

## Hagener Masterstudium Management

### Wählbare Fachvertiefungen ab Januar 2020:

#### Personalmanagement – neu

##### I. Personalmanagement I

- Ebenen, Organe und Rechte der (betrieblichen) Mitbestimmung
- Personal(bedarfs- und bestands)planung
- Personalbeschaffung und Personalmarketing
- Personalfreisetzung
- Auswahl und Einführung von Mitarbeitern
- Personalentwicklung

##### II. Personalmanagement II

- Personalbeurteilung
- Gestaltung eines Anreizsystems
- Mitbestimmungsmanagement
- Personalcontrolling
- Personalorganisation

##### III. Personalmanagement und New Work

- New Work als Kontrapunkt zur Hierarchie
- Employee Experience als Leitlinie des Personalmanagements
- Work-Life-Blending als flexible Arbeitsform
- Antworten auf alternative Karriereorientierungen
- Sabbaticals als Goldstandard einer Flexibilisierung der Arbeitszeit
- Kommunikation als herausgehobene Aufgabe am Beispiel von Coaching, (Reverse) Mentoring, Führungsgespräch, Feedbackgespräch und Jüngstenräten (Youth Councils)
- Kommunikation mit sich selbst (Achtsamkeit)

##### IV. Fachspezifische Übung

- Schriftliche Ausarbeitung zu einer wissenschaftlichen Problemstellung mit anschließender Präsentation

#### Digitale Transformation – neu

##### I. Konzepte, Technologien und Implikationen der digitalen Transformation

- Die vier industriellen Revolutionen
- Informations- und Kommunikationstechnologien der vierten industriellen Revolution
- Industrie 4.0 und intelligente Dienste
- IT-Sicherheit im Rahmen der digitalen Transformation

##### II. Digital Marketing

- Einführung in digitale Geschäftsmodelle
- Electronic Marketing
- Electronic Commerce
- Online-Marketing

##### III. Digitalisierung und Führung – Verbindungslinien, Spannungsfelder und Zukünfte in Organisationen

- Digitalisierung und Organisation
- Digitale Führung
- Führung durch Roboter

##### IV. Fachspezifische Übung

- Schriftliche Ausarbeitung zu einer wissenschaftlichen Problemstellung mit anschließender Präsentation

#### Psychologie der Gruppe – neu

##### I. Grundlagen der Gruppenpsychologie

- Grundbegriffe
- Grundlegende theoretische Perspektiven der Gruppenforschung
- Gruppensozialisation
- Soziale Einflussprozesse in Gruppen

##### II. Kooperation in Gruppen

- Wissensaustausch in Gruppen
- Entscheidungsprozesse in Gruppen
- Determinanten der Gruppenleistung
- Diversität in Gruppen
- Interventionsmaßnahmen

##### III. Konflikte innerhalb und zwischen Gruppen

- Interpersonale Konflikte
- Intergruppale Konflikte
- Interventionsansätze zur Konfliktprävention, -reduktion und Versöhnung

##### IV. Fachspezifische Übung

- Schriftliche Ausarbeitung zu einer wissenschaftlichen Problemstellung mit anschließender Präsentation

## Leadership im Fokus: ethisch, vielfältig, aktuell

### I. Führung und Ethik

- Ethisches Propädeutikum
- Spannungsfeld Unternehmensführung und Ethik
  - Leadership zwischen Erfolg und Ethik
  - Leadership zwischen Shareholder und Stakeholder
- Leadership und Ethik
  - Unternehmensethik
  - Führungsethik

### II. Führung und Frauen

- Frauen in der Gesellschaft
- Zahlen und Fakten zu Führungspositionen
- Das Wirken von Geschlechterstereotypen

- Einblicke in Führungswirklichkeit von Frauen
- Diversitätsfalle und Handlungsempfehlungen

### III. Führung und neue Arbeitswelt

- Führung heute
- Gesundheitsorientierte Führung
- Führung in digitalisierten Arbeitsprozessen
- Organisationsformen und Führung
- Führung und Kooperation
- Transdisziplinäre Folgen

### IV. Fachspezifische Übung

- Schriftliche Ausarbeitung zu einer wissenschaftlichen Problemstellung mit anschließender Präsentation

## Marketing und Marktorientierte Unternehmensführung

### I. Marktorientierte Unternehmensführung

- Aufgaben der marktorientierten Unternehmensführung
- Entscheidungsprobleme im Rahmen der marktorientierten Unternehmensführung
- Implikationen für die Bearbeitung potenzieller Märkte und Geschäftsbereiche

### II. Preismanagement

- Begriffe und Grundlagen des Preismanagements
- Aufgaben des Preismanagements für die Unternehmensplanung

- Entscheidungstatbestände und ausgewählte Determinanten des Preismanagements

### III. Electronic Commerce und Online-Marketing

- Begriffe und Grundlagen des Electronic Commerce und des Online-Marketing
- Geschäftsmodelle im Electronic Commerce
- Instrumente im Online-Marketing

### IV. Fachspezifische Übung

- Schriftliche Ausarbeitung zu einer wissenschaftlichen Problemstellung mit anschließender Präsentation

## Modulbestandteile und Workload

Alle Fachvertiefungen sind nach derselben erfolgreichen didaktischen Struktur konzipiert und umfassen dieselbe Workload:

Fachvertiefungsmodul	Modulbestandteile	Workload
Modul I	Studientext, Einsendearbeit, Klausur	6 CP
Modul II	Studientext, Einsendearbeit, Klausur	6 CP
Modul III	Studientext, Einsendearbeit, Klausur	6 CP
Fachspezifische Übung	Fachspezifische Ausarbeitung mit Präsentation	6 CP

### Zielgruppe:

**Studierende** im „Hagener Masterstudium Management“ (60 CP, 90 CP, 120 CP)

**Alumni** aus vergangenen Studiendurchgängen des „Hagener Management Studiums“

**Interessierte** an einem solitären Fachstudium,

auch ohne Belegung sonstiger Studienprogramme des „Hagener Management Studiums“

**Zertifikat** (für alle nicht im Masterstudium eingeschriebenen Personen): „Certified Management Expert (Fach) – Professional Level“