

Anlage I: Prüfungs- und Studienplan für das Studium in Vollzeit

Semester	Modulnummer	Modulbezeichnung	Veranstaltungsart/SWS						Kreditpunkte
			V	SL	S	Ü	PS	P	
1. Semester	MBM 101	International Collaboration						4	5 cp
	MBM 102	Sustainability Management		4					5 cp
	MBM 103	Digital Business		4					5 cp
	MBM 104	Empirische Methoden		4					5 cp
	MBM 105	Applied Economics		4					5 cp
	MBM 106	Strategisches Management und Entrepreneurship		4					5 cp
2. Semester		Pflichtbereich							
	MBM 201	Change- und Projektmanagement		4					5 cp
	MBM 202	Social Credits						4	5 cp
		1. Schwerpunkt (Die Studierenden belegen je nach Schwerpunktwahl die vier zu dem jeweiligen Schwerpunkt gehörigen Module)							
		Schwerpunkt Strategisches Beschaffungsmanagement							
	MBM 20301a/30301a	Digitalisierung und Nachhaltigkeit in der Beschaffung			4				20 cp
	MBM 20301b/30301b	Einkaufsstrategie und Materialgruppenmanagement			4				
	MBM 20301c/30301c	International Procurement			4				
	MBM 20301d/30301d	Praxisprojekt der Beschaffung						4	
		Schwerpunkt Controlling							
	MBM 20302a/30302a	Business Intelligence und ESG Reporting			4				20 cp
	MBM 20302b/30302b	Carbon Accounting and Investment Decisions			4				
	MBM 20302c/30302c	Reporting und Unternehmensanalyse						4	
	MBM 20302d/30302d	Unternehmensführung und M&A-Transaktionen			4				
		Schwerpunkt Human Resource Management							
	MBM 20303a/30303a	Nachhaltiges Human Resource Management			4				20 cp
	MBM 20303b/30303b	HR Administration und HR Analytics			4				
	MBM 20303c/30303c	Resilienz und Selbstmanagement im HRM			4				
MBM 20303d/30303d	HR-Forschungsprojekt						4		
	Schwerpunkt Marketing								
MBM 20304a/30304a	Datengetriebenes Marketing			4				20 cp	
MBM 20304b/30304b	Sustainability and Diversity Marketing			4					
MBM 20304c/30304c	Markenmanagement			4					
MBM 20304d/30304d	Marketing Consulting Project						4		
3. Semester		Pflichtbereich							
	MBM 301	Führungskompetenz		4					5 cp
	MBM 302	Advanced Corporate Finance		4					5 cp
		2. Schwerpunkt (Die Studierenden belegen je nach Schwerpunktwahl die vier zu dem jeweiligen Schwerpunkt gehörenden Module)							
		Schwerpunkt Strategisches Beschaffungsmanagement							
	MBM 20301a/30301a	Digitalisierung und Nachhaltigkeit in der Beschaffung			4				20 cp
	MBM 20301b/30301b	Einkaufsstrategie und Materialgruppenmanagement			4				
	MBM 20301c/30301c	International Procurement			4				
	MBM 20301d/30301d	Praxisprojekt der Beschaffung						4	
		Schwerpunkt Controlling							
	MBM 20302a/30302a	Business Intelligence und ESG Reporting			4				20 cp
	MBM 20302b/30302b	Carbon Accounting and Investment Decisions			4				
	MBM 20302c/30302c	Reporting und Unternehmensanalyse						4	
	MBM 20302d/30302d	Unternehmensführung und M&A-Transaktionen			4				
		Schwerpunkt Human Resource Management							
	MBM 20303a/30303a	Nachhaltiges Human Resource Management			4				20 cp
	MBM 20303b/30303b	HR Administration und HR Analytics			4				
	MBM 20303c/30303c	Resilienz und Selbstmanagement im HRM			4				
MBM 20303d/30303d	HR-Forschungsprojekt						4		
	Schwerpunkt Marketing								
MBM 20304a/30304a	Datengetriebenes Marketing			4				20 cp	
MBM 20304b/30304b	Sustainability and Diversity Marketing			4					
MBM 20304c/30304c	Markenmanagement			4					
MBM 20304d/30304d	Marketing Consulting Project						4		
	Auslandsstudiensemester als Alternative zu den Modulen des 3. Semesters							30 cp	
4. Sem.	MBM 401	Masterarbeit							27 cp
	MBM 402	Kolloquium							3 cp

- V Vorlesung
- SL Seminaristische Lehrveranstaltung
- S Seminar
- Ü Übung
- PS Projektseminar
- P Praktikum
- SWS Semesterwochenstunden
- cp credit points