

Studienplan Vollzeit

Masterstudiengang Business Management

Studententyp Vollzeit

Gültig ab WiSe2026/2027

Module	englische Modulbezeichnung	V	Ü	L	P	S	ges. SWS	Prüfungsart	WiSe		SoSe		WiSe		SoSe		
									1. Sem. SWS	1. Sem. CP	2. Sem. SWS	2. Sem. CP	3. Sem. SWS	3. Sem. CP	4. Sem. SWS	4. Sem. CP	
Technologie und Management																	
Strategisches Management	Strategic Management					4	4	FMP	4	5							
Wirtschaftsinformatik in der Anwendung	Information Science and its Application	2	2				4	FMP			4	5					
Data Analytics	Data Analytics	2		2			4	SMP	4	5							
Transformationsmanagement	Transformation Management	2	2				4	SMP			4	5					
Personalführung und -Management	Leadership and HR Management	2	2				4	SMP	4	5							
Technologiemanagement	Technology Management	2	2				4	SMP					4	5			
Projekt	Project				4		4	SMP					4	5			
Wirtschafts-, Wissenschafts- und Innovationskommunikation	Science- and Business Communications					4	4	SMP					4	5			
Schwerpunkt: FACT oder TIME																	
Finance, Accounting, Controlling und Technology (FACT)																	
Strategische Investitionsentscheidungen und Risikomanagement	Strategic Investment Decisions and Risk Management					4	4	SMP	4	5							
IFRS und Sustainability Reporting	IFRS and Sustainability Reporting					4	4	FMP	4	5							
Strategische Unternehmensplanung	Strategic corporate planning	2	2				4	FMP	4	5							
Strategisches Finanzmanagement und Unternehmensfinanzierung	Strategic Financial Management and Corporate Financing					4	4	SMP			4	5					
Group Accounting und Auditing	Group Accounting and Auditing					4	4	SMP			4	5					
Strategisches und verhaltensorientiertes Controlling	Strategic and behavioural management accounting	2	2				4	FMP			4	5					
Finanzmärkte und Derivate	Financial Markets and Derivatives					4	4	FMP					4	5			
Valuation und Modeling	Valuation and Modeling					4	4	SMP					4	5			
Business Intelligence und digitales Controlling	Business intelligence and digital management accounting	2	2				4	SMP					4	5			
Transformation, Innovation, Marketing und Entrepreneurship (TIME)																	
Transformation, Wirtschaft und Gesellschaft	Transformation, Economy and Society					4	4	FMP	4	5							
Nachhaltigkeitsmanagement und -Marketing	Sustainability Management and Marketing	2	2				4	KMP	4	5							
Digitales Marketingmanagement	Digital Marketing Management	2	2				4	FMP	4	5							
Strategische Vorausschau und Szenarioanalysen	Strategic Foresight and Scenario Analysis					4	4	KMP			4	5					
Digitale Methoden im Marketing	Digital Methods in Marketing	2	2				4	SMP			4	5					
Industriegüter- und Innovationsmarketing	Marketing for Industrial Goods					4	4	SMP			4	5					
Marketing in Transformationsprozessen	Marketing in Transformation Processes					4	4	KMP					4	5			
Lern- und Experimentierraum TIME	Learning and Experimentation Lab TIME	2	2				4	SMP					4	5			
Anwendungsorientierte Forschung im Kontext von Transformationen	Applied Research in the Context of Transformations					4	4	FMP					4	5			
Wahlpflichtkatalog*																	
Wahlpflichtmodul		2	2				4	***			4	5					
Summen SWS																	
Summe der SWS für FACT		18	16	2	4	32	72		24		24		24		0		
Summe der SWS für TIME		20	18	2	4	28	72		24		24		24		0		
Summe CP Lehre							90		30		30		30		30	0	
CP für Masterarbeit							28									28	
CP für Kolloquium							2									2	
Summe CP							120		30		30		30		30	30	

* Aus einem Katalog muss ein Wahlpflichtmodul gewählt werden.

Abkürzungen

V Vorlesung
 Ü Übung
 L Labor
 P Projekt
 S Seminar

*** Die Prüfungsart ist einem gesonderten Wahlpflichtkatalog zu entnehmen.

WiSe Wintersemester
 SoSe Sommersemester
 SWS Semesterwochenstunden
 PA Prüfungsart
 CP Credits Points

FMP Feste Modulprüfung
 SMP Studienbegleitende Modulprüfung
 KMP Kombinierte Modulprüfung