

Modul	LV-Bezeichnung	Prüfungsformat	ECTS
M-1: Unternehmensführung und Leadership	Unternehmensführung und Entrepreneurship	Multiple-Choice-Test und Seminararbeit	2
	Leadership und Management Tools		2
M-2: Wissenschaftliches Arbeiten	Wissenschaftliches Arbeiten I & II	Multiple-Choice-Test	2
	Exposé	Seminararbeit	4
M-3: Reporting	Jahresabschluss und Abschlussanalyse	Multiple-Choice-Test und Seminararbeit	2
	Management Reporting		2
M-4: Finanzwirtschaft und Entscheidungsfindung	Investition und Finanzierung	Multiple-Choice-Test und Seminararbeit	2
	Entscheidungs- und Spieltheorie		2
	Finanzinstrumente und Finanzmärkte		2
M-5: Kostenmanagement und Budgetierung	Kostenrechnung und Controlling	Multiple-Choice-Test und Seminararbeit	2
	Kostenmanagement, Finanzplanung und Budgetierung		2
M-6: Business Transformation	Strategisches Management	Multiple-Choice-Test und Seminararbeit	2
	Change Management		2
	Innovationsmanagement		2
M-7: Nachhaltige Unternehmensführung	Ethik und Nachhaltigkeit	Multiple-Choice-Test und Seminararbeit	2
	Compliance		2
	Governance und Digitalisierung		2
M-8: Personal- & Organisationsmanagement und -entwicklung	Personal - und Organizational Management	Multiple-Choice-Test und Seminararbeit	2
	Entwicklung von Führungsqualitäten		2
	Organisationskultur, -entwicklung und -diagnostik		2
M-9: Marketingmanagement	Marketing als betriebliche Funktion	Multiple-Choice-Test und Seminararbeit	2
	Content Marketing und Digital Public Relations		2
	Neuromarketing, Brandmanagement und Werbepsychologie		2
M-10: Masterthesis	Masterarbeit	Schriftliche Abschlussarbeit	9
	Abschlussprüfung	Mündliche Abschlussprüfung	3
Gesamt			60

ECTS-Punkte ergeben sich aus der geschätzten Zeit, die man durchschnittlich für die Absolvierung einzelner Lehrveranstaltungen braucht. Ein ECTS-Punkt entspricht einem Arbeitsaufwand des Studierenden von 25 Arbeitsstunden. Der studentische Gesamtaufwand beträgt damit mindestens 1.500 Stunden.