

Universitätszertifikat General Management



Modulbeschreibung

Inhaltsverzeichnis

1	Aufbau des Universitätszertifikats General Management	3
2	Modul Grundprinzipien von Wirtschaft und Management.....	6
3	Modul Managementkompetenzen	8
4	Modul Personal und Organisation.....	10
5	Modul Marketing.....	12

1 Aufbau des Universitätszertifikats General Management

Modul-Nr.	Modultitel	ECTS
M1	Grundprinzipien von Wirtschaft und Management	4
M1-LV1	Unternehmensführung und Unternehmenssteuerung	2
M1-LV2	Ökonomie (VWL)	2
M2	Managementkompetenzen	4
M2-LV1	Strategisches Management	2
M2-LV2	Risk Management	2
M3	Personal und Organisation	6
M3-LV1	Personal- und Organizational Management	2
M3-LV2	Organisationsentwicklung und -diagnostik	2
M3-LV3	Change Management	2
M4	Marketing	4
M4-LV1	Marketing als betriebliche Funktion	2
M4-LV2	Grundlagen Online Marketing	2
M5	Reporting	2
M5-LV1	Management Reporting	2

20 ECTS

Modulbezeichnung	Vermittelte Fähigkeiten und Fertigkeiten
Grundprinzipien von Wirtschaft und Management	Teilnehmer kennen die Grundbegriffe der Unternehmensführung und Unternehmenssteuerung sowie alle wichtigen Instrumente und Methoden der strategischen und operativen Unternehmensführung. Teilnehmer sind auch dazu befähigt, Begriffe, Prozesse und Theorien der Unternehmensgründung zu erklären sowie ein Verständnis für die Instrumente des Entrepreneurships zu entwickeln und praxisbezogen anzuwenden. Zudem können Teilnehmer über die Grundlagen der Volkswirtschaftslehre diskutieren und sind in der Lage, ökonomische Problemstellungen logisch und sachgerecht analysieren zu können.
Managementkompetenzen	Die TeilnehmerInnen sind in der Lage systematisch eine Unternehmensstrategie zu entwickeln und basierend auf einem strategiespezifischen Kennzahlensystem die Umsetzung der Strategie zu steuern. Zudem sind Teilnehmer dazu befähigt, Wesen und Auswirkungen von Entscheidungen, Krisen und Risiken zu erkennen, die Grundlagen der betriebswirtschaftlichen Entscheidungstheorie und -psychologie anzuwenden.
Personal und Organisation	Die Teilnehmer verstehen die Bedeutung der Organisationsentwicklung in Zusammenhang mit Change Management Prozessen. Zudem sind sie in der Lage, verschiedene Modelle der Organisationsentwicklung zu benennen und zu erläutern. Teilnehmer wissen, wie MitarbeiterInnen als „wertvollste Ressource des Unternehmens“ zu effizienter und effektiver Zusammenarbeit verholfen werden kann.
Marketing	Nach erfolgreicher Absolvierung sind Teilnehmer in der Lage, Funktionen und Aufgaben des Marketings einzuordnen. Sie werden die betrieblichen Funktionen begrifflich erklären können und diese in den Zusammenhang mit der definitiven Bestimmung des Marketings praktisch bestimmen. Teilnehmer kennen

	die vielseitigen Facetten digitaler Marketing-Maßnahmen. Sie sind in der Lage, Vorzüge der einzelnen digitalen Marketingkanäle zu verstehen und auf das eigene Unternehmen anzuwenden.
Reporting	TeilnehmerInnen erfahren, wie ein erfolgreiches Management Reporting dargestellt wird und welche Informationen und Maßnahmen dafür benötigt werden. TeilnehmerInnen erhalten einen Überblick über den Aufbau und die Anwendung des Management Reporting.

2 Modul Grundprinzipien von Wirtschaft und Management

Das Modul setzt sich aus zwei Teilen zusammen:

- *Unternehmensführung und Entrepreneurship*
- *Ökonomie (VWL)*

2.1 Unternehmensführung und Entrepreneurship

Lehrinhalte

- ✓ Unternehmenskultur
- ✓ Formen und Instrumente des Entrepreneurships
- ✓ Grundbegriffe des Managements
- ✓ Unternehmenskultur,
- ✓ Psychologie im Management
- ✓ Kognitive Verzerrungen im Budgetierungsprozess
- ✓ Opportunismus und Budgetary Slack
- ✓ Strategiegestaltung
- ✓ Strategie auf Unternehmens- und Geschäftsfeldebene
- ✓ Projektmanagement
- ✓ Change Management
- ✓ Controlling und Budgetierung

2.2 Ökonomie (VWL)

Lehrinhalte

- ✓ Definition der Grundbegriffe der VWL,
- ✓ Abgrenzung Mikro- und Makroökonomie;
- ✓ Grundbegriffe der Mikroökonomie

- ✓ Angebot & Nachfrage
- ✓ Elastizität
- ✓ Monopol vs. vollkommener Wettbewerb;
- ✓ Makroökonomie
- ✓ Wirtschaftswachstum
- ✓ Konjunktur, Geld- und Fiskalpolitik
- ✓ makroökonomische Kennzahlen
- ✓ internationales Wirtschaftsleben

Beurteilung

- ✓ Modulprüfung

3 Modul Managementkompetenzen

Das Modul setzt sich aus zwei Teilen zusammen:

- *Strategisches Management*
- *Risk Management*

3.1 Strategisches Management

Lehrinhalte

- ✓ Zweck eines Unternehmens
- ✓ Unternehmensmission
- ✓ Unternehmensvision
- ✓ Strategie, Struktur, Kultur
- ✓ Strategiebetrieb im Kontext der wirtschaftlichen Entwicklung
- ✓ Konzeption einer Unternehmensstrategie
- ✓ Umfeldanalyse
- ✓ Branchen-/Wettbewerbsanalyse
- ✓ Stakeholder-Analyse
- ✓ Zielgruppenanalyse
- ✓ Szenario Analyse
- ✓ Wertschöpfungskette
- ✓ Kostenanalyse
- ✓ Benchmarking
- ✓ Strategie der Kostenführerschaft
- ✓ Produktlebenszykluskonzept
- ✓ Kundenzufriedenheitsanalyse
- ✓ Mitarbeiter-/Führungsassessment
- ✓ SWOT

3.2 Risk Management

Lehrinhalte

- ✓ Management und Managementfehler
- ✓ Krise und Risiko
- ✓ Risiko und Chance
- ✓ Regulative Anforderungen an das RM
- ✓ Entscheidungen unter Unsicherheit
- ✓ Arten des Risikos
- ✓ Risikomanagement (RM)
- ✓ Risikopolitische Ziele und Strategien
- ✓ Psychologie im RM
- ✓ Organisation des RM
- ✓ Risikofrüherkennung
- ✓ Risikoidentifikation
- ✓ Risikoanalyse
- ✓ Risikobewertung
- ✓ Risikobewältigung
- ✓ Risikoberichtswesen
- ✓ Risikoüberwachung
- ✓ Abschließende Betrachtungen.

Beurteilung

- ✓ Modulprüfung

4 Modul Personal und Organisation

Dieses Modul setzt sich aus drei Teilen zusammen:

- *Personal- und Organizational Management*
- *Organisationsentwicklung und -diagnostik*
- *Change Management*

4.1 Personal- Organizational Management

Lehrinhalte

- ✓ Stellenwert der Personalwirtschaft
- ✓ Strategisches Human Resources Management
- ✓ Personalplanung, -bedarf, -beschaffung, -einsatz, -führung
- ✓ Personalentlohnung und -kosten
- ✓ Personalentwicklung, -freistellung, -verwaltung, -controlling
- ✓ Strukturierungsprinzipien und Organisationformens
- ✓ Aufgabe und Arbeit
- ✓ Individuum und Organisation
- ✓ Gruppe und Organisation
- ✓ Definition Management vs. Leadership
- ✓ Unterschiedliche Menschenbilder
- ✓ Leadership Development
- ✓ Führungskompetenz als Erfolgsfaktor
- ✓ Diagnostik im Leadership Development
- ✓ Ausgewählte Leadership Ansätze im Change

4.2 Organisationsentwicklung und -diagnostik

Lehrinhalte

- ✓ Theorie der Organisation als soziales System
- ✓ Definition und Charakteristika der Organisationsentwicklung
- ✓ Modelle der Organisationsentwicklung (Wachstumsmodell nach Greiner; Phasenmodell Glasl und Lievegoed)
- ✓ Ziele und Aufgaben der Organisationsentwicklung
- ✓ Erfolgskriterien in der Organisationsentwicklung
- ✓ Definition und Charakteristika der Organisationsdiagnostik
- ✓ Ziele und Aufgaben der Organisationsdiagnostik
- ✓ Instrumente der Organisationsdiagnostik (z.B. MTO-Analyse, soziometrische Verfahren)
- ✓ Phasen der Organisationsdiagnostik
- ✓ Organisationsdiagnostik als Basis für Change Management
- ✓ Menschliches Erleben und Verhalten in Organisationen

4.3 Change Management

Lehrinhalte

- ✓ Einführung in das Change Management
- ✓ Change Management nach Kurt Lewin
- ✓ 8 Phasen Modell von John P. Kotter
- ✓ Phasenmodell nach Krüger; Sozial-, Zeit- und Sachdimension des Change Managements
- ✓ Leading Change
- ✓ Auslöser und Ziele eines Change Prozesses

Beurteilung

- ✓ Modulprüfung

5 Modul Marketing

Dieses Modul setzt sich aus zwei Teilen zusammen:

- *Marketing als betriebliche Funktion*
- *Grundlagen Online Marketing*

5.1 Marketing als betriebliche Funktion

Lehrinhalte

- ✓ Was ist Betriebswirtschaft?
- ✓ Grundbegriffe der BWL
- ✓ Funktionelle Gliederung
- ✓ Organisation und Management
- ✓ Betriebliche Funktionen
- ✓ Marketing als betriebliche Funktion
- ✓ Wie operiert ein Markt?
- ✓ Marktdynamiken und Wettbewerb
- ✓ Strategie

5.2 Grundlagen Online Marketing

Lehrinhalte

- ✓ Was ist Online Marketing?
- ✓ Bedeutung von Marketing im digitalen Zeitalter
- ✓ Werbung auf digitalen Kanälen
- ✓ Webseiten
- ✓ Online-Video-Marketing
- ✓ Suchmaschinenmarketing
- ✓ Affiliate Marketing
- ✓ Display Marketing
- ✓ Couponing
- ✓ Mobile Marketing

Beurteilung

- ✓ Modulprüfung

6 Reporting

Lehrinhalte

- ✓ Reportinggrundlagen
- ✓ Standardreporting
- ✓ Ad-hoc-Reporting
- ✓ Exception Reporting
- ✓ Statische bzw. dynamische Berichte
- ✓ Grenzen des Reportings
- ✓ Adressaten von Berichten
- ✓ Optimierung der Reportinginhalte: One-Page-Reporting, Reporting auf Basis der Balanced Scorecard, Executive Summaries, Reporting von Chancen und Risiken
- ✓ Gestaltung des Reportingsprozesses
- ✓ Optische Gestaltung von Berichten
- ✓ Eye-Tracking-Analysen
- ✓ Kommunikation und Rollenbild (Data Scientist, Datenqualitätsmanager)
- ✓ Nutzung von Reporting Tools

Beurteilung

- ✓ Modulprüfung

Beratung & Kontakt



Studienberatung

studienberatung@e-learning-group.com

+43 1 361 97 67 10

<https://fernstudium.study/>