

HOCHSCHULE FÜR TECHNIK UND WIRTSCHAFT BERLIN

Studien- und Prüfungsordnung

für den weiterbildenden berufsbegleitenden Masterstudiengang

Business Administration – General Management

im Berliner Institut für Akademische Weiterbildung der HTW Berlin vom 23. November 2015¹

unter Berücksichtigung der 1. Änderungsordnung vom 20. Juni 2018²

unter Berücksichtigung der 2. Änderungsordnung vom 28. Juli 2020³

unter Berücksichtigung der 3. Änderungsordnung vom 06. April 2022⁴

nichtamtliche Lesefassung

(verbindlich sind die in den Amtlichen Mitteilungsblättern der HTW veröffentlichten Fassungen)

Gliederung der Ordnung

- § 1 Geltungsbereich
- § 2 Geltung der Rahmenstudien- und Prüfungsordnung (RStPO - Ba/Ma)
- § 3 Teilnahmegebühr
- § 4 Vergabe von Studienplätzen
- § 5 Ziele des Studiums
- § 6 Regelstudienzeit, Studienplan, Module
- § 7 Ablauf des Studiums
- § 8 Modulprüfungen
- § 9 Masterarbeit
- § 10 Abschlusskolloquium
- § 11 Modulnoten auf dem Masterzeugnis
- § 12 Berechnung des Gesamtprädikates

¹ HTW AmtlMittBl. Nr. 03/16 S. 13 ff.

² HTW AmtlMittBl. Nr. 17/18 S. 307 ff.

³ HTW AmtlMittBl. Nr. 30/20 S. 485 ff.

⁴ HTW AmtlMittBl. Nr. 11/22 S. 175 ff.

- § 13 Abschlussdokumente
- § 14 Übergangsregelungen
- § 15 Inkrafttreten/Veröffentlichung

- Anlage 1 Studienplanübersicht
- Anlage 2 Modulübersicht
- Anlage 3 Lernergebnisse und Kompetenzen für jedes Modul
- Anlage 4 Spezifika des Diploma Supplements
- Anlage 5 Äquivalenztabelle

§ 1 Geltungsbereich

(1) Diese Studien- und Prüfungsordnung gilt für alle Studierenden, die nach Inkrafttreten dieser Ordnung im weiterbildenden berufsbegleitenden Masterstudiengang Business Administration – General Management (MBA – GM) in das 1. Fachsemester immatrikuliert werden.

(2) Ferner gilt diese Studien- und Prüfungsordnung für alle Studierenden, die nach einem Hochschul- oder Studiengangwechsel aufgrund der Anrechnung von Studien- und Prüfungsleistungen zeitlich so in den Studienverlauf eingeordnet werden, dass ihr Studienstand dem Personenkreis gemäß Absatz 1 entspricht.

(3) Die in § 14 Absatz 1 und 2 festgelegten Übergangsregelungen gelten nur für Studierende, die nach der vorangegangenen Studienordnung des weiterbildenden berufsbegleitenden MBA – GM vom 22. Januar 2009 (AMBl. HTW Berlin Nr. 09/09) immatrikuliert wurden.

(4) Die Studien- und Prüfungsordnung wird ergänzt durch die Zugangs- und Zulassungsordnung des weiterbildenden berufsbegleitenden MBA – GM in der jeweils gültigen Fassung.

§ 2 Geltung der Rahmenstudien- und Prüfungsordnung (RStPO - Ba/Ma)

Die Grundsätze für Studien- und Prüfungsordnungen für Bachelor- und Masterstudiengänge der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin (Rahmenstudien- und -prüfungsordnung für Bachelor- und Masterstudiengänge – RStPO – Ba/Ma) in ihrer jeweils gültigen Fassung gelten, sofern nicht von der Öffnungsklausel gemäß § 1 Abs. 2 RStPO – Ba/Ma Gebrauch gemacht wurde und innerhalb dieser Ordnung abweichende Regelungen getroffen wurden.

§ 3 Teilnahmegebühr

Der weiterbildende berufsbegleitende MBA – GM ist gebührenpflichtig. Näheres regelt § 2 der Ordnung über die Erhebung von Gebühren für weiterbildende Master-Studienprogramme an der HTW Berlin (MasterGebO) sowie der Vertrag zwischen dem Studenten oder der Studentin und der HTW Berlin als Anbieterin des Studiengangs.

§ 4 Vergabe von Studienplätzen

Die Vergabe von Studienplätzen richtet sich nach dem Berliner Hochschulgesetz, dem Berliner Hochschulzulassungsgesetz und der Berliner Hochschulzulassungsverordnung in ihrer jeweils gültigen Fassung sowie der Zugangs- und Zulassungsordnung für den weiterbildenden berufsbegleitenden MBA – GM in der jeweils gültigen Fassung.

§ 5 Ziele des Studiums

(1) Ziel des weiterbildenden berufsbegleitenden MBA – GM ist es, Studierende mit dem akademischen Grad „Master of Business Administration“ auszubilden und in die Lage zu versetzen, wirtschaftliche und unternehmerische Fragen und Probleme aus der betrieblichen Praxis unter Anwendung wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden auf gehobenem Niveau eigenständig zu bearbeiten und praxisorientiert zu lösen. Um einen möglichst umfangreichen Kompetenzgewinn zu gewährleisten, bezieht sich der Studiengang dabei nicht nur auf große Unternehmen bestimmter Branchen, sondern umfasst je nach Lehrinhalt auch die Besonderheiten kleiner und mittlerer Unternehmen sowie von Unternehmen

aus verschiedenen Wirtschaftssektoren. Nach Abschluss des Masterstudiums sind die Absolventen und Absolventinnen in der Lage, auch komplexe unternehmerische Fragestellungen und Problemlagen zu erkennen, diese in den jeweiligen unternehmerischen Kontext einzuordnen und unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden und Kenntnisse selbständig Lösungen zu erarbeiten, die dann in der unternehmerischen Praxis umgesetzt werden können. Dabei ist das Masterstudium auf interdisziplinäres Arbeiten ausgerichtet und berücksichtigt auch internationale und interkulturelle Aspekte, die in der modernen Unternehmensführung unerlässlich sind.

(2) Der weiterbildende berufsbegleitende MBA - GM richtet sich vornehmlich an Studierende mit einem ersten berufsqualifizierenden Abschluss in einem nicht-wirtschaftswissenschaftlichen Fachgebiet, die (zusätzliche) betriebswirtschaftliche Kenntnisse und Kompetenzen erwerben möchten, um sich für weitere Aufgaben in Unternehmen verschiedener Größen und Branchen zu qualifizieren. Diesem Ansatz entsprechend vermittelt das Studium die notwendigen Kenntnisse und Kompetenzen aus den zentralen Bereichen der Betriebswirtschaftslehre und den ergänzenden Wissenschaften, wie beispielsweise dem Wirtschafts- und dem Steuerrecht. Darüber hinaus umfasst der Inhalt des Studiengangs die zentralen Schlüsselqualifikationen, die für eine selbstständige und teamorientierte Arbeit sowie ein nachhaltiges und sozial verantwortungsvolles Handeln erforderlich sind, und schult und vertieft die wissenschaftlichen Fertigkeiten und Kompetenzen, die für eine eigenständige Analyse und Lösung von Fragen und Problemen in der unternehmerischen Praxis unerlässlich sind.

§ 6 Regelstudienzeit, Studienplan, Module

(1) Das Studium im weiterbildenden berufsbegleitenden MBA - GM ist weiterbildend und berufsbegleitend. Es hat eine Dauer von 4 Semestern (Regelstudienzeit) und umfasst 90 Leistungspunkte (ECTS). Ein Leistungspunkt steht für einen studentischen Arbeitsaufwand von 25 Arbeitsstunden. Der jährliche studentische Arbeitsaufwand (Workload) für das erste und zweite Semester beträgt 1.250 Arbeitsstunden, die jährliche Workload für das dritte und vierte Semester beträgt 1.000 Arbeitsstunden.

(2) Lehrveranstaltungen oder Teile davon können in englischer Sprache durchgeführt werden.

(3) Das Studium wird im Einzelnen nach dem Studienplan in Anlage 1 durchgeführt und ist gemäß § 4 RStPO - Ba/Ma modularisiert. Der Studienplan in Anlage 1 enthält eine Liste aller Module des weiterbildenden berufsbegleitenden MBA - GM einschließlich der Wahlpflichtmodule. Er nennt für jedes Modul die Modulbezeichnung, die Niveaustufe, die Form und Art des Modulangebots (Pflicht-/Wahlpflichtmodul), die Präsenzzeit der Lehrveranstaltungen (in Stunden), die zugrunde liegende Lernzeit in zu vergebenden Leistungspunkten (ECTS) und die notwendigen und empfohlenen Voraussetzungen.

(4) Für jedes Modul werden ferner Lernergebnisse und Kompetenzen festgelegt, die in Anlage 3 enthalten und Bestandteil dieser Ordnung sind.

(5) Eine ausführliche Beschreibung der Module erfolgt in den Modulbeschreibungen für den weiterbildenden berufsbegleitenden MBA - GM.

§ 7 Ablauf des Studiums

(1) Studienbeginn im weiterbildenden berufsbegleitenden MBA - GM ist zweimal jährlich jeweils zum Sommer- und zum Wintersemester.

(2) Das Masterstudium wird als Fernstudiengang berufsbegleitend mit Präsenzeinheiten und Selbststudienphasen durchgeführt.

(3) Die Präsenzeinheiten finden vornehmlich an Samstagen und im Rahmen einer Blockwoche pro Semester statt. Dabei dienen diese Präsenzeinheiten in erster Linie der Vermittlung von Kenntnissen und Kompetenzen in den jeweiligen Lehrgebieten sowie der praxisnahen Anwendung und der Festigung des im Selbststudium erworbenen Wissens. Das Selbststudium ist auf der Grundlage der Fernlehre organisiert und enthält je nach inhaltlicher Ausrichtung des Lehrmoduls unterschiedliche Lehreinheiten, die über die online-basierte Lernplattform der HTW Berlin sowie weitere Medien abgebildet und durch online-basierte Kontaktstunden unterstützt werden.

(4) Das dritte Fachsemester wird ausschließlich als Online-Semester durchgeführt. Alle Module des dritten Fachsemesters werden als E-Learning-Module angeboten.

(5) Zusätzlich kann in jedem Semester ein weiteres Modul als E-Learning-Modul angeboten werden. Welche Module auf diese Art angeboten werden, beschließt der Fachbereichsrat rechtzeitig vor Semesterbeginn.

(6) Das Masterstudium wird unter der Voraussetzung des Erreichens einer Mindestteilnehmerzahl von in der Regel 15 Studierenden und einer Maximalteilnehmerzahl von in der Regel 25 Studierenden durchgeführt.

(7) Anlage 1 enthält die Übersicht der möglichen Wahlpflichtmodule. Der oder die Studiengangsprescher_in entscheidet ein Semester vorher, welche fünf Module daraus angeboten werden. Am Ende des zweiten Fachsemesters wählt der bzw. die Studierende aus dem Angebot von fünf Wahlpflichtmodulen drei Module aus, die im dritten Semester belegt werden. Wahlpflichtmodule werden in der Regel ab einer Teilnehmerzahl von sieben durchgeführt. Der Fachbereichsrat kann bei Bedarf weitere Wahlpflichtmodule beschließen.

(8) Das Modul „Masterarbeit und Abschlusskolloquium“ umfasst 15 Leistungspunkte. Das Studium ist erfolgreich abgeschlossen, wenn alle Module einschließlich des Modules „Masterarbeit und Abschlusskolloquium“ erfolgreich absolviert wurden.

§ 8 Modulprüfungen

(1) Alle Module werden differenziert bewertet.

(2) Die erfolgreiche Teilnahme an einem Modul wird durch das Bestehen einer einheitlichen Modulprüfung nachgewiesen. Die Prüfungskomponenten und Prüfungsformen werden für jedes Modul in den Modulbeschreibungen für den weiterbildenden berufsbegleitenden MBA – GM ausgewiesen.

(3) Besteht eine Modulprüfung aus mehreren Prüfungskomponenten, so wird die Modulnote durch die Bildung eines gewogenen Mittels der Teilnoten ermittelt, wobei die Gewichtung der Teilnoten in der Modulbeschreibung festzulegen ist.

(4) Das Bestehen der Modulprüfung ist Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten. Die Anzahl der für die einzelnen Module festgesetzten Leistungspunkte ist in Anlage 1 aufgeführt.

(5) Wird die Prüfung in einem Wahlpflichtmodul bestanden, kann dieses nicht mehr durch ein anderes Wahlpflichtmodul ersetzt werden.

(6) Die Zulassung zu einer Prüfung oder zu der Erbringung einer modulbegleitend geprüften Studienleistung setzt die Belegung des jeweiligen Moduls nach Maßgabe der Hochschulordnung der HTW Berlin (HO) in der jeweils gültigen Fassung voraus.

(7) Mit der Annahme des Studienplatzes durch den Studierenden oder die Studierende bzw. der Rückmeldung für ein folgendes Semester erfolgt zugleich die Anmeldung zur Teilnahme an den Präsenzenheiten und den Modulprüfungen des jeweiligen Semesters. Hiervon abweichend erfolgt die Belegung der Wahlpflichtmodule M12 bis M14 bis zu einem von der Studiengangsadministration festgesetzten Termin vor dem Beginn des betreffenden Semesters. Trifft ein Studierender oder eine Studierende bis zu dem genannten Termin keine oder keine hinreichende Wahl, erfolgt die Zuweisung zu einem oder mehreren Wahlpflichtmodulen von Amts wegen.

(8) Innerhalb einer zum Beginn des Semesters veröffentlichten Frist kann der Student bzw. die Studentin einen Belegrücktritt für einzelne Module und Prüfungen beantragen.

§ 9 Masterarbeit

(1) Zur Masterarbeit wird zugelassen, wer alle Module im weiterbildenden berufsbegleitenden MBA – GM der ersten drei Studienplansemester erfolgreich abgeschlossen und sich bis spätestens 20. September für eine Bearbeitung im Wintersemester und 20. Februar für eine Bearbeitung im Sommersemester in der Prüfungsverwaltung angemeldet hat. Ein Kandidat oder eine Kandidatin kann auch zugelassen werden, wenn

- er oder sie ein Modul aus dem zweiten oder dritten Semester noch nicht erfolgreich abgeschlossen hat und
- der erfolgreiche Abschluss sämtlicher Module im Semester, in dem die Masterarbeit geschrieben wird, möglich und zu erwarten ist und
- Art und Umfang der noch fehlenden Modulprüfungen die Anfertigung der Masterarbeit fachlich und zeitlich nicht wesentlich beeinträchtigt.

(2) Die Masterarbeit befasst sich mit einem Thema aus der berufspraktischen Tätigkeit des oder der Studierenden oder einem frei gewählten Thema, das in einem Bezug zu den Lehrinhalten des weiterbildenden berufsbegleitenden MBA – GM steht. Die Masterarbeit kann als Gruppenarbeit von 2 Personen durchgeführt werden, soweit die Prüfer bzw. Prüferinnen einverstanden und das Thema hierfür geeignet ist. In jedem Fall müssen bei einer Gruppenarbeit die Beiträge der einzelnen Studierenden abgrenzbar und individuell zu beurteilen sein.

(3) Der Prüfungsausschuss befindet über die Eignung des von dem oder der Studierenden im Einvernehmen mit dem Erstgutachter oder der Erstgutachterin vorgeschlagenen Themas sowie der vorgeschlagenen Prüfungskommission und bestätigt dies durch die Unterschrift des oder der Vorsitzenden auf dem Zulassungsantrag. In ein und demselben Semester darf ein Thema nur einmal vergeben werden.

(4) Der Prüfungsausschuss legt den Bearbeitungsbeginn und den Abgabetermin für die Masterarbeit schriftlich fest. Der zeitliche Bearbeitungsaufwand der Masterarbeit einschließlich des Abschlusskolloquiums entspricht 15 Leistungspunkten. Die Bearbeitungszeit beträgt 18 Wochen. Die Zulassungen durch den Prüfungsausschuss sollen für das Wintersemester spätestens zum 15. November und zum Sommersemester spätestens zum 15. Mai erfolgen.

(5) Die Masterarbeit ist spätestens am Abgabetermin bei der Studiengangsadministration in schriftlicher und elektronischer Form gemäß § 23 Abs. 7 RStPO – Ba/Ma einzureichen.

§ 10 Abschlusskolloquium

(1) Voraussetzung für die Zulassung zum Abschlusskolloquium sind eine mindestens mit „ausreichend“ beurteilte Masterarbeit und der erfolgreiche Abschluss aller Module im Umfang von 75 Leistungspunkten im weiterbildenden berufsbegleitenden Masterstudiengang Business Administration – General Management.

(2) Das Modul Masterarbeit und Abschlusskolloquium ist bestanden, wenn die Masterarbeit und das Abschlusskolloquium jeweils mit mindestens „ausreichend“ (4,0) bewertet wurden. Die Note X_2 für das Modul Masterarbeit und Abschlusskolloquium wird nach der unten stehenden Formel berechnet, nach der zweiten Stelle hinter dem Komma abgeschnitten und auf die erste Dezimalstelle hinter dem Komma gemäß der Notenskala in Spalte 2 der Tabelle in § 14 Abs. 1 RStPO gerundet. Ergibt sich bei der Berechnung ein Zahlenwert, der exakt zwischen zwei Notenstufen liegt, so ist die bessere Note zu vergeben.

$$X_2 = \frac{4}{5} X_{(\text{Masterarbeit})} + \frac{1}{5} X_{(\text{Abschlusskolloquium})}$$

X_2 – Modulnote Masterarbeit und Abschlusskolloquium

$X_{(\text{Masterarbeit})}$ – Note für die Masterarbeit

$X_{(\text{Abschlusskolloquium})}$ – Note für das Abschlusskolloquium

(3) Studierende, die bei der Zulassung zum Masterstudium keine 210 Leistungspunkte (ECTS) nachweisen konnten, können zum Kolloquium nur zugelassen werden, wenn sie aus dem Erststudium und dem Masterstudium zusammen 285 Leistungspunkte (ECTS) nachweisen und eine mindestens mit „ausreichend“ beurteilte Masterarbeit vorliegt. Die Erfüllung der im Protokoll der Auswahlkommission getroffenen Festlegungen zum Erwerb fehlender Leistungspunkte sind der Prüfungsverwaltung der HTW Berlin unaufgefordert nachzuweisen.

(4) Das Abschlusskolloquium orientiert sich schwerpunktmäßig am Thema der Masterarbeit. Dabei setzt es dieses in Bezug zu den Lehrinhalten des weiterbildenden berufsbegleitenden MBA – GM. Durch das Kolloquium soll festgestellt werden, ob der oder die Studierende das methodische Vorgehen und die Ergebnisse der Masterarbeit selbständig begründen kann und über gesichertes Wissen in den Fachgebieten, denen die Masterarbeit zuzuordnen ist, sowie über die erforderliche Präsentations- und Kommunikationskompetenz verfügt.

§ 11 Modulnoten auf dem Masterzeugnis

(1) Die Reihenfolge der Module auf dem Masterzeugnis:

(a) Pflichtmodule:

Strategische und nachhaltige Unternehmensführung oder Strategische Unternehmensführung

Internes Rechnungswesen

Wirtschaftsrecht

Marketingmanagement

Externes Rechnungswesen

Corporate Finance und Risikomanagement

Operatives und strategisches Controlling

Personalmanagement

(Konzernrechnungslegung oder Kennzahlenanalyse)

Produktions- und Logistikmanagement

Betriebliche Steuerlehre

Unternehmenssimulation

(b) fachspezifische Wahlpflichtmodule

(Wahlpflichtmodul 1)

(Wahlpflichtmodul 2)

(Wahlpflichtmodul 3)

(2) Die Noten folgender Module werden auf dem Masterzeugnis ausgewiesen, gehen jedoch nicht in die Berechnung des Gesamtprädikates ein:

Unternehmenssimulation

Wahlpflichtmodul 1

Wahlpflichtmodul 2

Wahlpflichtmodul 3

§ 12 Berechnung des Gesamtprädikates

(1) Das Gesamtprädikat des Abschlusses ergibt sich aus der Gesamtnote (X), die wiederum als gewogenes arithmetisches Mittel der Teilnoten (X_1, X_2) nach der Formel

$$X = aX_1 + bX_2$$

berechnet, nach der zweiten Stelle hinter dem Komma abgeschnitten und auf eine Stelle nach dem Komma gerundet wird. Die Teilnoten sind:

a) der gewogene Mittelwert der Modulnoten, die in die Berechnung der Abschlussnote Eingang finden (Größe X_1); dabei wird die errechnete Note nach den ersten beiden Stellen hinter dem Komma abgeschnitten,

b) die Note des Moduls Masterarbeit und Abschlusskolloquium (Größe X_2).

Für die Gewichtungsfaktoren gilt:

$a = 0,75$; $b = 0,25$.

(2) Die Berechnung der Größe X_1 für das Gesamtprädikat erfolgt durch die Bildung eines gewogenen Mittels aller Module auf Grund der Anzahl der jeweiligen Leistungspunkte nach der Formel

$$X_1 = \frac{\sum (F_i \cdot a_i)}{\sum a_i}$$

Darin bedeuten: - F_i : Die Fachnoten der einzelnen Module.

- a_i : Die Gewichtungsfaktoren (Leistungspunkte) der einzelnen Module.

(3) Die Gewichtungsfaktoren der einzelnen Module ergeben sich aus der folgenden Tabelle:

Modulbezeichnung	Gewichtungsfaktor a_i
Strategische und nachhaltige Unternehmensführung oder Strategische Unternehmensführung	5
Internes Rechnungswesen	5
Wirtschaftsrecht	5
Marketingmanagement	5
Externes Rechnungswesen	5
Corporate Finance und Risikomanagement	5
Operatives und strategisches Controlling	5
Personalmanagement	5
Kennzahlenanalyse oder Konzernrechnungslegung	5
Produktions- und Logistikmanagement	5
Betriebliche Steuerlehre	5
Summe	55

§ 13 Abschlussdokumente

(1) Der Absolvent oder die Absolventin erhält die Abschlussdokumente gemäß § 28 der RStPO – Ba/Ma in ihrer jeweils gültigen Fassung. Die Verleihung des akademischen Grades „Master of Business Administration“ (MBA) wird auf der Masterurkunde bescheinigt.

(2) Die Spezifika des Diploma Supplements des weiterbildenden berufsbegleitenden MBA - GM werden in der Anlage 4 ausgewiesen.

§ 14 Übergangsregelungen

(1) Studierende, die in Studienverzug geraten sind und Module nach der vorangegangenen Studienordnung im weiterbildenden berufsbegleitenden MBA – GM vom 22. Januar 2009 (AMBL. HTW Berlin Nr. 09/09) noch nicht abgelegt haben, müssen als Äquivalent die in Anlage 5 aufgeführten Module dieser Ordnung absolvieren.

(2) Werden keine äquivalenten Module angeboten, so entscheidet der zuständige Prüfungsausschuss des weiterbildenden berufsbegleitenden MBA – GM im Rahmen von Einzelfallentscheidungen auf schriftlichen Antrag des Studierenden.

(3) Das Modul M9 Konzernrechnungslegung wird ab dem Wintersemester 2018/19 nicht mehr angeboten. Sollte ein Student oder eine Studentin bis einschließlich Sommersemester 2018 noch keine auf „ausreichend“ lautende Prüfungsbewertung in diesem Modul erzielt haben, so ist es durch das Modul M9a Kennzahlenanalyse zu ersetzen, wobei bisherige Fehlversuche gestrichen werden und die Wiederholbarkeitsfrist mit dem Wintersemester 2018/19 neu beginnt.

(4) Das Modul B2B-Marketing wird ab dem Wintersemester 2020/21 nicht mehr angeboten. Sollte ein Student oder eine Studentin bis einschließlich Sommersemester 2020 noch keine auf „ausreichend“ lautende Prüfungsbewertung in diesem Modul erzielt haben, so ist es durch das Modul W6 Digitale Transformation zu ersetzen, wobei bisherige Fehlversuche gestrichen werden und die Wiederholbarkeitsfrist mit dem Wintersemester 2020/21 neu beginnt.

(5) Das Modul M1 Strategische und nachhaltige Unternehmensführung wird ab dem Wintersemester 2022/23 nicht mehr angeboten. Sollte ein Student oder eine Studentin bis einschließlich Sommersemester 2022 noch keine auf „ausreichend“ lautende Prüfungsbewertung in diesem Modul erzielt haben, so ist es durch das Modul M1a Strategische Unternehmensführung zu ersetzen, wobei bisherige Fehlversuche gestrichen werden.

(6) Das Modul W2 Innovations- und Projektmanagement wird ab dem Wintersemester 2022/23 nicht mehr angeboten. Sollte ein Student oder eine Studentin bis einschließlich Sommersemester 2022 noch keine auf „ausreichend“ lautende Prüfungsbewertung in diesem Modul erzielt haben, so ist es durch das Modul W2a Innovationsmanagement zu ersetzen, wobei bisherige Fehlversuche gestrichen werden.

(7) Das Modul W4 Ausgewählte Fragen internationaler Unternehmenstätigkeit wird ab dem Wintersemester 2022/23 nicht mehr angeboten. Sollte ein Student oder eine Studentin bis einschließlich Som-

mersemester 2022 noch keine auf „ausreichend“ lautende Prüfungsbewertung in diesem Modul erzielt haben, so ist es durch das Modul W4a Europakompetenz zu ersetzen, wobei bisherige Fehlversuche gestrichen werden.

(8) Das Modul W5 Corporate Governance und Compliance wird ab dem Wintersemester 2022/23 nicht mehr angeboten. Sollte ein Student oder eine Studentin bis einschließlich Sommersemester 2022 noch keine auf „ausreichend“ lautende Prüfungsbewertung in diesem Modul erzielt haben, so ist es durch das Modul W5a Business Ethics zu ersetzen, wobei bisherige Fehlversuche gestrichen werden.

§ 15 Inkrafttreten/Veröffentlichung

Diese Ordnung tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung im Amtlichen Mitteilungsblatt der HTW Berlin mit Wirkung vom 1. April 2016 in Kraft.

Studienplanübersicht

1. Semester

Nr.	Modulbezeichnung	Art	Form	Präsenzzeit in		LP	NSt	NV	EV
				h	SWS				
M1	Strategische und nachhaltige Unternehmensführung (wird ab dem Wintersemester 2022/23 nicht mehr angeboten)	P	PÜ	22	1,22	5	2a	-	-
M1a	Strategische Unternehmensführung (wird ab WiSe 2022/23 angeboten)	P	PÜ	22	1,22	5	2a	-	-
M2	Internes Rechnungswesen	P	PÜ	22	1,22	5	2a	-	-
M3	Wirtschaftsrecht	P	PÜ	22	1,22	5	2a	-	-
M4	Marketingmanagement	P	PÜ	22	1,22	5	2a	-	-
M5	Externes Rechnungswesen	P	PÜ	24	1,33	5	2a	-	-
Summe Semester				112	6,21	25			

2. Semester

Nr.	Modulbezeichnung	Art	Form	Präsenzzeit in		LP	NSt	NV	EV
				h	SWS				
M6	Corporate Finance und Risikomanagement	P	PÜ	24	1,33	5	2a	-	-
M7	Operatives und strategisches Controlling	P	PÜ	22	1,22	5	2a	-	-
M8	Personalmanagement	P	PÜ	22	1,22	5	2a	-	-
M9a	Kennzahlenanalyse*	P	PÜ	22	1,22	5	2a	-	-
M10	Produktions- und Logistikmanagement	P	PÜ	22	1,22	5	2a	-	-
Summe Semester				112	6,21	25			

* Wird erstmalig zum Wintersemester 2018/19 angeboten.

3. Semester*

Nr.	Modulbezeichnung	Art	Form	Präsenzzeit in		LP	NSt	NV	EV
				h	SWS				
M11	Betriebliche Steuerlehre	P	EL	22	1,22	5	2a	-	-
M12	WP-Modul 1	WP	EL	22	1,22	5	2a	-	-
M13	WP-Modul 2	WP	EL	22	1,22	5	2a	-	-
M14	WP-Modul 3	WP	EL	22	1,22	5	2a	-	-
	Summe Semester			88	4,88	20			

4. Semester

Nr.	Modulbezeichnung	Art	Form	Präsenzzeit in		LP	NSt	NV	EV
				h	SWS				
M15	Unternehmenssimulation	P	PÜ	32	1,78	5	2a	-	-
M16	Masterarbeit und Abschlusskolloquium	P		1	0,06	15	2b	s. §§ 9, 10	-
	Summe Semester			33	1,84	20			
	Summe gesamt			345	19,14	90			

Wahlpflichtmodule:

Aus den nachfolgend aufgeführten Modulen werden fünf Module angeboten. Der oder die Studiengangsprecher_in entscheidet ein Semester vorher, welche fünf Module daraus angeboten werden. Aus den fünf angebotenen Modulen sind drei Module für die WP-Module 1 bis 3 zu wählen. Wahlpflichtmodule werden in der Regel ab einer Teilnehmerzahl von sieben durchgeführt.

Nr.	Modulbezeichnung	Art	Form	Präsenzzeit in		LP	NSt	NV	EV
				h	SWS				
W1	B2B-Marketing (wird ab dem Wintersemester 2020/21 nicht mehr angeboten)	WP	PÜ	22	1,22	5	2a	-	-
W2	Innovations- und Projektmanagement	WP	PÜ	22	1,22	5	2a	-	-
W2a	Innovationsmanagement	WP	PÜ	22	1,22	5	2a	-	-
W3	Führung und Change Management	WP	PÜ	22	1,22	5	2a	-	-
W4	Ausgewählte Fragen internationaler Unternehmenstätigkeit	WP	PÜ	22	1,22	5	2a	-	-
W4a	Europakompetenz	WP	PÜ	22	1,22	5	2a	-	-
W5	Corporate Governance und Compliance	WP	PÜ	22	1,22	5	2a	-	-
W5a	Business Ethics	WP	PÜ	22	1,22	5	2a	-	-
W6	Digitale Transformation	WP	PÜ	22	1,22	5	2a	-	-
W7	Führung	WP	PÜ	22	1,22	5	2a	-	-
W8	Interpersonal Dynamics	WP	PÜ	22	1,22	5	2a	-	-
W9	Die Führungskraft als Coach	WP	PÜ	22	1,22	5	2a	-	-

Erläuterungen:

Form der Lehrveranstaltung:

PÜ Praktische Übung

EL E-Learning

Art des Moduls:

P Pflichtmodul

WP Wahlpflichtmodul

Allgemein:

NSt Niveaustufe

NV Notwendige Voraussetzung

LP Leistungspunkte (ECTS)

h Präsenzzeit in Stunden

EV	Empfohlene Voraussetzung	SWS	Präsenzzeit in Semesterwochenstunden
----	--------------------------	-----	--------------------------------------

Anmerkungen:

Ein Leistungspunkt steht für eine studentische Lernzeit (Workload) von 25 Stunden à 60 Minuten.

Modulübersicht

Nr.	Modulbezeichnung (deutsch)	Modulbezeichnung (englisch)	LP
M1	Strategische und nachhaltige Unternehmensführung	Strategic and Sustainable Company Management	5
M1a	Strategische Unternehmensführung	Strategic Company Management	5
M2	Internes Rechnungswesen	Management Accounting	5
M3	Wirtschaftsrecht	Business Law	5
M4	Marketingmanagement	Marketing Management	5
M5	Externes Rechnungswesen	Financial Accounting	5
M6	Corporate Finance und Risikomanagement	Corporate Finance and Risk Management	5
M7	Operatives und strategisches Controlling	Operations Management and Strategic Control Systems	5
M8	Personalmanagement	Human Resource Management	5
M9	Konzernrechnungslegung	Financial Reporting	5
M9a	Kennzahlenanalyse	Analysis of Key Performance Indicators	5
M10	Produktions- und Logistikmanagement	Production and Logistics Management	5
M11	Betriebliche Steuerlehre	Taxation	5
M15	Unternehmenssimulation	Business Simulation	5
M16	Masterarbeit und Abschlusskolloquium	Master's Thesis and Final Oral Examination	15
W1	B2B-Marketing	B2B-Marketing	5
W2	Innovations- und Projektmanagement	Innovation and Project Management	5
W2a	Innovationsmanagement	Innovation Management	5
W3	Führung und Change Management	Leadership and Change Management	5
W4	Ausgewählte Fragen internationaler Unternehmenstätigkeit	Selected Topics in International Business	5
W4a	Europakompetenz	European Expertise/Competence	5
W5	Corporate Governance und Compliance	Corporate Governance and Compliance	5
W5a	Business Ethics	Business Ethics	5

W6	Digitale Transformation	Digital Transformation	5
W7	Führung	Leadership	5
W8	Interpersonal Dynamics	Interpersonal Dynamics	5
W9	Die Führungskraft als Coach	The Manager as Coach	5

Lernergebnisse und Kompetenzen für jedes Modul:

Pflichtmodule:

Modulbezeichnung	M1 Strategische und nachhaltige Unternehmensführung
Lernergebnis und Kompetenzen	<p>Die Studierenden haben nach Abschluss des Moduls ein tiefer gehendes strategisches Verständnis erworben. Zudem sind sie sich der Notwendigkeit und Bedeutung der strategischen Ausrichtung des Managements in einem Unternehmen bewusst. Neben der Diskussion betriebswirtschaftlicher Prozesse erkennen die Studierenden auch die Relevanz von Nachhaltigkeitsaspekten und leiten sicher ökonomische, soziale und ökologische Ziele ab (Fachkompetenz).</p> <p>Darüber hinaus sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • den Prozess der Strategieentwicklung im Sinne eines funktionalen Managementverständnisses kritisch zu reflektieren, • die relevanten Elemente und Fragestellungen im Kontext der Marktabgrenzung als Ausgangspunkt einer Geschäftsfeldentwicklung bzw. -reflektion anzuwenden, • aus einer Gegenüberstellung externer und interner Analysen die Gegebenheiten und Erfolgspotentiale einer Organisation zu erkennen und • zu wissen, welche grundsätzlichen strategischen Optionen Unternehmen zur Verfügung stehen und unter welchen Bedingungen welche Strategie die größte Aussicht auf Erfolg in der Umsetzung verspricht, • die Herausforderung zunehmender Dynamik der Weltmärkte bei der Strategieentwicklung zu benennen • Problemfelder der Implementierung, der Steuerung und Kontrolle von Strategien zu erkennen und zu bearbeiten (Methodenkompetenz), <p>Zudem haben die Studierenden Übung in der selbstständigen Analyse und Interpretation von wissenschaftlichen Texten und sind in der Lage, wesentliche Erkenntnisse daraus (ggf. in Arbeitsgruppen) zu präsentieren (Sozialkompetenz).</p>

Modulbezeichnung	M1a Strategische Unternehmensführung
Lernergebnis und Kompetenzen	<p>Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • einen Überblick darüber zu gewinnen, was strategisches Management bedeutet, • Kompetenzen zu entwickeln, um selbst strategisch über ein Unternehmen, seine strategische Position und das Streben nach einem nachhaltigen Wettbewerbsvorteil nachzudenken, • strategische Analysen in einer Vielzahl von Wettbewerbssituationen zu entwickeln und durchzuführen, • die wettbewerblichen Herausforderungen von Unternehmen zu identifizieren, • organisatorische Prozesse zu verstehen, die mit der Umsetzung von Strategien verbunden sind.

Modulbezeichnung	M2 Internes Rechnungswesen
Lernergebnis und Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden haben sich ein umfassendes Verständnis der Notwendigkeit der Kostenrechnung erarbeitet und können die wesentlichen Verknüpfungen mit den weiteren Elementen des internen Rechnungswesens herstellen. • Sie kennen die unterschiedlichen Inhalte konkurrierender Kostenrechnungssysteme und können deren praktische Nutzbarkeit kritisch einschätzen. • Die Studierenden haben sich die traditionelle Kostenrechnung angeeignet und verstehen die Grundzüge der moderneren Instrumente der Kosten- und Leistungsrechnung. • Sie können die gewonnenen rechnerischen Ergebnisse betriebswirtschaftlich einordnen und zielgerichtet interpretieren. • Die Studierenden sind befähigt, die organisatorischen und technischen Probleme einer Anwendung der verschiedenen Instrumente abzuschätzen. Damit sind sie in der Lage, in der praktischen Tätigkeit in Unternehmen sinnvolle Vorgehensweisen im internen Rechnungswesen problemorientiert zu erkennen und weiter zu entwickeln. • Die Studierenden haben gelernt die traditionelle Finanzierung zu verstehen und wissen wie man hier die Kapitalbeschaffung, die

	<p>Liquiditätssteuerung und die Bewirtschaftung der flüssigen Mittel (Mittelanlage) als kurzfristige Investition vornimmt.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden haben sich ein umfassendes Verständnis der Instrumentenbasis der Corporate Finance erarbeitet und können die wesentlichen Verknüpfungen mit den weiteren Elementen des internen Rechnungswesens herstellen. • Die Studierenden haben ebenso gelernt das Investitionsmanagement anzuwenden, das sich mit allen im Zusammenhang mit langfristigen Finanzmittelbindungen stehenden Sachverhalten auseinandersetzt. • Insbesondere verfügen sie über Kenntnisse der Investitionspolitik im engen Sinne, d.h. die investitionsseitige Ausrichtung eines Unternehmens, beispielsweise eine auf das Inland gerichtete Geschäftstätigkeit oder die konkrete Fokussierung auf bestimmte Markt- und Produktsegmente eines Unternehmensportfolios. • Zudem beherrschen sie die finanzmathematischen Grundlagen die für ein Corporate Finance als Instrumentenbasis erforderlich sind <ul style="list-style-type: none"> ○ die Risikobetrachtung aus stochastischer Sicht und ○ die Grundlagen investitionstheoretischer Modelle.
--	---

Modulbezeichnung	M3 Wirtschaftsrecht
Lernergebnis und Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • haben einen Überblick über die Rechtsordnung der Bundesrepublik Deutschland und die Bedeutung des Rechts für die unternehmerische Praxis. Sie finden sich in der Rechtsordnung zurecht, können Problemstellungen sachgerecht zuordnen und wissen um die Grundfragen der Rechtsdurchsetzung auch unter Einbeziehung alternativer Konfliktlösungsformen (insbes. Schlichtung und Mediation), • sie haben einen Einblick in die Problematik grenzüberschreitender Rechtsgeschäfte und können mögliche Konfliktfelder abschätzen, • kennen die grundlegenden Begriffe des Zivilrechts und wissen um die Bedeutung der "Privatautonomie", • kennen die das Privatrecht beherrschenden "Rechtsobjekte" und "Rechtssubjekte", können deren rechtliche Beziehungen einschätzen und haben einen Überblick über die wesentlichen Aspekte des Gesellschaftsrechts,

	<ul style="list-style-type: none"> • kennen den Begriff des "Kaufmanns", haben einen Einblick in die wesentlichen Anforderungen des kaufmännischen Geschäftsverkehrs und können die sich daraus ergebenden Folgen in der Praxis umsetzen, • kennen die Grundlagen des Wirtschaftsprivatrechts und die wesentlichen Aussagen des Allgemeinen Teils des BGB, • wissen um die Grundlagen der Rechtsgeschäftslehre und können den Abschluss von Verträgen kritisch begleiten, • kennen das Recht der Stellvertretung, die Bedeutung "allgemeiner Geschäftsbedingungen" und die Grundzüge des Verbraucherschutzrechts und können auf in der unternehmerischen Praxis auftretende Fragen und Probleme sachgerecht reagieren, • haben einen Einblick in die wirtschaftsrechtlich wichtigsten Vertragstypen (insbes. Kaufvertrag, Mietvertrag und Werkvertrag) und können den Abschluss entsprechender Verträge vorbereiten und begleiten, • haben einen Überblick in die zentralen Funktionen des Arbeitsrechts und können die Besonderheiten, die in Arbeitsverhältnissen bestehen, einschätzen, • wissen um die Grundlagen und die Bedeutung von "Ansprüchen", können zwischen verschiedenen "Pflichten" unterscheiden und sind in der Lage, auf Störungen angemessen zu reagieren, • haben einen Überblick über die wichtigsten gesetzlichen Schuldverhältnisse, können sich daraus ergebende Haftungsrisiken einschätzen und durch entsprechende Maßnahmen begrenzen.
--	--

Modulbezeichnung	M4 Marketingmanagement
Lernergebnis und Kompetenzen	<p>Die Studierenden erlernen den Transfer theoretischer Konzepte und Instrumente des Konsumgütermarketings auf nationale und internationale Anwendungsbeispiele aus der Praxis. Dabei sollen auch Problemstellungen aus der Berufspraxis der Studierenden einbezogen und einer kritischen Reflektion unterzogen werden. Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über:</p> <ul style="list-style-type: none"> • vertiefte Fachkenntnisse der konzeptionellen Ansätze des Konsumgütermarketings und des Konsumentenverhaltens, • vertiefte Kenntnisse spezifischer Methoden und Instrumente zur Analyse und Planung und zur operativen Durchführung von Marketingmaßnahmen (Marketinginstrumente, Marketingmix), • vertiefte Kenntnisse des Erwerbs und der Nutzung relevanter Informationen zur Absicherung von Marketingentscheidungen (Marktforschung).

	<p>Das Modul dient den Studierenden zudem zum/zur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erwerb von Kompetenzen zur teamorientierten Problemlösung durch Bearbeitung komplexer Fragestellungen und von Fallstudien in Gruppenarbeit, • Erwerb von Präsentationskompetenzen und Kommunikationsfähigkeiten durch Vorstellung der Ergebnisse der Gruppenarbeit, • Entwicklung anwendungsrelevanter Problemlösungen in Gruppen- oder Einzelarbeit, schriftliche Präsentation und Verteidigung der erarbeiteten Lösungen, • Verstehen komplexer Problemzusammenhänge.
--	---

Modulbezeichnung	M5 Externes Rechnungswesen
Lernergebnis und Kompetenzen	Die Studierenden erlernen die ökonomischen und rechtlichen Rahmenbedingungen der externen Rechnungslegung, Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung, Bilanzansatz-, Gliederungs- und Bewertungsregeln für die Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung und sonstige Berichtsinstrumente. Nach Abschluss des Moduls verfügen Sie über ein grundlegendes Verständnis der (national unterschiedlichen) Zwecke von Rechnungslegung und der Einsetzbarkeit des Zahlenwerkes in unterschiedlichen Entscheidungssituationen und beherrschen die Regeln zur Erstellung von Jahresabschlüssen.

Modulbezeichnung	M6 Corporate Finance und Risikomanagement
Lernergebnis und Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • haben die Fähigkeit, den finanzwirtschaftlichen Gegenstandsbereich realwirtschaftlicher Unternehmen in sämtlichen Dimensionen zu erfassen, praktische finanzpolitische Probleme zu formulieren und den zielorientierten finanzpolitischen Managementprozess als Ganzes sowie in den einzelnen Teilsegmenten wissenschaftlich reflektiert zu analysieren, • sind mit der kapitalmarkttheoretischen Modellwelt (einschl. deren Prämissen) und den Verfahren des Capital Budgeting vertraut und verstehen die komplexen Zusammenhänge von Unternehmenswert, Kapitalstruktur, Finanzierungskosten und Risiken, • sind in der Lage, praktische finanzierungspolitische Probleme bei Informationsasymmetrie zu analysieren und kennen die Kriterien zur Beurteilung der Finanzierungspolitik,

	<ul style="list-style-type: none"> • haben die Fähigkeit, das Risikomanagement als eigenständige Führungsaufgabe einzuordnen und sind mit dessen Aufgaben, Dimensionen und Phasen sowie den einzelnen Risikokategorien und Risikoarten vertraut, • können die risikopolitischen Ziele kritisch reflektieren und haben Kenntnisse der wichtigsten Ansätzen, Methoden und Instrumente der Risikoidentifikation, Risikomessung und Risikoanalyse, • verfügen über einen Überblick über Risikobewältigungsstrategien und Steuerungsinstrumente und sind in der Lage, in Bezug auf ausgewählte Risikoarten zielorientierte Entscheidungen zu treffen.
--	---

Modulbezeichnung	M7 Operatives und strategisches Controlling
Lernergebnis und Kompetenzen	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • gewinnen ein fundiertes Verständnis für das Konzept eines (unternehmensübergreifenden) Controllings • erlernen, die Verknüpfung der spezifischen Denkweisen des internen Rechnungswesens und einer nachhaltigen Unternehmensführung herzustellen und im Hinblick auf ein zielorientiertes Controlling praxisorientiert zu integrieren • erweitern ihre Kenntnisse über Prinzipien und Instrumente eines modernen Controllings • sind in der Lage, Umsetzungsbarrieren für ein umfassendes Controlling sowie die Vermittlung von Wegen zu ihrer effizienten Überwindung zu erkennen • stärken auf der Basis der erworbenen themenspezifischen Sach- und Methodenkenntnisse ihre Kompetenzen hinsichtlich ihrer analytischen Denkweise und ihrer eigenständigen Urteilskraft.

Modulbezeichnung	M8 Personalmanagement
Lernergebnis und Kompetenzen	<p>Aktuelle Herausforderungen wie Wertewandel, Technologische Entwicklung, Ökologie, Globalisierung sowie demographische Entwicklung(en) zwingen Unternehmen und Führungskräfte den Umgang mit Personal neu zu überdenken. Mitarbeiter_innen werden zunehmend als kritisches und wichtiges Humankapital angesehen und spielen eine entscheidende Größe für den Unternehmenserfolg. Füh-</p>

	<p>rungskräfte müssen im Zusammenspiel mit dem Personalmanagement den veränderten Anforderungen gerecht werden und Veränderungsprozesse zu erkennen und einzuschätzen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage solche Entwicklungen zu erkennen, zu analysieren und die Implikationen für die betriebliche Realität abzuschätzen. Dabei lernen sie auch die Notwendigkeit und Möglichkeiten zur strategischen Ausrichtung von Personalmanagement kennen und erlangen Kenntnisse (unternehmens-) kultureller Zusammenhänge. • Sie kennen exemplarisch Instrumente und wissen diese kreativ beispielsweise in die Ausgestaltung innerbetrieblicher und intrainstitutioneller Arbeitsmärkte und Organisationen einzubringen. • Die Studierenden sind befähigt, die organisatorischen und technischen Probleme einer Anwendung der verschiedenen Instrumente mit dem Ziel einer wertsteigernden Entwicklung des Humankapitals zur Sicherung des Gesamterfolges abzuschätzen. • Sie beherrschen Instrumente und Möglichkeiten zur Ausgestaltung einer zukunftsgerichteten betrieblichen Personalarbeit. Damit sind sie in der Lage, in der praktischen Tätigkeit in Unternehmen adäquate Vorgehensweisen im Personalbereich problemorientiert zu erkennen und (weiter) zu entwickeln.
--	---

Modulbezeichnung	M9 Konzernrechnungslegung
Lernergebnis und Kompetenzen	Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über Kenntnisse der ökonomischen und rechtlichen Grundlagen verschiedener Formen von Unternehmensverbindungen und sind in der Lage, diese in der unternehmerischen Praxis umzusetzen. Ferner haben sie ein Grundverständnis, wie aus den Daten der Einzelunternehmen ein Konzernabschluss entwickelt wird und welchen Informationswert der Konzernabschluss hat.

Modulbezeichnung	M9a Kennzahlenanalyse
Lernergebnis und Kompetenzen	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • erarbeiten sich eine umfassende Sach- und Methodenkompetenz, Kennzahlen(systeme) als wesentliche betriebswirtschaftliche Maßgrößen und Instrumente für externe und interne Nutzer einsetzen zu können;

	<ul style="list-style-type: none"> • erwerben die Befähigung, Daten aus Jahresabschlüssen aufzubereiten und selbstständige Würdigungen der Werte vorzunehmen; • erweitern ihre Erkenntnisse bezüglich der bilanzpolitischen Möglichkeiten, Kennzahlenausprägungen zu gestalten; • fundieren ihre Befähigung, Kennzahlen und deren Entwicklungen ökonomisch zu interpretieren; • stärken ihre persönliche Urteilskraft, problem- und entscheidungsorientiert geeignete Kennzahlen für vielfältige praktischen Zwecke zu konzipieren; • erwerben die Fähigkeit, Gestaltungsmöglichkeiten zu erkennen, Kennzahlenwerte zu beeinflussen.
--	---

Modulbezeichnung	M10 Produktions- und Logistikmanagement
Lernergebnis und Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden haben Kenntnisse über den Aufbau und das Zusammenspiel der wichtigsten Funktionsbereiche eines Unternehmens mit den dazugehörigen Geschäftsprozessen für die Entwicklung, Erzeugung und Auslieferung von Produkten. • Sie haben die Fähigkeit, analytische Lösungen für operative Problemstellungen und klassische Zielkonflikte wie steigende Variantenvielfalt bei sinkenden Kosten zu erarbeiten. • Sie können Methoden der Produktionsplanung und -steuerung, Produktionsprogrammplanung, Material- und Kapazitätsbedarfsplanung beschreiben und selbst anwenden. • Darin eingebettet haben sie Verständnis für das Qualitätsmanagement. Sie sind in der Lage, Leistungsprozesse wertorientiert und unter Berücksichtigung der gegebenen Ressourcen qualitätsgerecht zu gestalten. • Sie haben einen Einblick, wie schlanke Organisationen die Funktionsbereiche zunehmend integrieren. • Am Ende des Moduls beherrschen sie Konzepte zur Beschaffungs-, Produktions- und Distributionslogistik und berücksichtigen ökologische Aspekte.

Modulbezeichnung	M11 Betriebliche Steuerlehre
Lernergebnis und Kompetenzen	Die Studierenden kennen und verstehen

	<ul style="list-style-type: none"> • den Begriff der Steuern sowie steuerlich relevante Grundbegriffe, die Rechtsgrundlagen der Besteuerung und die Grundzüge des Besteuerungsverfahrens; • die wesentlichen Unterschiede, Aspekte und Anknüpfungspunkte der Besteuerung von Personenunternehmen und Kapitalgesellschaften und den Einfluss der Besteuerung auf die Rechtsformwahl; • die Grundlagen und Systematik des Einkommensteuerrechts sowie die wichtigsten Regelungen der Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer und Umsatzsteuer; • die Ermittlung des zu versteuernden Einkommens von natürlichen u. juristischen Personen (auch anhand einer Einnahmen-Überschussrechnung), der tariflichen Einkommensteuer, Körperschaftsteuer sowie die Ermittlung der Gewerbesteuer und der Ertragsteuerbelastung von Personen- und Kapitalgesellschaften, • die Bedeutung und das System der Umsatzsteuer. <p>Die Studierenden sind in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> • zu Selbstreflexion, Kontrolle des Lernstands und zur Entwicklung von individuellen Lern- und Planungsstrategien • zur Beschaffung von Informationen und Literatur • Gesetzesmaterialien und fachliche Texte zu lesen und zu verstehen.
--	--

Modulbezeichnung	M15 Unternehmenssimulation
Lernergebnis und Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • erfahren das Unternehmen als komplexes System, erkennen vernetzte Zusammenhänge und lernen bereichsübergreifend und ganzheitlich zu denken und zu handeln, • vertiefen betriebswirtschaftliches Basiswissen durch praxisbezogene Anwendung, • werden befähigt, Daten unternehmensexterner und -interner Informationsquellen zu selektieren und zu analysieren, • sammeln Erfahrung beim Aufbau und Einsatz von Controlling-Instrumenten und lernen mit der Unsicherheit im Rahmen der Entscheidungsfindung in einer Wettbewerbssituation umzugehen, • sind im Stande, Konflikte bei Ausübung von Führungsaufgaben im Team zu identifizieren und erfolgversprechend zu lösen,

	<ul style="list-style-type: none"> • festigen und erweitern ihre Sach-, Methoden- und Sozialkompetenz, • sind in der Lage, Verhandlungsstrategien zu entwickeln und umzusetzen sowie Präsentationen im Team vorzubereiten und vor Investoren und anderen Zielgruppen durchzuführen,
--	---

Modulbezeichnung	M16 Masterarbeit und Abschlusskolloquium
Lernergebnis und Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Die Studentinnen und Studenten sind in der Lage, eine selbst gewählte oder vorgeschlagene Thematik unter Beachtung wissenschaftlicher Grundsätze zu durchdringen, in einer schriftlichen Ausarbeitung darzustellen und praxisorientiert zu lösen. • Im Rahmen des abschließenden Kolloquiums haben die Studentinnen und Studenten ihre Masterarbeit dargestellt und verteidigt und hierdurch Erfahrungen im wissenschaftlichen Diskurs gewonnen.

Wahlpflichtmodule:

Modulbezeichnung	W1 B2B-Marketing
Lernergebnis und Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden haben einen Einblick in die Besonderheiten des Marketings von Industriegütern in verschiedenen Geschäftsbereichen sowie in das Marketing von Dienstleistungen gewonnen. • Sie sind mit den unterschiedlichen strategisch und operativ relevanten Besonderheiten des Business-to-Business-Geschäfts vertraut und haben Verständnis für die Spezifika erarbeitet. So verstehen die Studierenden bspw. nicht nur die Besonderheiten der Marktsegmentierung oder das Beschaffungsverhalten organisationaler Kunden, sondern können auch geeignete Strategien zur Bearbeitung nationaler und internationaler Märkte entwickeln. • Darüber hinaus sind Ihnen die Möglichkeiten der Markenbildung ebenso bekannt wie der gezielte Aufbau von produktbegleitender Dienstleistung als Differenzierungskriterium gegenüber der Konkurrenz (Fachkompetenz). • Komplexe Problemzusammenhänge werden von den Studierenden eigenständig verstanden und analysiert. • Damit sind diese in der Lage, die Voraussetzungen und Konsequenzen der Anwendung verschiedener Marketing-Instrumente abzuschätzen und die

	<p>in der praktischen Tätigkeit im Unternehmen zielführende Vorgehensweise zu erkennen und weiter zu entwickeln (Methodenkompetenz).</p> <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden haben Übung in der selbständigen Analyse und Interpretation von wissenschaftlichen Texten und sind in der Lage, wesentliche Erkenntnisse daraus (ggf. in Arbeitsgruppen) zu präsentieren (Sozialkompetenz).
--	---

Modulbezeichnung	W2 Innovations- und Produktmanagement
Lernergebnis und Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden erwerben die Kompetenz, komplexe Prozesse im Innovationsmanagement zu analysieren, Einflussparameter zu ermitteln und Lösungskonzepte für die Integration einer innovationsfreundlichen Zielrichtung von Unternehmen zu entwickeln. Dabei lernen die Studenten/Studentinnen Innovationswiderstände kennen und beherrschen Strategien diese zu überwinden. Die Studierenden kennen die operative Umsetzung von Innovationsmanagement im Rahmen von Projekten im Unternehmen, beherrschen das nötige Projektmanagementwissen und können Hilfsmittel zur zielgerichteten Ausführung von Innovationsprojekten einsetzen. Die Studierenden beherrschen die Aufarbeitung und Kurzdarstellung komplexer innovativer Technologien.

Modulbezeichnung	W2a Innovationsmanagement
Lernergebnis und Kompetenzen	<p>Die Studierenden erwerben die Kompetenz, komplexe Prozesse im Innovationsmanagement zu analysieren, Einflussparameter zu ermitteln und Lösungskonzepte für die Integration einer innovationsfreundlichen Zielrichtung von Unternehmen zu entwickeln.</p> <p>Studierende können die Bedeutung von Innovationen systematisch bewerten.</p> <p>Studierende erhalten einen Überblick über zentrale Produktionsfaktoren und das damit verbundene Innovationspotential</p> <p>Dabei lernen die Studierenden mögliche Innovationswiderstände kennen und erlernen Strategien diese zu überwinden. Die Studierenden kennen die operative Umsetzung von Innovationsmanagement im Rahmen von Projekten im Unternehmen, beherrschen das nötige Projektmanagementwissen und können Hilfsmittel zur zielgerichteten Ausführung von Innovationsprojekten einsetzen.</p> <p>Die Studierenden beherrschen die Aufarbeitung und Kurzdarstellung komplexer innovativer Technologien.</p>

Modulbezeichnung	W3 Führung und Change Management
Lernergebnis und Kompetenzen	<p>Die Studierenden haben ihre eigene Rolle als Führungskraft in Teams und Projekten reflektiert und kennen ihre Stärken und Schwächen in Bezug auf die eigene Rolle. Sie wissen um den Einfluss des Unternehmenskontexts und der spezifischen Fachaufgabe auf die Führungsaufgabe und können ihren eigenen Führungsstil situativ anpassen. Hierzu sind ihnen die theoretischen Grundlagen und die praxisorientierten Methoden zur Führung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern vertraut. Ferner haben sie einen Einblick in besondere Führungssituationen gewonnen und können u.a. mit "virtuellen Teams" und multikulturellen Strukturen umgehen. Darüber hinaus kennen sie verschiedene Anreizsysteme und Instrumente zur Motivation von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und können diese in der Praxis umsetzen und überwachen.</p> <p>Die Studierenden haben gelernt, Veränderungsprozesse zu identifizieren und Ihnen sind unterschiedliche Vorgehensmodelle bekannt, die helfen können, Veränderungsprozesse zu initiieren, zu begleiten und nachhaltig zu verankern. Sie kennen die hierfür geeigneten "Tools" und sind in der Lage, solche Prozesse mit dem Unternehmenskontext in Zusammenhang zu setzen und anzuwenden. Sie können ihre eigene Rolle als „Change Agent" und Führungskraft kritisch reflektieren und Spielräume und Grenzen bei der Prozessgestaltung abschätzen. Die Studierenden verfügen über die Fähigkeit, mögliche Widerstände gegenüber Veränderungen auf individueller und Gruppenebene zu analysieren, deren Auswirkungen einschätzen und ihr Vorgehen entsprechend zu planen bzw. im laufenden Projekt anzupassen.</p>

Modulbezeichnung	W4 Ausgewählte Fragen internationaler Unternehmenstätigkeit
Lernergebnis und Kompetenzen	<p>Die Studierenden haben einen Überblick über die Grundlagen und Besonderheiten der internationalen Unternehmenstätigkeit und können zwischen der unternehmerischen Tätigkeit im Bereich der Europäischen Union und im außereuropäischen Ausland unterscheiden. Sie kennen die wichtigsten internationalen Handelsorganisationen und können deren Einfluss auf die internationale unternehmerische Tätigkeit abschätzen. Sie haben einen Einblick in den Aufbau und die Funktionsweise der europäischen Institutionen (Europäischer Rat, Europäische Kommission und Europaparlament) gewonnen und wissen um die Grundfreiheiten im europäischen Wirtschaftsraum. Sie verfügen über grundlegende fachübergreifende, insbesondere soziale und kommunikative Kompetenzen, die für eine internationale Unternehmenstätigkeit erforderlich sind und sind in der Lage, die Auswirkungen europäischer Entscheidungsprozesse auf die nationale und internationale Unternehmenstätigkeit einzuschätzen. Sie kennen spezielle Aspekte der internationalen Unternehmenstätigkeit und können besondere Sicherungsmittel (u.a. Hermes-Bürgschaften) einordnen und berücksichtigen.</p>

Modulbezeichnung	W4a Europakompetenz
Lernergebnis und Kompetenzen	<p>Die Studierenden sind in der Lage die Entstehung, Entwicklung und Funktionsweise der Europäischen Union mit Blick auf ihre Auswirkungen auf unternehmerische Entscheidungsprozesse zu erörtern und Motive und Effekte der Globalisierung zu analysieren.</p> <p>Sie verstehen die Grundlagen des Europäischen Gesetzgebungsprozesses und haben Möglichkeiten kennengelernt, diesen im Sinne eigener Unternehmensziele zu beeinflussen.</p> <p>Weiterhin haben Sie die Fähigkeit erworben Investitionsentscheidungen für das Auslandsgeschäft in unterschiedlichen Wirtschaftsregionen, insbesondere der Europäischen Union, analysieren zu können.</p> <p>Sie verfügen über vertiefte interkulturelle Kompetenz und haben sich intensiv mit den Besonderheiten der einzelnen Ländermärkte der Europäischen Union auseinandergesetzt.</p>

Modulbezeichnung	W5 Corporate Governance und Compliance
Lernergebnis und Kompetenzen	<p>Die Studierenden haben einen Überblick über den Begriff und die wesentlichen Aspekte von "Corporate Governance" und "Compliance" gewonnen und kennen das Zusammenspiel von Gesetzen, Kodices und freiwilligen Praktiken, die bei der verantwortungsvollen und nachhaltigen Unternehmensführung zu beachten sind ("Corporate Governance"). Sie können Haftungsrisiken der Geschäftsleitung erkennen sowie Instrumente der Haftungsvermeidung implementieren und wissen auch um die Bedeutung der Einhaltung ethischer Standards innerhalb des Unternehmens und gegenüber Dritten. Mögliche Organisationskonzepte zur Gewährleistung normkonformen Verhaltens des Unternehmens und seiner Mitarbeiter ("Compliance") sind ihnen vertraut.</p>

Modulbezeichnung	W5a Business Ethics
Lernergebnis und Kompetenzen	<p>Die Studierenden verstehen die Notwendigkeit einer Auseinandersetzung mit Unternehmensethik und erhalten ein Verständnis für die wichtigsten Theorien und Instrumente des Themengebiets. Hierbei wird insbesondere die Perspektive der Stakeholdergruppe der Anteilseigner ins Zentrum gerückt („Corporate Governance“) und es werden aktuelle Themen und Entwicklungen aus diesem Kontext evaluiert.</p> <p>Ziel des Moduls ist es, die Studierenden für ethische Fragestellungen im Unternehmenskontext zu sensibilisieren. Die Studierenden können die Modulinhalte auf konkrete Praxisprobleme anwenden und das ethische Verhalten von Unternehmen reflektieren. Daneben sind die Studierenden in der Lage, aktuelle Governance-Themen zu kritisch zu diskutieren.</p>

Modulbezeichnung	W6 Digitale Transformation
Lernergebnis und Kompetenzen	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - werden in die Lage versetzt, die unterschiedlichen Aspekte der digitalen Transformation kritisch zu reflektieren und eigenständig Lösungsansätze für das Management des digitalen Wandels zu erarbeiten, - reflektieren gängige Mythen, Fehlschläge und Missverständnisse der digitalen Transformation und entwickeln wichtige Fähigkeiten zur kritischen Bewertung bestehender, teils konsultativer Transformationsansätze, - setzen sich mit ihrer eigenen Rolle im Rahmen der digitalen Organisationsentwicklung auseinander und werden sich der Chancen und Grenzen der normativen, personellen und technologischen Gestaltung digitaler Ökosysteme bewusst, - stärken ihre Transferfähigkeiten bei der Anwendung deskriptiver Methoden und Lösungsansätze auf spezifische Probleme der alltäglichen Transformationsarbeit, - entwickeln Methoden-Knowhow für die Anwendung von Werkzeugen und Instrumenten der adaptiven Führungsarbeit in der digitalen Organisationsentwicklung.

Modulbezeichnung	W7 Führung
Lernergebnis und Kompetenzen	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - reflektieren die eigene Rolle als Führungskraft und setzen sich kritisch mit eigenen Werten auseinander. Dabei erkennen Sie mögliche Konflikte mit anderen Werten bzw. Werte-Systemen. - entwickeln Strategien die potenziellen Konflikte von Werten positiv zu beeinflussen. - reflektieren drei Bereiche der Führungsarbeit: die persönliche Führung (intrapersonell), die Interaktion (Intrapersonell) mit Einzelnen und die eigene Wirkung auf und in Gruppen. - setzen sich mit ihrer eigenen Rolle als Führungskraft im Kontext der Organisation auseinander und erkennen Chancen und Grenzen der Ausgestaltung ihrer Rolle. Dabei erkennen Sie das Zusammenwirken von Person – Rolle – Organisation und können das Zusammenwirken positiv gestalten. - stärken ihre interkulturelle Wahrnehmung und können den Einfluss von kulturellen Besonderheiten im Kontext der Führung bewerten. - reflektieren mikropolitische Zusammenhänge und können aufgrund Ihrer Analyse konkrete Handlungen ableiten. - stärken ihre Führungskompetenz in konkreten, auch besonders schwierigen Führungssituationen bzw. im Umgang mit problematischen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. - entwickeln vertieftes Methoden-Knowhow für die Anwendung in ihrer Rolle als Führungskraft.

Modulbezeichnung	W8 Interpersonal Dynamics
Lernergebnis und Kompetenzen	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - werden in die Lage versetzt, die Dynamik in Gruppen zu erkennen und kritisch zu reflektieren. - analysieren die eigene Rolle in einer Gruppe und in wie weit sie die Dynamik durch das eigene Verhalten beeinflussen sowie selber durch die Gruppe beeinflusst werden. - reflektieren eigene Anteile, die zu sichtbarem Verhalten führen und die Dynamik in Gruppen beeinflussen. - lernen konstruktives Feedback zu geben und erhaltenes Feedback in konkretes Verhalten umzusetzen. - setzen sich mit interpersonellen Dynamiken auseinander, die zwischen zwei oder mehr Personen entstehen und lernen diese positiv zu beeinflussen. - stärken ihre Transferfähigkeiten bei der Anwendung des Gelernten in der beruflichen Praxis. - entwickeln Methoden-Knowhow für die positive Gestaltung von Gruppenprozessen.

Modulbezeichnung	W9 Die Führungskraft als Coach
Lernergebnis und Kompetenzen	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - werden in die Lage versetzt, Coaching Prozesse selbstständig zu planen und praktisch zu begleiten, - reflektieren eigene Anteile, die den Coaching Prozess beeinflussen können und erarbeiten Lösungsmöglichkeiten, - setzen sich mit ihrer eigenen Rolle als Coach auseinander und werden sich der Chancen und Grenzen der Tätigkeit bewusst. - stärken ihre Transferfähigkeiten bei der Anwendung von Coaching Methoden auf spezifische Probleme der alltäglichen Arbeit, - entwickeln Methoden-Knowhow für die Anwendung von Werkzeugen und Instrumenten des Coachings im beruflichen Kontext.“

Spezifika des Diploma Supplements

Nachfolgend werden die Spezifika des weiterbildenden berufsbegleitenden Masterstudiengangs Business Administration – General Management ausgewiesen.

HTW Berlin

Diploma Supplement

- Weiterbildender Masterstudiengang Business Administration – General Management -

1.	ANGABEN ZUM INHABER/ZUR INHABERIN DER QUALIFIKATION
1.1/1.2	Familienname(n) / Vorname(n)
1.3	Geburtsdatum (TT/MM/JJJJ)
1.4	Matrikelnummer oder Code zur Identifizierung des/der Studierenden (wenn vorhanden)
2.	ANGABEN ZUR QUALIFIKATION
2.1	Bezeichnung der Qualifikation und (wenn vorhanden) verliehener Grad (in der Originalsprache) Master of Business Administration, MBA
2.2	Hauptstudienfach oder -fächer für die Qualifikation Business Administration – General Management
2.3	Name und Status (Typ/Trägerschaft) der Einrichtung, die die Qualifikation verliehen hat (in der Originalsprache) Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin (HTW Berlin) (Hochschule (FH)/staatlich), Fachbereich Wirtschafts- und Rechtswissenschaften
2.4	Name und Status (Typ/Trägerschaft) der Einrichtung (falls nicht mit 2.3 identisch), die den Studiengang durchgeführt hat (in der Originalsprache) dito
2.5	Im Unterricht / in der Prüfung verwendete Sprache(n) deutsch

3. ANGABEN ZU EBENE UND ZEITDAUER DER QUALIFIKATION

3.1 Ebene der Qualifikation

Postgradualer berufsqualifizierender Hochschulabschluss mit stärker anwendungsorientiertem Profil nach einem abgeschlossenen Bachelor- oder Diplomstudiengang inklusive einer Masterarbeit

3.2 Offizielle Dauer des Studiums (Regelstudienzeit) in Leistungspunkten und/oder Jahren

Regelstudienzeit:	4 Semester (2 Jahre)
Workload:	3.250 Stunden
ECTS-Leistungspunkte:	90
davon für die Masterarbeit und Kolloquium:	15

3.3 Zugangsvoraussetzung(en)

mindestens Bachelor of Arts oder Bachelor of Science oder Bachelor of Engineering oder Bachelor of Laws oder ausländisches Äquivalent und eine daran anschließende qualifizierte berufspraktische Erfahrung von in der Regel nicht unter einem Jahr nachweist

4. ANGABEN ZUM INHALT DES STUDIUMS UND ZU DEN ERZIELTEN ERGEBNISSEN

4.1 Studienform

berufsbegleitendes Studium (Fernstudium), Teilzeitstudium

4.2 Lernergebnisse des Studiengangs

Der weiterbildende berufsbegleitende Masterstudiengang vermittelt den Studierenden das für die Wahrnehmung von Führungsaufgaben erforderliche betriebswirtschaftliche Wissen sowie die persönliche und soziale Kompetenz zu deren Umsetzung im Unternehmen bzw. in höheren Managementpositionen.

Das weiterbildende berufsbegleitende Masterstudium baut auf den im Erststudium sowie in der berufspraktischen Tätigkeit erworbenen Kenntnissen und Erfahrungen auf und erweitert diese um betriebswirtschaftliches Know-how und Managementkompetenzen.

Die Studierenden erwerben mit dem weiterbildenden berufsbegleitenden Masterstudium eine branchenübergreifende Qualifikation zur Übernahme von Führungsfunktionen oder zur Führung eines eigenen Unternehmens.

Das weiterbildende berufsbegleitende Masterstudium ist nicht auf einen bestimmten Wirtschaftsbereich oder eine Branche ausgerichtet; die erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten lassen sich übergreifend anwenden.

Nach Abschluss des weiterbildenden berufsbegleitenden Masterstudiums sind die Studierenden in der Lage, auch komplexe betriebswirtschaftliche Zusammenhänge zu erkennen und selbständig systematische Lösungen zu erarbeiten. Dabei ist das Masterstudium auf interdisziplinäres Arbeiten ausgerichtet, wie es praxisbezogenen Problemstellungen entspricht. Zentrales Anliegen des weiterbildenden berufsbegleitenden Masterstudiengangs ist die Vermittlung von Management-Know-how, das die Studierenden

in die Lage versetzt, berufspraktische Probleme zu analysieren und zu lösen. Dazu gehört insbesondere auch die Vermittlung von Führungskompetenzen.

Pflichtmodule :	60 LP
Wahlpflichtmodule:	15 LP
Masterarbeit und Abschlusskolloquium :	15 LP

4.3 Einzelheiten zum Studiengang, individuell erworbene Leistungspunkte und erzielte Noten
Siehe "Abschlusszeugnis" mit Details zu den zu absolvierenden Modulen und zum Thema der Masterarbeit inklusive der Benotungen.

4.4 Notensystem und, wenn vorhanden, Notenspiegel

4.5 Gesamtnote (in Originalsprache)

Abschlussprädikat (ungerundete Abschlussnote)

Zusammensetzung des Gesamtprädikats:

75 % Modulnoten

25 % Masterarbeit und Kolloquium

5. ANGABEN ZUR BERECHTIGUNG DER QUALIFIKATION

5.1 Zugang zu weiterführenden Studien

Der Abschluss berechtigt zur Aufnahme eines Promotionsstudiums; die jeweilige Promotionsordnung kann zusätzliche Voraussetzungen festlegen

5.2 Zugang zu reglementierten Berufen (sofern zutreffend)

Der Masterabschluss eröffnet den Zugang zum höheren Dienst.

6. WEITERE ANGABEN

6.1 Weitere Angaben

Die HTW Berlin hat am 5.5.2014 durch AQAS die Systemakkreditierung erhalten. Damit sind alle Studiengänge der HTW Berlin, die Gegenstand der internen Qualitätssicherung nach den Vorgaben des akkreditierten Systems waren und sind, akkreditiert. Darunter fällt auch der hier vorliegende Studiengang (siehe: www.akkreditierungsrat.de)

6.2 Weitere Informationsquellen

HTW Berlin: <http://www.HTW-Berlin.de>

Anlage 5 zur Studien- und Prüfungsordnung für den weiterbildenden berufsbegleitenden Masterstudiengang Business Administration – General Management

Äquivalenztabelle

Nr.	Modulbezeichnung gemäß Studienordnung vom 22. Januar 2009 (AMBL. HTW Berlin Nr. 09/09)	LP	Nr.	Modulbezeichnung gemäß dieser Studien- und Prüfungsordnung	LP
M1	Internes Rechnungswesen	5	M2	Internes Rechnungswesen	5
M2	Corporate Finance und Risikomanagement	5	M6	Corporate Finance und Risikomanagement	5
M3	Operatives und strategisches Controlling	5	M7	Operatives und strategisches Controlling	5
M4	Marketingmanagement	5	M4	Marketingmanagement	5
M5	Personalökonomik und -controlling	5	M8	Personalmanagement	5
M6	Externes Rechnungswesen 1 (Bilanzierung)	5	M5	Externes Rechnungswesen	5
M7	Externes Rechnungswesen 2 (Konzernrechnungswesen)	5	M9	Konzernrechnungslegung Ab WiSe 2018/19 Einzelfallentscheidung durch den Prüfungsausschuss	5
M8	Betriebswirtschaftliche Steuerlehre	5	M11	Betriebliche Steuerlehre	5
M9	Wirtschaftsrecht	5	M3	Wirtschaftsrecht	5
M10	Internationales Management	4	W4	Ausgewählte Fragen internationaler Unternehmenstätigkeit Ab WiSe 2022/23	5
			W4a	Europakompetenz	5
M11	Industriegütermarketing	5	W1	B2B-Marketing Ab WiSe 2020/21	5
			W6	Digitale Transformation	5
M12	Volkswirtschaftslehre	5	W5	Corporate Governance und Compliance Ab WiSe 2022/23	5
			W5a	Business Ethics	5

M13	Strategisches Management	4	M1	Strategische und nachhaltige Unternehmensführung Ab WiSe 2022/23	5
			M1a	Strategische Unternehmensführung	5
M14	Produktions- und Logistikmanagement	4	M10	Produktions- und Logistikmanagement	5
M15	Unternehmenssimulation (-planspiel)	4	M15	Unternehmenssimulation	5
M16	Innovations- und Projektmanagement	4	W2	Innovations- und Projektmanagement	5
			W2a	Ab WiSe 2022/23 Innovationsmanagement	5
M17	Masterarbeit und Kolloquium	15	M17	Masterarbeit und Abschlusskolloquium	15