskosten und Exportentscheidungen; Dumping; Multinationale Unternehmen und Outsourcing • Politische Ökonomie der Handelspolitik: Argumente für Freihandel; Wohlfahrtsargumente gegen Freihandel

6. Leadership

Strategische Unternehmensführung 3 Credits

• Grundlagen der Unternehmensführung • Notwendigkeit und Arten von Planung • Methodik zur Entwicklung eines Plans • Instrumente des strategischen Managements • Planungssysteme in der Praxis • Strategieentwicklung in der Praxis • Der Strategiefindungsprozess • Zusammenhänge zwischen Organisation, Personal und Strategie eines Unternehmens • Wert-, innovations- und prozessorientierte Strategiekonzepte

Psychologie der Führung 3 Credits

• Begriffe und Definitionen: Was ist Führung? • Führungserfolg: Wann ist Führung effektiv? • Funktionen und Auswirkungen von Führung • Zukünftige Herausforderungen von Führung • Wegweisende und aktuelle Führungskonzepte • Führung von unten • Mitarbeitergespräche, Zielvereinbarungen und Beurteilungs- und Entwicklungsgespräche • Training, Coaching, Mentoring und Führung • Bedeutung von Führung und Entwicklung • Feststellung des Führungskräfte-Entwicklungsbedarfs • Maßnahmen zur Führungskräfte-Entwicklung • Evaluation von Maßnahmen zur Führungskräfte-Entwicklung • Frauen in Führungspositionen als Aufgabe der Führungskräfte-Entwicklung

Praxis der Führungspsychologie 2 Credits

• Analyse von Fallstudien zu Führungssituationen

Präsenzseminar: Die Führungskraft als Talentmanager im Vertrieb
2 Credits

• Bestandsanalyse: Wesentliche Führungsdefizite im Vertrieb • Verantwortung der Führung für wirtschaftliche Entwicklung und personelle Kontinuität • Entwicklung vom Potentialträgern im Vertrieb • Reduzierung von Fluktuation und Personalkosten im Vertrieb • Aufbau eines zielgerichteten Talentmanagements im Vertrieb • Analysieren von Mitarbeiterpotentialen • Entwicklung von Potentialträgern • Ziele und Grundlagen des professionellen Mentorings • Rahmenkonzept zur Einführung eines Mentoring-Programms • Prozesssteuerung durch individualisiertes Führungscockpit • Übertragen des Gelernten ins eigene Unternehmen

7. Grundzüge des Wirtschaftsprivatrechts

Grundzüge des Wirtschaftsprivatrechts 6 Credits

Grundlagen des Wirtschaftsrechts: • Die soziale Basis des Rechts • Grundsätze des Privatrechts • Gerichtsverfahren und Zwangsvollstreckung • Abschluss von Verträgen • Allgemeine Geschäftsbedingungen **Vertragsrecht:** • Die Regeln für alle Vertragstypen • Besondere Zahlungsformen • Vertragsverletzungen • Die Haftung des Verkäufers für Mängel seiner Ware • Werkverträge **Arbeitsrecht:** • Grundlagen des Arbeitsrechts • Anbahnung und Abschluss von Arbeitsverträgen • Die Pflichten von Arbeitgeber/innen und Arbeitnehmer/innen • Beendigung des Arbeitsvertrags • Besondere Arten von Arbeitsverträgen **Unternehmensrecht:** • Handelsregister und Vertrauensschutz • Unternehmen und Firma • Unternehmensformen • Das Recht der Personengesellschaften • Das Recht der Körperschaften • Sonderformen

8. Finance

Finance 8 Credits

• Bewertungsverfahren zur Investitionsbeurteilung • Vollständige Finanzpläne • Arten und Formen von Finanzierungen • Finanzwirtschaftliche Kennzahlen und Ziele • Wertorientierte Finanzbetrachtung • Liquiditätsmanagement und -planung • Working-Capital-Management • Bewertungsverfahren zur Ableitung des Unternehmenswertes • Analyseverfahren zur Beurteilung von Unternehmen und seiner Umwelt

9. IT & Operations Management

Informationswirtschaft und Aufgaben des Informationsmanagements
4 Credits

Grundlagen des Informationsmanagements: • Begriffsabgrenzungen • Ansätze und Modelle des Informationsmanagements **Management der Informationswirtschaft:** • Management der Informationsnachfrage und des -angebotes • Management der Informationsquellen, -ressourcen, und -verwendung **Management der Informationssysteme:** • Datenmanagement • Prozessmanagement • Management des Anwendungslebenszyklus • Management der Softwareeinführung **Management der Informations- und Kommunikationstechnik:** • Management der Verarbeitung, Speicherung und Kommunikation • Management des Technologielebenszyklus • Management von Technikbündeln

Strategisches Informationsmanagement 3 Credits

Führungsaufgaben des Informationsmanagements: • Unternehmensstrategie und Informationsmanagement • IT-Governance • IT-Controlling • IT-Risikomanagement und Sicherheitsmanagement • IT-Servicemanagement • IT-Personalmanagement **Referenzmodelle des Informationsmanagements:** • ITIL • COBIT • TOGAF

Supply Chain Management 3 Credits

Grundlagen des Supply Chain Managements: • Gegenstand und Einordnung des Supply Chain Managements • Supply Chain Management und Unternehmensorganisation **Strategien des Supply Chain Managements:** • Supply-Chain-Topologien und -Typen • Fertigungs- und Beschaffungsstrategien • Unternehmensübergreifende Supply-Chain-Management-Strategien • Fallstudie

10. Responsible Management

Intercultural Communication and Management (inkl. Online-Seminar)
4 Credits

• Putting theories into practice • Defining the metaculture • Cultural interactions and globalization • Anecdotes, dialogues, short cases • Corporate and organizational decisions and globalization • Communication and interaction among cultures • Defining culture and its impact on business • Language and society • Cultural patterns • Description of major cultural theoretical approaches and research • **Intercultural Online-Seminar**: • The virtual seminar Intercultural Management for a master's degree is a 10-day online course that will lead students through a discussion of various aspects with an emphasis on cultural patterns in management processes. The seminar offers an opportunity to discuss various original business cases with cultural experts as guides and allows students to share relevant intercultural experiences and insights in an open forum.

Wirtschaftsethik 4 Credits

Ethik und Wertemanagement: • Einführung in die Theorien der Ethik • Grundzüge der Entwicklung der Ethik als philosophischer Disziplin • Bezug auf die moderne Wirtschaftsethik und das Wertemanagement **Wirtschaftsethik in der Praxis:** • Global Compact • Corporate Governance Codex • Corporate Citizenship • Organisationsstruktur und -kultur • Compliance, Wertekodex, Interne und Externe Kontrolle, etc. • Relevanz dieser Begriffe für die Wirtschaft des 21. Jahrhunderts **Texte zur Wirtschaftsethik:** • Reader mit Originaltexten und Fundstellen zu Wirtschaftsethik und Wertemanagement

Corporate Social Responsibility 2 Credits

Corporate Social Responsibility: • A brief history of CSR • Definition of CSR • Concepts of CSR • Fields of CSR activities • Standards, audits and ratings

11. Internationales Seminar

Compulsory Seminar Abroad 6 Credits

• Foreign study presentations are coordinated with Euro-FH courses and are oriented towards the respective educational offerings of our partner universities • Available courses provide a high degree of interaction • Courses are given in English

12. Spezialisierung im Bereich „Top-Level Management“ [Wahl 1 aus 3]

Mit der Wahl einer Vertiefung im Bereich „Top-Level-Management“ hast du die Möglichkeit, dich in den Handlungsfeldern Strategie und Marketing, Führung und Vertrieb sowie Soft Skills und Human Resources zu spezialisieren.

[1] Brand Management

Digitale Markenkommunikation 3 Credits

• Potenziale und Möglichkeiten von digitalen Kommunikationskanälen • Grundprinzipien der einzelnen Online-Kommunikationsinstrumente • Instrumente der digitalen Markenkommunikation • Erfolgreiche Umsetzung von Kommunikationsstrategien mit digitalen Medien

Markenführung und Markenkommunikation (Online-Seminar) 5 Credits

• Theoretische Grundlagen der Markenführung • Praxisstrategien der Markenführung • Leistungsfähigkeit der Markenkommunikation • Zielbestimmung der Markenkommunikation • Integrierte Markenkommunikation • Basisstrategien und deren Operationalisierung • Kommunikationsbudgets • Online-Seminar zum Erstellen eines Marken- und Kommunikationskonzeptes

[2] Digital Entrepreneurship

Entrepreneurship 4 Credits

• Bedeutung und Charakteristika von Gründungen für Volkswirtschaft und Unternehmen • Erscheinungsformen von Entrepreneurship und Intrapreneurship • Soft Skills von Entrepreneuren • Kundenbezogene, technologische und politisch-rechtliche Veränderungstreiber • Technologie-Adaption und Erkennen von Nutzenpotenzialen • Methoden der Ideen- und Technologiefrüherkennung • Geschäftsfeld-, Wettbewerbs- und Industrieanalyse • Businessplanerstellung

New Venture Management 4 Credits

• Erscheinungsformen von Venturing • Ein Unternehmen in der Stabilisierungsphase führen • Wissenstransfer in jungen Unternehmen • Entrepreneural Finance und Kennzahlensysteme • Entrepreneural Marketing • Exitstrategien

[3] Personal- und Gesundheitsmanagement

Personalmanagement 4 Credits

• **Personalkonzeption:** Grundlagen des Personalmanagements; Organisation der Personalarbeit; Rechtlicher Rahmen und Mitbestimmung • **Personaladministration:** Personalbedarfsbestimmung; Personalbestandsanalyse; Personaleinsatzmanagement; Personalkostenplanung • **Personalveränderung:** Personalmarketing; Personalbeschaffung; Personalentwicklung; Personalfreisetzung • **Internationales Personalmanagement:** Rahmenbedingungen des internationalen Personalmanagements; Internationale Personaladministration; Personalveränderung

Strategisches Personalmanagement 2 Credits

• Strategisches Human-Ressource-Management als Bestandteil des strategischen Managements • Modellvorstellungen des strategischen HRM • Nachhaltiges HRM • HRM als strategischer Partner der Unternehmensführung • Strategischer Kontext und wichtigste Einflussfaktor • Gestaltung von HR-Strukturen • Gestaltung von HR-Prozessen • Erfolgsfaktoren des Change Management im HRM

Gesundheitsmanagement 2 Credits

• Einleitung: Wozu betriebliche Gesundheitspolitik? • Die Vision der gesunden Organisation • Problemstellungen, Ziele und Interventionsformen • Standards des Betrieblichen Gesundheitsmanagements • **Kernkompetenzen im Betrieblichen Gesundheitsmanagement:** Gefährdungsbeurteilungen; Arbeitsbewältigungsindex; Gesundheitszirkel; Kennzahlenentwicklung • Zentrale Handlungsfelder: Organisationskrankheit Burnout • Gesetzliche Rahmenbedingungen des Betrieblichen Gesundheitsmanagements

13. Businessplan

Erstellen eines Businessplans 4 Credits

• Ideenfindung • Unternehmerteam und Organisation • Marktanalyse und Marketing • Kalkulation • Kapitalbedarf und Finanzquellen • Realisierungsfahrplan und Risikomanagement • Präsentation

Visualisieren und Präsentieren (Seminar) 2 Credits

• Visualisieren üben • Präsentieren üben • Präsentation und Diskussion des Projektergebnisses (Businessplans) auf Englisch

14. Master-Thesis

Master-Thesis 16 Credits

• Mit der Master-Thesis weist du nach, dass du in der Lage bist, eine Problemstellung aus dem Berufsfeld selbstständig mit wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten und zu lösen und dabei in fächerübergreifende Zusammenhänge einzuordnen. Die Fragestellung der Arbeit sollte möglichst einen praxisnahen und internationalen Bezug aufweisen. Die Master-Thesis wird vorzugsweise in Kooperation mit einem Unternehmen angefertigt.

Deine Kompaktseminare: interaktiv, große Terminauswahl, i. d. R. online

Für deine Kompaktseminare bieten wir dir eine große Terminauswahl an, aus der du frei und flexibel wählen kannst.

Praxisnahe Vertiefung und persönliche Weiterentwicklung

Du absolvierst in deinem Studium fünf Kompaktseminare, die i. d. R. online stattfinden, ein zweiwöchiges Auslandsseminar sowie ggf. weitere Seminare je nach Wahlschwerpunkt. Weitere Detailangaben zu Durchführungsform und Dauer findest du bei der jeweiligen Seminarbeschreibung auf den Folgeseiten.

Im Zentrum der Seminare steht die Interaktion, denn sie dienen dem persönlichen Kontakt mit Ihren Dozent/innen, Tutor/innen und Mitstudierenden sowie der Anwendung des Lernstoffs mittels Fallstudien und Planspielen. Optimiere die Zusammenarbeit in Teams, tausche deine Erfahrungen aus und übe die Präsentation deiner Arbeitsergebnisse vor anderen in realer Business-Atmosphäre.

Seminare im Pflichtbereich

Einführung in das Management

online

Das erste Seminar bietet dir die Möglichkeit, gleich zu Beginn deines Studiums deine Mitstudierenden sowie die Euro-FH persönlich kennenzulernen und nützliche Beziehungen zu knüpfen. Wir empfehlen dir, an diesem Seminar, für das du keinerlei betriebswirtschaftliche Vorkenntnisse benötigst, so früh wie möglich teilzunehmen.

Am ersten Tag simulierst du mithilfe des Unternehmensplanspiels Factory™ reale betriebliche Vorgänge und deren Auswirkungen auf den Geschäftserfolg.

„The 10-Hour-MBA“ lautet das Motto des zweiten Seminartages. Anhand einer komplexen Fallstudie, die typische Herausforderungen eines Managers in komprimierter Weise darstellt, machst du dich mit den unterschiedlichen Funktionen eines Unternehmens und typischen Fragestellungen aus der Perspektive des Managements vertraut. Zudem bekommst du einen detaillierten Einblick in den Verlauf deines MBA-Fernstudiums.

Dieses zweitägige Seminar findet online statt.

Marketing-Seminar

online

Gegenstand des zweiten Seminars sind mehrere Fallstudien, die im Team bearbeitet werden. Im Rahmen der Entwicklung, Organisation und Durchsetzung einer Marketingstrategie analysierst und bewertest du Informationen. Daraus entwickelst du eigenständig eine Marketingstrategie sowie ein Maßnahmenbündel zur Umsetzung. Abschließend präsentierst du und dein Team eure Ergebnisse und Empfehlungen vor einer Gruppe von Expert/innen.

Dieses Seminar besteht aus vier Online-Meetings, die abends für ca. 2–3 Stunden stattfinden.

Die Führungskraft als Talentmanager/in im Vertrieb

in Präsenz

Wie können Potenzialträger/innen im Unternehmen gefördert und ein zielgerichtetes Talentmanagement aufgebaut werden? Wie können Fluktuation und damit Personalkosten reduziert werden?

In diesem Seminar lernst du, wie du Mitarbeiter/innen an Organisationen bindest, Mitarbeiterpotenziale an entsprechende Anforderungsprofile ausrichtest und fallabhängige Gesprächs- und Verhaltenssituationen führst. Du beschäftigst dich mit der Verantwortung von Führungskräften für die wirtschaftliche Entwicklung und personelle Kontinuität und identifizierst Führungsdefizite.

Anhand konkreter Fallbeispiele entwickelst du klassische Anforderungsprofile, analysierst die jeweiligen Entwicklungspotenziale und formulierst konkrete Handlungsmaßnahmen. Du lernst außerdem, ein professionelles Mentoringkonzept aufzubauen und Prozesse mithilfe eines individualisierten Führungscockpits zu steuern.

Zu deinen praktischen Übungen erhältst du jeweils ein persönliches Trainerfeedback.

Dieses zweitägige Präsenzseminar findet in Hamburg statt.

Intercultural Management

online

The Online-Seminar is a mandatory part of the “Responsible Management” course. This computer conference provides an introduction to important aspects of management practices in the global economy. The benefit of this computer conference discussion is that you and your fellow students can join the ongoing discussions about intercultural communication when and how you choose, receiving messages across geographically dispersed locations and reacting according to your own schedules. The seminar is conducted in English by an US American or British expert. You are sure to enjoy this completely new interactive learning experience.

Das Seminar findet online statt und erstreckt sich über 10 Tage. Durch die asynchrone Durchführung kannst du in Absprache mit deiner Gruppe zu flexiblen Zeiten am Seminar teilnehmen.

International Seminar

2-week seminar abroad

The foreign study phase at one of our partner universities gives you the opportunity to apply the knowledge you have already acquired and to compare it to international standards. During your stay abroad, you will take economic and social science courses presented in the English language at one of our partner educational institutions. You should concentrate on two aspects in your foreign studies. Firstly, you will study the special features of the international economy at the business administration level. Secondly, you will learn how to deal with other cultures and languages and how to express and present yourself competently in an international environment. The courses are closely coordinated with the offerings of the Euro-FH, University of Applied Sciences. As a rule, each stay is two weeks long. This schedule allows you to use vacation time in your current job to prepare for your career in the international economy or in an internationally active company.

Visualisieren und Präsentieren

in Präsenz

Dieses Seminar schließt das Modul „Businessplan“ ab. Im Seminar präsentierst du den in Teamarbeit über die Online-Lernplattform erarbeiteten Businessplan auf Englisch.

Du erhältst direktes Feedback zum Businessplan und lernst, welche Punkte besonders zu beachten sind. Zudem professionalisierst du unter Anleitung eines/r Trainer/in deine Präsentationstechniken.

Dieses zweitägige Präsenzseminar findet in Hamburg statt.

Im Rahmen der Spezialisierung Brand Management

Brand Management

online

Im Online-Seminar diskutierst und bearbeitest du reale Aufgabenstellungen zur Markenführung und Markenkommunikation. In einer Gruppe erarbeitest du eine Projektarbeit, die auch das Modul Brand Management abschließt.

Zu Beginn des Seminars erhältst du ein Briefing, auf dessen Basis du gemeinsam mit deiner Gruppe innerhalb von zwei Wochen ein Marken- und Kommunikationskonzept erstellst. Ähnlich wie in einer klassischen Kunden-Agentur-Beziehung gibt es fest definierte „Schulterblicke“ mit Feedback.

Das Seminar findet online statt und erstreckt sich über 12 Tage. Durch die asynchrone Durchführung musst du nicht zu einer festgesetzten Zeit online sein.

Dein Weg zum Master-Abschluss: mit der für dich passenden Studienvariante

Bei deiner Anmeldung entscheidest du dich, ob du in 24 oder 32 Monaten studieren möchtest. Wenn du beruflich stark eingebunden bist, empfehlen wir dir die längere Regelstudienzeit. Sie bietet dir als Teilzeitvariante mehr Flexibilität und genügend Zeit, um das Studium in deinem eigenen Tempo zu absolvieren. Unsere 24-monatige Variante ist eine Vollzeitoption und damit ideal für alle, die schneller ans Ziel kommen möchten und mehr Zeit fürs Studium haben. Bleib jederzeit flexibel: Du hast die Möglichkeit, auch während deines Studiums einmal die Variante zu wechseln. **Solltest du mehr Zeit benötigen**, ist eine kostenlose Verlängerung um bis zu 50 Prozent möglich.

Monatliche Prüfungstermine für jedes Modul

Mit unserem besonders flexiblen Prüfungssystem kannst du dein Studium von Anfang an perfekt auf deine Bedürfnisse und deine Zeitplanung abstimmen.

Bei uns kannst du bundesweit jede Prüfung monatlich ablegen. Egal, wann du ein Modul abschließen möchtest – innerhalb von vier Wochen steht dir immer eine Prüfungsmöglichkeit wahlweise online oder an einem unserer 10 Prüfungszentren in Deutschland zur Verfügung. So bleibt dein Studium jederzeit flexibel und planbar.

Dein Studienplan für 24 oder 32 Monate Regelstudienzeit

Damit du immer den Überblick behältst, haben wir für beide Studienvarianten einen typischen Studienverlauf vorbereitet. In der 32-Monats-Variante wird dein Studium in 8 Tertiale unterteilt, und du erhältst alle vier Monate ein neues Studienpaket. Entscheidest du dich für die 24-Monats-Variante, bekommst du alle drei Monate – also pro Quartal – neues Material. Dieser Plan ist flexibel und kann jederzeit an deine individuellen Bedürfnisse angepasst werden.



„Das flexible Fernstudium an der Euro-FH hat es mir ermöglicht, die Nachteile der Wirtschaftskrise positiv zu nutzen: **Ich konnte sowohl meine Position im Unternehmen stärken als auch meine Attraktivität für den Arbeitsmarkt steigern.“**

Gerrit Silla, MBA-Absolvent

Der Studienverlauf im Überblick

Die hier gewählte Darstellung stellt lediglich ein Beispiel dar. Der Studienverlauf kann im Rahmen der Studien- und Prüfungsordnung individuell gestaltet werden.

Tertial / Quartal 1 und 2			
Einführung in das Management 1	6 Credits	Seminar	Hausarbeit
Einführung in das Management 2	6 Credits		Klausur
Marketing	12 Credits	Seminar	Hausarbeit
Accounting (Fortsetzung in Tertial / Quartal 3 und 4)			

Tertial / Quartal 3 und 4			
Accounting (Fortsetzung von Tertial / Quartal 1 und 2)	10 Credits		Projektarbeit
Volkswirtschaftslehre und Internationale Wirtschaft	6 Credits		Klausur
Leadership	10 Credits	Seminar	Klausur
Grundzüge des Wirtschaftsprivatrechts	6 Credits		Klausur
Finance (Fortsetzung in Tertial / Quartal 5 und 6)			

Tertial / Quartal 5 und 6			
IT & Operations Management	10 Credits		Projektarbeit
Finance (Fortsetzung von Tertial / Quartal 3 und 4)	8 Credits		Klausur
Responsible Management	10 Credits	Online-Seminar	Projektarbeit
Internationales Seminar	6 Credits	Seminar	Prüfung je nach Standort

Tertial / Quartal 5 und 6			
Businessplan	6 Credits	Seminar	Projektarbeit
Wahlpflichtmodul „Top-Level-Management“	8 Credits		Prüfung je nach gewähltem Modul
Master-Thesis	16 Credits		Thesis

Abschluss „Master of Business Administration (MBA)“ – 120 Credits