



**D/U** Dresden  
International  
Weiterbildungsuniversität der TU Dresden  
University

# Studieninformation

**MBA-Studiengang Unternehmensführung,  
berufsbegleitend**

Start: 04. Oktober 2021

## **Inhaltsverzeichnis**

Vorstellung der Dresden International University	3
Studienkonzept und -ziele	4
Perspektiven des Masterprogramms Unternehmensführung	5
Zulassungsvoraussetzungen	6
Studiengebühren	6
Studienablauf und Studieninhalte	7
Vorlesungszeiten	8
Präsenztermine Studienjahrgang UF-19	9
Wissenschaftliche Leitung und Dozententeam	10
Modulbeschreibung	11
Bewerbung und Information	22

## **Vorstellung der Dresden International University**

Die Dresden International University gGmbH (DIU) ist eine Tochtergesellschaft der TUDAG Technische Universität Dresden Aktiengesellschaft. Sie ist als An-Institut "Die Weiterbildungsuniversität der TU Dresden", die zu den 11 deutschen Exzellenzuniversitäten zählt.

### **Mission**

Die Studiengänge der Dresden International University gGmbH dienen der Befähigung ihrer Studierenden zur aktiven und wettbewerbsfähigen Etablierung in der (internationalen) Arbeitswelt. Das Studienangebot der DIU richtet sich somit an Akademiker und Berufstätige aus dem In- und Ausland sowie an Auszubildende mit Hochschulreife.

### **Struktur**

Die DIU ist als gemeinnützige GmbH privatwirtschaftlich organisiert und verfolgt eine Unternehmensstrategie mit akademischen Grundsätzen. Sie existiert ohne staatliche Zuschüsse, sondern ausschließlich von Einnahmen aus Studiengebühren.

Die DIU verzichtet bewusst auf die Einrichtung eines eigenen Lehrkörpers und versteht sich als eine Netzwerkinstitution, die auf Lehrkräfte der TU Dresden, anderer Hochschulen und der unternehmerischen Praxis zugreift.

Alle Aufgaben und Ziele verfolgt die DIU in wirtschaftlicher und rechtlicher Selbständigkeit als staatlich anerkannte universitäre Institution. Zur Erreichung ihrer Ziele pflegt die DIU eine enge Verbindung mit der TU Dresden, aus der sie hervorgegangen ist und deren Ausbildungsprofil sie ergänzt und erweitert.

### **Fakten**

- Gründungsjahr 2003
- private, staatlich anerkannte Universität
- Akkreditierung: ZEvA - Zentrale Evaluations- und Akkreditierungsagentur Hannover
- 38 Bachelor- und Masterstudiengänge
- ca. 2.400 Studenten (Stand Okt. 2016)
- ca. 2.100 Alumni (Stand Okt. 2016)

### **Fachbereiche**

- Wirtschaft, Recht und Management
- Gesundheitswesen
- Bildung, Kommunikation & Kultur
- Ingenieurwesen
- Medizin

## **Studienkonzept und -ziele**

Bedarf nach einer akademischen Qualifizierung

Der MBA-Studiengang bietet die mehrdimensionale Betrachtung der funktionellen Bereiche eines Unternehmens und seiner Rahmenbedingungen aus der Sicht des Managers und vermittelt dafür umfangreiche und praxisorientierte Managementkompetenzen auf Masterniveau.

Vielseitige Diskussionsimpulse

Die Branchen- und Erfahrungsvielfalt der Teilnehmenden und des Dozententeams unterstreichen die Breite und Interdisziplinarität des MBA-Studiums und eröffnen neue interessante Blickwinkel und Vergleichsmöglichkeiten auf persönliche sowie branchenspezifische Probleme und Lösungsansätze. Der Studiengang fördert zudem die Bildung eines Karrierenetzwerkes.

Intensiver Austausch

Aufgrund der auf 15 Personen begrenzten Teilnehmerzahl kann im Rahmen des Curriculums gezielt auf die individuellen Fragestellungen der Studierenden eingegangen werden. Eine enge Interaktion ist in diesem Zusammenhang sowohl unter den Teilnehmern als auch mit den Dozenten selbstverständlich, wodurch eine intensive Lernatmosphäre geschaffen wird.

Studiendauer

2 Jahre berufsbegleitend

ECTS-Punkte

60

Unterrichtssprache

Deutsch

Studienort

Dresden

Abschluss

Master of Business Administration (MBA)

Akkreditierung

ZEVA - Zentrale Evaluations- und Akkreditierungsagentur Hannover  
(gültig bis Ende Studienjahr 2022/23)

## **Perspektiven des Masterprogramms Unternehmensführung**

The power of doing the right things right

Zu den im Studium vermittelten Grundlagen (The power of doing) der Unternehmensführung gehören z.B. Prinzipien des Marketings, Elemente der Buchführung, Wissensfelder der Wirtschaftsinformatik, die in Beziehung zur Unternehmensführung stehen sowie Managementtheorien und Aufbau- und Ablaufstrukturen im Unternehmen.

Sie erlernen die Methoden (Do the things right) zur Gewinnung und Analyse von Daten in der Marktforschung, zur Bewertung von Finanzinstrumenten, Investitionsprojekten und Unternehmen sowie das Verständnis über das Zusammenwirken von operativen und dispositiven Informationsprozessen. Projektmanagement und seine Erfolgsfaktoren werden ebenso thematisiert wie Methoden und Techniken der Prozessmodellierung.

Sie vollziehen nun Strategien (Do the right things) der Kundenorientierung, Methoden und Ansätze des operativen und des strategischen Controllings und erarbeiten Konzeptionen von Business-Intelligence-Systemen und Motivationen für E-Business, sind kompetent in der Umsetzung von Change Management und der Planung von Logistiksystemen und Supply Chain Management.

Weitere Lehrveranstaltungen des Curriculums sind Volkswirtschaftliche Rahmenbedingungen, Internationales Wirtschaftsrecht und Personalmanagement.

Das Studienprogramm richtet sich vorrangig an Absolventen nichtwirtschaftswissenschaftlicher Studiengänge, die auf Masterniveau ihre Management-Kompetenzen zur Unternehmensführung erweitern wollen. Wissenschaftlicher Leiter des Programms ist Herr Prof. Dr. rer. pol. habil. Eric Schoop, Professur für Wirtschaftsinformatik, insb. Informationsmanagement, Fakultät Wirtschaftswissenschaften an der Technischen Universität Dresden.

Im Dozententeam sind Lehrkräfte aus dem Hochschulbereich, u.a. der Technischen Universität Dresden und der HTW Dresden, sowie erfahrende Praktiker aus verschiedenen Fachbereichen vertreten. Kleine Studiengruppen garantieren eine sehr interaktive Lernatmosphäre und die Konzentration auf praxisorientierte Studieninhalte.

Dieses Studium wird den Erfolg der eigenen Unternehmensführung ganz wesentlich erhöhen und bietet zudem bei erfolgreichem Bestehen den staatlich anerkannten Abschluss Master of Business Administration (MBA). Während des Studiums bieten sich Räume für die Entwicklung von Optimierungsstrategien für das eigene berufliche Umfeld und viele Möglichkeiten Netzwerke zu erweitern, die über die Studienzeit hinaus weiter bestehen.

## **Zulassungsvoraussetzungen**

- erster Hochschul- oder Fachhochschulabschluss mit 240 ECTS-Punkten
- Bewerber mit weniger als 240 ECTS können fehlende ECTS über Zusatz- und Aufbaumodule erwerben. Wir beraten Sie gern.
- mindestens ein Jahr Berufserfahrung

## **Studiengebühren**

Die Studiengebühren für das Masterstudium betragen 3.750,- Euro pro Semester (insgesamt 15.000,- Euro inkl. Prüfungsgebühren). Die Studiengebühr ist i.d.R. semesterweise oder monatsweise per Lastschrift zu zahlen.

Für den Erwerb zusätzlicher Leistungspunkte werden gesonderte Studiengebühren erhoben.

Zur Finanzierung des Studiums stehen neben der Eigenfinanzierung und Förderung durch den Arbeitgeber (Kostenübernahme, Freistellung) eine Vielzahl von staatlichen und privaten Fördermöglichkeiten zur Verfügung. Welche Fördermöglichkeit in Frage kommt, ist eine Einzelfallentscheidung. Grundsätzlich stehen folgende Fördermöglichkeiten zur Verfügung:

- Bildungskredite
- Bildungsfonds
- steuerliche Absetzbarkeit
- Bildungsurlaub (gilt nicht für Sachsen, Bayern und Thüringen)
- Förderung über Programme der Bundesländer (z.B. aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds (ESF))

## Studienablauf und Studieninhalte

			Leistungspunkte
1. Semester	Modul 1	Basic Skills I	5 ECTS
	Modul 2	Basic Skills II	5 ECTS
	Modul 3	Business Environment	5 ECTS
2. Semester	Modul 4	Analytical Skills	5 ECTS
	Modul 5	Finance	5 ECTS
	Modul 6	Marketing	5 ECTS
3. Semester	Modul 7	Business Information	5 ECTS
	Modul 8	Management Skills I	5 ECTS
	Modul 9	Management Skills II	5 ECTS
4. Semester	Masterarbeit	Masterarbeit und Kolloquium	15 ECTS

Die Präsenzveranstaltungen finden i.d.R. 14-tägig (freitags 13:00 - 20:00 Uhr und samstags 09:00 - 20:00 Uhr) während der Semester 1, 2 und 3 statt. Zusätzlich gibt es zu Beginn eines jeden Semesters eine Präsenz-Blockwoche (Montag bis Samstag ganztägig). Im vierten Studiensemester wird die Masterarbeit erstellt.

Pro Modul findet eine Modulprüfung statt. Die Prüfungsleistungen werden in Form von Klausuren, mündlichen Prüfungen, Seminararbeiten (Gruppen- und/oder Einzelarbeit) und Präsentationen studienbegleitend erbracht. Mit den Modulprüfungen der Module 1-9 werden insgesamt 45 Leistungspunkte erworben.

Die Masterarbeit soll zeigen, dass der Kandidat in der Lage ist, ein Problem aus seinem Fach selbständig mittels wissenschaftlicher Methoden zu bearbeiten. Sie wird im letzten Studiensemester angefertigt. Mit der Masterarbeit werden 15 Leistungspunkte erworben. Im Kolloquium erläutert und verteidigt der Studierende die Ergebnisse seiner Masterarbeit.

Nach erfolgreichem Abschluss aller Prüfungsleistungen einschließlich der Verteidigung der Masterarbeit wird den Absolventen der akademische Grad „Master of Business Administration“ (MBA) verliehen.

## Vorlesungszeiten - Präsenzwochenende

	Freitag	Samstag
<b>1. DS</b>		09:00 - 10:30
<b>2. DS</b>		10:45 - 12:15
<b>3. DS</b>	13:00 - 14:30	13:00 - 14:30
<b>4. DS</b>	14:45 - 16:15	14:45 - 16:15
<b>5. DS</b>	16:45 - 18:15	16:45 - 18:15
<b>6. DS</b>	18:30 - 20:00	18:30 - 20:00

## Vorlesungszeiten - Präsenzwochen

	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag
<b>1. DS</b>	09:00 - 10:30	09:00 - 10:30	09:00 - 10:30	09:00 - 10:30
<b>2. DS</b>	10:45 - 12:15	10:45 - 12:15	10:45 - 12:15	10:45 - 12:15
<b>3. DS</b>	13:00 - 14:30	13:00 - 14:30	13:00 - 14:30	13:00 - 14:30
<b>4. DS</b>	14:45 - 16:15	14:45 - 16:15	14:45 - 16:15	14:45 - 16:15
<b>5. DS</b>	16:45 - 18:15	16:45 - 18:15	16:45 - 18:15	16:45 - 18:15
<b>6. DS</b>	18:30 - 20:00	18:30 - 20:00	18:30 - 20:00	18:30 - 20:00
	Freitag	Samstag		
<b>1. DS</b>	09:00 - 10:30	09:00 - 10:30		
<b>2. DS</b>	10:45 - 12:15	10:45 - 12:15		
<b>3. DS</b>	13:00 - 14:30	13:00 - 14:30		
<b>4. DS</b>	14:45 - 16:15	14:45 - 16:15		
<b>5. DS</b>	16:45 - 18:15	16:45 - 18:15		
<b>6. DS</b>	18:30 - 20:00	18:30 - 20:00		



Präsenzblöcke

KW							2021	
Oktober	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag	
40	04.10.21	05.10.21	06.10.21	07.10.21	08.10.21	09.10.21	10.10.21	
41	11.10.21	12.10.21	13.10.21	14.10.21	15.10.21	16.10.21	17.10.21	Herbstferien 18.10. - 31.10.2021
42	18.10.21	19.10.21	20.10.21	21.10.21	22.10.21	23.10.21	24.10.21	
43	25.10.21	26.10.21	27.10.21	28.10.21	29.10.21	30.10.21	31.10.21	Reformationstag
November	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag	
44	01.11.21	02.11.21	03.11.21	04.11.21	05.11.21	06.11.21	07.11.21	
45	08.11.21	09.11.21	10.11.21	11.11.21	12.11.21	13.11.21	14.11.21	
46	15.11.21	16.11.21	17.11.21	18.11.21	19.11.21	20.11.21	21.11.21	Buß- und Bettag
47	22.11.21	23.11.21	24.11.21	25.11.21	26.11.21	27.11.21	28.11.21	
Dezember	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag	
48	29.11.21	30.11.21	01.12.21	02.12.21	03.12.21	04.12.21	05.12.21	
49	06.12.21	07.12.21	08.12.21	09.12.21	10.12.21	11.12.21	12.12.21	
50	13.12.21	14.12.21	15.12.21	16.12.21	17.12.21	18.12.21	19.12.21	
51	20.12.21	21.12.21	22.12.21	23.12.21	24.12.21	25.12.21	26.12.21	1. und 2. Weihnachtstag, Weihnachtsferien
52	27.12.21	28.12.21	29.12.21	30.12.21	31.12.21	01.01.22	02.01.22	23.12. - 01.01., Neujahr

KW							2022	
Januar	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag	
52	27.12.21	28.12.21	29.12.21	30.12.21	31.12.21	01.01.22	02.01.22	Neujahr
1	03.01.22	04.01.22	05.01.22	06.01.22	07.01.22	08.01.22	09.01.22	
2	10.01.22	11.01.22	12.01.22	13.01.22	14.01.22	15.01.22	16.01.22	
3	17.01.22	18.01.22	19.01.22	20.01.22	21.01.22	22.01.22	23.01.22	
4	24.01.22	25.01.22	26.01.22	27.01.22	28.01.22	29.01.22	30.01.22	
Februar	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag	
5	31.01.22	01.02.22	02.02.22	03.02.22	04.02.22	05.02.22	06.02.22	
6	07.02.22	08.02.22	09.02.22	10.02.22	11.02.22	12.02.22	13.02.22	
7	14.02.22	15.02.22	16.02.22	17.02.22	18.02.22	19.02.22	20.02.22	Winterferien 12.02. - 26.02.2022
8	21.02.22	22.02.22	23.02.22	24.02.22	25.02.22	26.02.22	27.02.22	
9	28.02.22	01.03.22	02.03.22	03.03.22	04.03.22	05.03.22	06.03.22	
März	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag	
10	07.03.22	08.03.22	09.03.22	10.03.22	11.03.22	12.03.22	13.03.22	Ausweichtermin
11	14.03.22	15.03.22	16.03.22	17.03.22	18.03.22	19.03.22	20.03.22	
12	21.03.22	22.03.22	23.03.22	24.03.22	25.03.22	26.03.22	27.03.22	
13	28.03.22	29.03.22	30.03.22	31.03.22	01.04.22	02.04.22	03.04.22	
April	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag	
14	04.04.22	05.04.22	06.04.22	07.04.22	08.04.22	09.04.22	10.04.22	
15	11.04.22	12.04.22	13.04.22	14.04.22	15.04.22	16.04.22	17.04.22	Karfreitag; Ferien 15.04. - 23.04.
16	18.04.22	19.04.22	20.04.22	21.04.22	22.04.22	23.04.22	24.04.22	Ostermontag
17	25.04.22	26.04.22	27.04.22	28.04.22	29.04.22	30.04.22	01.05.22	Tag der Arbeit
Mai	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag	
18	02.05.22	03.05.22	04.05.22	05.05.22	06.05.22	07.05.22	08.05.22	
19	09.05.22	10.05.22	11.05.22	12.05.22	13.05.22	14.05.22	15.05.22	
20	16.05.22	17.05.22	18.05.22	19.05.22	20.05.22	21.05.22	22.05.22	
21	23.05.22	24.05.22	25.05.22	26.05.22	27.05.22	28.05.22	29.05.22	Christi Himmelfahrt
22	30.05.22	31.05.22	01.06.22	02.06.22	03.06.22	04.06.22	05.06.22	Pfingstsonntag
Juni	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag	
23	06.06.22	07.06.22	08.06.22	09.06.22	10.06.22	11.06.22	12.06.22	Pfingstmontag
24	13.06.22	14.06.22	15.06.22	16.06.22	17.06.22	18.06.22	19.06.22	
25	20.06.22	21.06.22	22.06.22	23.06.22	24.06.22	25.06.22	26.06.22	
26	27.06.22	28.06.22	29.06.22	30.06.22	01.07.22	02.07.22	03.07.22	
Juli	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag	
27	04.07.22	05.07.22	06.07.22	07.07.22	08.07.22	09.07.22	10.07.22	
28	11.07.22	12.07.22	13.07.22	14.07.22	15.07.22	16.07.22	17.07.22	Sommerferien 18.07. - 26.08.
29	18.07.22	19.07.22	20.07.22	21.07.22	22.07.22	23.07.22	24.07.22	
30	25.07.22	26.07.22	27.07.22	28.07.22	29.07.22	30.07.22	31.07.22	
August	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag	
31	01.08.22	02.08.22	03.08.22	04.08.22	05.08.22	06.08.22	07.08.22	
32	08.08.22	09.08.22	10.08.22	11.08.22	12.08.22	13.08.22	14.08.22	
33	15.08.22	16.08.22	17.08.22	18.08.22	19.08.22	20.08.22	21.08.22	
34	22.08.22	23.08.22	24.08.22	25.08.22	26.08.22	27.08.22	28.08.22	
35	29.08.22	30.08.22	31.08.22	01.09.22	02.09.22	03.09.22	04.09.22	
September	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag	
36	05.09.22	06.09.22	07.09.22	08.09.22	09.09.22	10.09.22	11.09.22	
37	12.09.22	13.09.22	14.09.22	15.09.22	16.09.22	17.09.22	18.09.22	
38	19.09.22	20.09.22	21.09.22	22.09.22	23.09.22	24.09.22	25.09.22	
39	26.09.22	27.09.22	28.09.22	29.09.22	30.09.22	01.10.22	02.10.22	Ausweichtermin
Oktober	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag	
40	03.10.22	04.10.22	05.10.22	06.10.22	07.10.22	08.10.22	09.10.22	Tag der Deutschen Einheit
41	10.10.22	11.10.22	12.10.22	13.10.22	14.10.22	15.10.22	16.10.22	Herbstferien 17.10. - 29.10.
42	17.10.22	18.10.22	19.10.22	20.10.22	21.10.22	22.10.22	23.10.22	
43	24.10.22	25.10.22	26.10.22	27.10.22	28.10.22	29.10.22	30.10.22	
44	31.10.22	01.11.22	02.11.22	03.11.22	04.11.22	05.11.22	06.11.22	Reformationstag
November	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag	
45	07.11.22	08.11.22	09.11.22	10.11.22	11.11.22	12.11.22	13.11.22	
46	14.11.22	15.11.22	16.11.22	17.11.22	18.11.22	19.11.22	20.11.22	Buß- und Bettag
47	21.11.22	22.11.22	23.11.22	24.11.22	25.11.22	26.11.22	27.11.22	
48	28.11.22	29.11.22	30.11.22	01.12.22	02.12.22	03.12.22	04.12.22	
Dezember	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag	
49	05.12.22	06.12.22	07.12.22	08.12.22	09.12.22	10.12.22	11.12.22	
50	12.12.22	13.12.22	14.12.22	15.12.22	16.12.22	17.12.22	18.12.22	
51	19.12.22	20.12.22	21.12.22	22.12.22	23.12.22	24.12.22	25.12.22	1. Weihnachtsfeiertag, Ferien 22.12. - 02.01.
52	26.12.22	27.12.22	28.12.22	29.12.22	30.12.22	31.12.22	01.01.23	2. Weihnachtsfeiertag / Neujahr

KW							2023	
<b>Januar</b>	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag	
	26.12.22	27.12.22	28.12.22	29.12.22	30.12.22	31.12.22	01.01.23	<i>Neujahr</i>
<b>1</b>	02.01.23	03.01.23	04.01.23	05.01.23	06.01.23	07.01.23	08.01.23	
<b>2</b>	09.01.23	10.01.23	11.01.23	12.01.23	13.01.23	14.01.23	15.01.23	
<b>3</b>	16.01.23	17.01.23	18.01.23	19.01.23	20.01.23	21.01.23	22.01.23	
<b>4</b>	23.01.23	24.01.23	25.01.23	26.01.23	27.01.23	28.01.23	29.01.23	
<b>5</b>	30.01.23	31.01.23	01.02.23	02.02.23	03.02.23	04.02.23	05.02.23	
<b>Februar</b>	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag	
<b>6</b>	06.02.23	07.02.23	08.02.23	09.02.23	10.02.23	11.02.23	12.02.23	<i>Winterferien 13.02. - 24.02.</i>
<b>7</b>	13.02.23	14.02.23	15.02.23	16.02.23	17.02.23	18.02.23	19.02.23	
<b>8</b>	20.02.23	21.02.23	22.02.23	23.02.23	24.02.23	25.02.23	26.02.23	
<b>9</b>	27.02.23	28.02.23	01.03.23	02.03.23	03.03.23	04.03.23	05.03.23	
<b>März</b>	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag	
<b>10</b>	06.03.23	07.03.23	08.03.23	09.03.23	10.03.23	11.03.23	12.03.23	
<b>11</b>	13.03.23	14.03.23	15.03.23	16.03.23	17.03.23	18.03.23	19.03.23	
<b>12</b>	20.03.23	21.03.23	22.03.23	23.03.23	24.03.23	25.03.23	26.03.23	
<b>13</b>	27.03.23	28.03.23	29.03.23	30.03.23	31.03.23	01.04.23	02.04.23	
<b>April</b>	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag	
<b>14</b>	03.04.23	04.04.23	05.04.23	06.04.23	07.04.23	08.04.23	09.04.23	<i>Karfreitag</i>
<b>15</b>	10.04.23	11.04.23	12.04.23	13.04.23	14.04.23	15.04.23	16.04.23	<i>Osternmontag; Ferien 07.04. - 15.04.</i>
<b>16</b>	17.04.23	18.04.23	19.04.23	20.04.23	21.04.23	22.04.23	23.04.23	
<b>17</b>	24.04.23	25.04.23	26.04.23	27.04.23	28.04.23	29.04.23	30.04.23	
<b>Mai</b>	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag	
<b>18</b>	01.05.23	02.05.23	03.05.23	04.05.23	05.05.23	06.05.23	07.05.23	<b>Ausweichtermin</b> <i>Tag der Arbeit</i>
<b>19</b>	08.05.23	09.05.23	10.05.23	11.05.23	12.05.23	13.05.23	14.05.23	
<b>20</b>	15.05.23	16.05.23	17.05.23	18.05.23	19.05.23	20.05.23	21.05.23	<i>Christi Himmelfahrt</i>
<b>21</b>	22.05.23	23.05.23	24.05.23	25.05.23	26.05.23	27.05.23	28.05.23	<i>Pfingstsonntag</i>
<b>Juni</b>	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag	
<b>22</b>	29.05.23	30.05.23	31.05.23	01.06.23	02.06.23	03.06.23	04.06.23	<i>Pfingstmontag</i>
<b>23</b>	05.06.23	06.06.23	07.06.23	08.06.23	09.06.23	10.06.23	11.06.23	
<b>24</b>	12.06.23	13.06.23	14.06.23	15.06.23	16.06.23	17.06.23	18.06.23	
<b>25</b>	19.06.23	20.06.23	21.06.23	22.06.23	23.06.23	24.06.23	25.06.23	
<b>Juli</b>	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag	
<b>26</b>	26.06.23	27.06.23	28.06.23	29.06.23	30.06.23	01.07.23	02.07.23	
<b>27</b>	03.07.23	04.07.23	05.07.23	06.07.23	07.07.23	08.07.23	09.07.23	
<b>28</b>	10.07.23	11.07.23	12.07.23	13.07.23	14.07.23	15.07.23	16.07.23	
<b>29</b>	17.07.23	18.07.23	19.07.23	20.07.23	21.07.23	22.07.23	23.07.23	
<b>30</b>	24.07.23	25.07.23	26.07.23	27.07.23	28.07.23	29.07.23	30.07.23	

Das vierte Semester nutzen die Studierenden für die Anfertigung der Masterarbeit.

## **Wissenschaftliche Leitung und Dozententeam**

Die wissenschaftliche Leitung des Masterstudiengangs obliegt Herrn Prof. Dr. rer. pol. habil. Eric Schoop. Das Dozententeam setzt sich aus Wissenschaftlern aus dem Hochschulbereich und erfahrenen Praktikern zusammen.

### **Dozenten (Auswahl):**

Prof. Dr. rer. pol. habil. Eric Schoop, Inhaber der Professur für Wirtschaftsinformatik, insb. Informationsmanagement, Technische Universität Dresden

Dr. Hans Sander, Business Solution Architekt, SAP Deutschland, Dresden

Dipl.-Sprechwiss. Annett Görlich, Sprechwissenschaftlerin in der klinischen Sprechwissenschaft

Prof. Dr. Prof. h. c. Uwe Götze, Inhaber der Professur für Betriebswirtschaftslehre, insb. Unternehmensführung und Controlling, Technische Universität Chemnitz

Prof. Dr. Steffen Greiffenberg, Dozent im Bereich Wirtschaftsinformatik an der Berufsakademie Sachsen, Geschäftsführer der semture GmbH, Business Process Management

Nikolaus Raben, Unternehmensberater, Geschäftsführer CorviCom

Dr. Jörg Heidig, Kommunikations- und Prozesspsychologe, Berater und Supervisor

Prof. Dr. Alexander Kemnitz, Inhaber der Professur für Volkswirtschaftslehre, insb. Wirtschaftspolitik und Wirtschaftsforschung, Technische Universität Dresden

Prof. Dr. Hans-Eric Rasmussen-Bonne, LL.M. Attorney-at-Law (New York), Rechtsanwalt

Prof. Dr. Rainer Lasch, Inhaber der Professur für Betriebswirtschaftslehre, insb. Logistik, TU Dresden

Dr. Henry Kreikenbom, Geschäftsführer der Firma aproxima Agentur für Markt- und Sozialforschung Wismar

Dr. rer. pol. Gabriele FaBauer, Lehrbeauftragte an der Fakultät Wirtschaftswissenschaften, Technische Universität Dresden

RAin StB Dr. Dorit Radmacher, Associate Partner Leipzig, Warth & Klein Grant Thornton AG

Prof. Dr. phil. et. rer. nat. habil. Rüdiger von der Weth, Inhaber der Professur für Betriebswirtschaftslehre / Personalwirtschaft und Arbeitswissenschaften, Hochschule für Technik und Wirtschaft Dresden

Prof. em. Dr. rer. oec. habil. Dr. h.c. Wolfgang Uhr, Professur für Wirtschaftsinformatik, insb. Informationssysteme in Industrie und Handel, TU Dresden

Prof. Dr. Cornelia Zanger, Professorin für Marketing und Handelsbetriebslehre an der TU Chemnitz

Prof. Dr. Joachim Käschel, Professor emeritus an der Fakultät Wirtschaftswissenschaften der TU Chemnitz

# Modulbeschreibungen

## Modul 1: Basic Skills I

### Qualifikationsziele:

Zum Einstieg in das Studium werden folgende Fragen diskutiert, um ein grundlegendes Verständnis für Unternehmensführung zu entwickeln: Was ist Management? Was sind die Funktionen von Management? Was sind die Aufgaben von Managern? Welche Managementkonzepte und -instrumente gibt es? Wie sieht ein erfolgreicher Business Plan für eine Existenzgründung aus?

Grundlegende Fertigkeiten des wissenschaftlichen Arbeitens werden weiterentwickelt.

Das Führen von Verhandlungen sowie das Präsentieren sind wesentliche Bestandteile im beruflichen Alltag von Managern. Das Anwenden von Körper und Sprache, nonverbaler Kommunikation und der sinnvolle Einsatz von Präsentationsmitteln werden geübt.

Der/die Studierende soll:

- einen Business Plan für ein zu gründendes Unternehmen erstellen unter Berücksichtigung von Produkt, Marktlage, Marketingstrategie, Personal, Finanzbedarf sowie Chancen und Risiken
- Fragestellungen der Unternehmensführung unter Berücksichtigung wissenschaftlicher Standards aufbereiten und analysieren
- verbale und nonverbale Kommunikation in freier Rede und in Gesprächssituationen zielgerichtet einsetzen
- Sicherheit in der Kommunikation mit Gesprächspartnern und bei Präsentationen erlangen, zielgruppengerechte Präsentation halten

### Lehrinhalte:

- Unternehmerisches Denken
- Wissenschaftliches Arbeiten
- Rhetorik
- Präsentationstechniken

**Prüfung:** schriftliche Prüfungsleistung in Form einer Seminararbeit (ca. 25 Seiten) und mündliche Präsentation (10-15 Minuten)

## **Modul 2: Basic Skills II**

### **Qualifikationsziele:**

Ziel dieses Modules ist es, Faktoren zur Förderung einer lernenden und wachsenden Organisation zu identifizieren und einzusetzen.

Die Vorstellung und Diskussion wichtiger und aktueller Managementkonzepte werden die Relevanz von Managementtheorien für die strategische Organisation und für die operative Ebene explizit verdeutlichen.

Wichtige Personalmanagementfelder sind Gegenstand einer systematischen Betrachtung. Die Auswahl zielorientierter Maßnahmen sowie Ressourcenplanung im Personalbereich sind Bestandteil dieser Betrachtung hinsichtlich Erreichung der Unternehmensziele.

Die Prozessperspektive analysiert die erfolgskritischen Faktoren der Prozesswertkette eines Unternehmens mit dem Ziel, die Abläufe qualitativ, effizient und flexibel zu gestalten.

In der Unternehmenspraxis kommt der Projektarbeit eine wesentliche Bedeutung zu. Für das Management von Projekten werden relevante Führungsaufgaben und Organisationsformen identifiziert und Werkzeuge vermittelt.

Die Bedeutung von Qualitätsmanagement als Managementaufgabe wird diskutiert.

Der Studierende soll:

- Managementtheorien kennen und wichtige Managementkonzepte anwenden
- Verfahren der Personalgewinnung, -beurteilung, -erhaltung und -entwicklung anwenden
- Personal entsprechend der unternehmerischen Erfordernisse einsetzen und planen
- Organisationsstrukturen analysieren sowie die Leistungsfähigkeit eines Unternehmens anhand von Geschäftsmodellprozessen beurteilen
- geeignete Methoden und Techniken der Prozessmodellierung situationsgerecht auswählen/einsetzen
- Projekte planen, durchführen und evaluieren unter Berücksichtigung von Projektcontrolling und Risikomanagement
- ausgehend vom Begriff der Qualität, die geschichtliche Entwicklung, Ansätze und Modelle des Qualitätsmanagements kennen
- im Hinblick auf die Anforderungen im Unternehmen angemessene Methoden zur Qualitätssicherung auswählen und in der Umsetzung begleiten

### **Lehrinhalte:**

- Managementtheorien
- Human Resources
- Business Process Modelling
- Projekt- und Qualitätsmanagement

**Prüfung:** Mündliche Prüfung (20-30 Minuten)

## **Modul 3: Business Environment**

### **Qualifikationsziele:**

Diese Modul widmet sich der Einführung von Grundbegriffen und Prinzipien ökonomischen Handelns sowie den rechtlichen Rahmenbedingungen unternehmerischer Abläufe.

Ausgehend von dem Konzept der entscheidungsorientierten Betriebswirtschaftslehre bildet die betriebliche Modellbildung mit ihren Dimensionen des betrieblichen Koordinationsbedarfs einen ersten Schwerpunkt. Die Rahmenbedingungen des unternehmerischen Handelns werden auf der Basis von Präferenzen und Restriktionen der Wirtschaftssubjekte aufgezeigt.

Des Weiteren werden die wirtschaftspolitischen Implikationen des staatswirtschaftlichen Umfelds analysiert und Gründe für Markt- bzw. Staatsversagen angeführt.

Die praxisorientierte Einführung wirtschaftlich relevanter Rechtsgebiete fördert das Verständnis für unternehmerische Abläufe. Dabei wird insbesondere den Bedürfnissen, die sich aus der Internationalisierung des Wirtschaftsverkehrs ergeben, Rechnung getragen.

Der Studierende soll:

- Grundlagen des Managerial Economics kennen
- Prinzipien ökonomischen Handelns und wirtschaftliche Rahmenbedingungen zur Anwendung derer auf Managemententscheidungen verstehen
- Unterschiede zwischen internationalen und inländischen Handelsgeschäften kennen
- Risiken beim Eintritt in einen ausländischen Markt kennen und abschätzen
- Risiken bei internationalen Handelsgeschäften minimieren
- Grundkenntnisse von Grammatik und Wortschatz der englische Sprache wiederholen und vertiefen
- typische Begrifflichkeiten der englischen Wirtschaftssprache verstehen
- wichtige Bereiche der Geschäftskommunikation beherrschen (Geschäftsbriefe schreiben, Verträge erstellen, Verhandlungen führen)
- Einblick in Handels- und Betriebswirtschaftslehre von United Kingdom und USA erhalten

### **Lehrinhalte:**

- Volkswirtschaftliche Rahmenbedingungen
- Internationales Wirtschaftsrecht
- Wirtschaftsenglisch

**Prüfung:** Klausur (120 Minuten)

## **Modul 4: Analytical Skills**

### **Qualifikationsziele:**

Ziel dieses Moduls ist es, die Kompetenz der MBA-Teilnehmer im analytischen Bereich weiterzuentwickeln, um diese für die Planung im Unternehmen zu nutzen. Dafür werden statistisches Grundwissen vertieft, verschiedene Methoden der operativen Maßnahmenplanung gegenübergestellt und relevante Entscheidungsverfahren für unternehmerisches Handeln vermittelt.

Der Studierende soll:

- für Wirtschaftswissenschaftler relevante Methoden der deskriptiven und induktiven Statistik kennen und anwenden
- multivariate Verfahren kennen und anwenden
- statistische Ergebnisse und Darstellungen interpretieren
- lineare Optimierungsverfahren für operative Maßnahmenplanung anwenden
- mit Hilfe der Graphentheorie sowie evolutionären Algorithmen Lösungen von Problemen aus der Logistik, Projektplanung sowie Aufbau- und Ablauforganisation entwickeln
- das Grundmodell der betriebswirtschaftlichen Entscheidungslehre kennen
- unternehmerische Entscheidungen auf Grundlage von Entscheidungsmodellen treffen
- technische Möglichkeiten für Präsentationszwecke anwenden

### **Lehrinhalte:**

- Statistik
- Operational Research
- Entscheidungstheorie

**Prüfung:** schriftliche Prüfungsleistung in Form einer Seminararbeit (ca. 25 Seiten) mit vertonter Präsentation



## **Modul 5: Finance**

### **Qualifikationsziele:**

Die finanzwirtschaftliche Perspektive reflektiert in konzentrierter Form die finanziellen Konsequenzen unternehmerischer Entscheidungen, da Erfolg und Wert eines marktwirtschaftlichen Unternehmens immer an seinen finanzwirtschaftlichen Zielen und deren Erfüllung (insbesondere für Shareholder) gemessen wird. Steuerliche Konsequenzen unternehmerischen Handelns werden in diesem Zusammenhang diskutiert.

Das Rechnungswesen als Teilgebiet der Betriebswirtschaft dient der systematischen Erfassung, Überwachung und informatorischen Verdichtung der durch den betrieblichen Leistungsprozess entstehenden Geld- und Leistungsströme. Da die Mehrzahl der Unternehmen der Verpflichtung unterliegt, mindestens im Rahmen des Jahresabschlusses eine Bilanz und eine Gewinn- und Verlustrechnung aufzustellen, beschäftigt sich der erste Teil des Moduls sowohl mit den nach deutschen als auch nach internationalen Standards aufzustellenden Instrumenten des Einzel- und Konzernabschlusses. Dabei liegt der Focus auf dem externen Rechnungswesen, dass ein unverzichtbares Dokumentations-, Informations- und Kontrollsystem für alle Adressaten – Kapitalgeber, Finanzbehörde, Öffentlichkeit, Mitarbeiter – eines Unternehmens darstellt.

Der Studierende soll:

- die Bedeutung finanzieller Konsequenzen unternehmerischer Entscheidungen erkennen
- Grundbegriffe des Rechnungswesen erklären und Elemente der Buchführung und Bilanzierung kennen
- Aufgabe und Funktionen des Jahresabschluss verdeutlichen
- Grundprinzipien der Erstellung eines Konzernabschlusses erläutern
- Standards der nationalen und internationalen Rechnungslegung gegenüberstellen
- Einfluss bilanzpolitischer Maßnahmen auf das Jahresergebnis abschätzen
- Finanzierungskosten und -struktur eines Unternehmens beurteilen
- Finanzinstrumente, Investitionsprojekte sowie Unternehmen bewerten
- Maßnahmen des Risikomanagements ableiten
- steuerrechtliche Bedingungen identifizieren

### **Lehrinhalte:**

- Externes Rechnungswesen
- Finanzierung
- Investition
- Steuern

**Prüfung:** schriftliche Prüfungsleistung in Form einer Seminararbeit (ca. 25 Seiten)

## **Modul 6: Marketing**

### **Qualifikationsziele:**

Dieses Modul befähigt die Teilnehmer, zu erkennen, dass die gesamte Ausrichtung des Prozesses der Leistungserstellung auf die Kunden eine zunehmende Bedeutung erlangt, und zugleich auch zu realisieren, dass steigender Wettbewerbsdruck und der Ausbau der Kommunikationswege eine Konzentration auf den Absatzmarkt erfordern.

In der Marktperspektive steht deshalb die Fragestellung im Vordergrund, wie sich ein Unternehmen ganzheitlich auf die Belange seiner Kunden ausrichten soll.

Durch den Einsatz leistungsfähiger Statistik-Software können heutzutage viele Marktforschungsanalysen bis zu einem gewissen Grad vom Unternehmen selbständig durchgeführt werden. Das entsprechende Know-how dazu wird vermittelt.

Hinsichtlich des Customer Relationship Management sollen die Teilnehmer die Bedeutung einer konsequenten Kundenorientierung erkennen.

In einem Exkurs werden die Besonderheiten des Dienstleistungsmanagements aufgezeigt, die sich aus der Mitwirkung des Kunden bei der Leistungserstellung ergeben.

Der Studierende soll:

- Grundbegriffe und Konzepte des Marketing kennen um Marketing als marktorientierte Unternehmensführung einzuordnen
- einen Marketingplan erstellen und umsetzen
- Strategien für internationales Marketing unter Beachtung von kulturellen Unterschieden entwickeln
- einen Überblick über strategische und operative Marktforschung als Instrumente der Unternehmensführung gewinnen
- unter Berücksichtigung der Qualitätsstandards, des Datenschutzes und des Marktforschungsprozesses Forschungsfragen sowie einen Fragebogen konzeptionieren
- zu Customer Relationship Management zentrale Zielgrößen definieren, die wissenschaftliche Einordnung veranschaulichen
- aus Marketingsicht CRM für ein Unternehmen gestalten und implementieren
- Besonderheiten im Dienstleistungsmanagement bei der Gestaltung, Steuerung und Entwicklung von Dienstleistungen einbeziehen
- kundenorientiert präsentieren

### **Lehrinhalte:**

- Grundlagen des Marketings
- Marketingmanagement
- Marktforschung
- Customer Relationship Management
- Dienstleistungsmanagement

**Prüfung:** schriftliche Prüfungsleistung in Form einer Seminararbeit (ca. 25 Seiten) und mündliche Präsentation

## **Modul 7: Business Information**

### **Qualifikationsziele:**

Der ressourcenorientierte Ansatz der Betriebswirtschaftslehre betrachtet die Unternehmung als ein Portfolio unternehmungsspezifischer Kompetenzen, Ressourcen und Potenziale. Unternehmen sind demnach ständig gefordert, marktfähige Ressourcen zu bilden, sich permanent weiterzuentwickeln und gegenüber den Wettbewerbern zu behaupten.

So führt das Informationsmanagement in die Informationsverarbeitung als Entscheidungsfeld des Managements ein. Dazu wird den Studierenden ein Managementbezugsrahmen an die Hand gegeben, der es erlaubt, wesentliche Aufgaben und Ausbildungsinhalte der Wirtschaftsinformatik einzuordnen und in Beziehung zu Fragestellungen der Unternehmensführung zu bringen.

Andererseits sollen die Teilnehmer erkennen, dass dem effizienten Einsatz der Ressource Information in einem dynamischen Wettbewerbsumfeld eine existenzielle Bedeutung zukommt und deshalb die aus den klassischen Transaktionssystemen zur Verfügung gestellten Daten weiter genutzt werden sollten: Eine Möglichkeit hierzu ist der Einsatz der Enterprise oder Business Intelligence.

Darüber hinaus sollen die Studierenden erfahren, welche Möglichkeiten die IT-Unterstützung für moderne Geschäftsmodelle bietet.

Der Studierende soll:

- Verständnis für die Notwendigkeit des Managements von Informationen als Führungsaufgabe entwickeln
- Verständnis über das Zusammenwirken von operativen und dispositiven Informationsprozessen entwickeln, den betriebswirtschaftlichen Kontext von Informationen erkennen und dies bei der Konzeption von Business-Intelligence-Systemen berücksichtigen
- erforderliche Methoden und Technologien des Enterprise Intelligence anwenden, um sich damit neuen fachlichen Herausforderungen zu stellen
- Zusammenhänge zwischen strategischen Rahmenbedingungen, E-Business und den Managementbereichen herstellen
- einen Überblick zu den wesentlichen Motivationen für den Einsatz von E-Business und deren Relevanz für die Gestaltung von modernen Geschäftsmodellen erhalten

### **Lehrinhalte:**

- Information Management
- Enterprise Intelligence
- E-Business

**Prüfung:** Mündliche Prüfung (20-30 Minuten)

## **Modul 8: Management Skills I**

### **Qualifikationsziele:**

Ansätze und Methoden des operativen und strategischen Controllings werden vermittelt.

Die Prozessperspektive wird in diesem Modul nochmals aufgegriffen, um die organisatorische Gestaltung, Steuerung und Entwicklung von Unternehmen zu ermöglichen. Dabei werden die Kernbereiche des Industriellen Managements vertieft.

Logistikmanagement als zentrales Element der Unternehmensführung fokussiert auf Planung, Steuerung und Integration sämtlicher Waren- und Informationsflüsse sowohl innerhalb eines Unternehmens als auch zwischen Unternehmen. Auch die adäquate Diskussion moderner Managementansätze im Bereich der Logistik ist Gegenstand dieses Moduls, um dann ausgehend von den Planungsgrundsätzen und -methoden die Planung von Logistik Systemen und Supply Chain Management zu behandeln.

Der Studierende soll:

- Konzeptionen, Funktionen und Instrumente des Controlling kennen
- Operatives und strategisches Controlling als Instrument der Unternehmensführung begreifen
- Kosten- und Erlösrechnung sowie Kennzahlen und Kennzahlensysteme als Instrumente des operativen Controllings kennen und „Zahlen“ für die Entwicklung des Unternehmens analysieren und bewerten
- Begriffe und Bezugsgrößen der Kapazitätsplanung kennen
- Break-Even-Analyse durchführen
- Strategische Kapazitätsplanung anhand des Entscheidungsbaumverfahren bestimmen
- Aggregierte Kapazitätsabstimmung für die Produktionsplanung realisieren
- hinsichtlich des Bestandsmanagement Materialklassifikationen kennen, Grundmodell der optimalen Bestellmenge anwenden, Sicherheitsbestände sowie unternehmens-übergreifende Losgrößen planen
- Grundlagen der Beschaffungslogistik sowie Verfahren der Materialbedarfsrechnung kennen, verschiedene Lagerhaltungsmodelle unterscheiden
- Methoden zur Rationalisierung logistischer Prozesse sowie das Supply Chain Reference Modell anwenden

### **Lehrinhalte:**

- Business Controlling
- Industrielles Management
- Logistik Management
- Supply Chain Management

**Prüfung:** schriftliche Prüfungsleistung in Form einer Seminararbeit (ca. 25 Seiten)

## **Modul 9: Management Skills II**

### **Qualifikationsziele:**

Dieses Modul dient der Vermittlung von perspektivenübergreifenden Managementkompetenzen.

Die strategische Unternehmensführung ist in einem dynamischen Wettbewerbsumfeld von herausragender Bedeutung. Innerhalb des Corporate Governance als einem Teilbereich des strategischen Managements werden zentrale Leitlinien und Rahmenbedingungen für das unternehmerische Handeln definiert.

Ein sich veränderndes Arbeitsumfeld mit Unsicherheiten auch im Mittleren Management von Großunternehmen befördert, dass Gründungsgedanken an Bedeutung gewinnen. Eng verbunden mit dem Entrepreneurial Management ist die Frage des Managements von Innovationen. Der Stellenwert und die Organisation von Innovationen im Unternehmen und die Einflüsse menschlicher Faktoren werden dabei ebenso berücksichtigt wie die prozesshaften Abläufe für Innovation bzgl. Auswahl, Struktur und Kennzahlen. Mit Hilfe des Portfoliomanagements können strategisch relevante Geschäftseinheiten auf Basis zukünftiger Gewinnchancen und der gegenwärtigen Wettbewerbsposition bewertet werden, um sicherzustellen, dass die strategischen Aktivitäten und die Ressourcen des Unternehmens im Einklang bleiben.

In einem dynamischen Wettbewerbsumfeld ermöglicht Change Management den Unternehmen neuen Herausforderungen durch eine fortwährende Anpassung zu begegnen, die oftmals mit einer Neuorientierung und Umstrukturierung auf strategischer und operativer Ebene verbunden ist. Verschiedene Konfliktkonstellationen im Wirtschaftskontext werden zusätzlich thematisiert.

Der Studierende soll:

- Konzepte und Methoden des strategischen Managements kennen
- für Unternehmen strategische Ziele setzen und analysieren
- die Unternehmensstrategie auswählen, implementieren und kontrollieren und diese mit der Unternehmenskultur verknüpfen
- Hintergründe, Einflüsse & Wechselbeziehungen zu Unternehmenskultur kennen
- Unternehmenskultur aufbauend auf Geschäftsregeln und Unternehmensleitbild entwickeln
- analytisches und konzeptionelles Verständnis von individuellen und institutionellen Gründungssituationen bekommen
- verschiedene Zielsetzungen, Strategien und Vorgehensweisen der Unternehmensgründung in Betracht ziehen
- selbständig Planung für ein zu gründendes Unternehmen aufsetzen
- wichtige Ansätze des Innovationsmanagement hinsichtlich ihrer Nützlichkeit beurteilen und anwenden
- Portfoliomanagement als Geschäftsprozess begreifen und anhand der relevanten Prozessschritte umsetzen
- Strategien, Strukturen und unterstützende Systeme des Change Managements kennen, um erfolgreich Wandlungsprozesse in Unternehmen zu planen und sich daraus resultierende Konfliktsituationen deeskalisieren

**Lehrinhalte:**

- Corporate Governance
- Entrepreneurial Management
- Innovationsmanagement
- Portfoliomanagement
- Change und Konfliktmanagement

**Prüfung:** schriftliche Prüfungsleistung in Form einer Seminararbeit (ca. 25 Seiten)

## **Bewerbung und Information**

Für Ihre Bewerbung zur Aufnahme in den Studiengang reichen Sie bitte folgende Dokumente ein:

- Motivationsschreiben
- Tabellarischer Lebenslauf
- Zeugniskopien

Ihre Unterlagen senden Sie bitte per E-Mail an [uf@di-uni.de](mailto:uf@di-uni.de)

oder per Post an:

DIU Dresden International University  
Studiengangmanagement UF  
Freiberger Str. 37  
01067 Dresden

**Ich bin gern Ihre Ansprechpartnerin.**

Katharina Barth  
Telefon: +49 351 40 470 152  
E-Mail: [uf@di-uni.de](mailto:uf@di-uni.de)

Stand der Informationen: 27.05.2021 (*Änderungen vorbehalten*)