

## Hagener Fachstudium Management

Nachfolgend werden die Studienmöglichkeiten zu den angebotenen Studienvarianten zum „Hagener Fachstudium Management“ hinsichtlich der semesterbezogenen inhaltlichen Belegbarkeit der einzelnen Module bzw. Modulelemente (ME) näher erläutert.

## Hagener Fachstudium Management I (je 9 CP)

### Ziele

Mit dem Fachstudium I erwerben Sie gezielt und systematisch spezielle Fachkompetenzen zu ausgewählten Managementbereichen in kompakter Form. Ausgehend von den jeweiligen fachbezogenen Grundlagen erfolgt eine Vertiefung. Sie sollen dadurch befähigt werden, bestimmte fachbezogene Inhalte in einen größeren, teils auch internationalen Kontext einzuordnen und kritisch zu reflektieren.

### Zielgruppe

Das Fachstudium I richtet sich an all diejenigen, die ausgewählte managementbezogene Themen im Rahmen einer universitären Weiterbildung kennenlernen und/oder erweitern möchten, um sich hierdurch auf einen aktuellen praxisorientierten Stand zu bringen – natürlich wie immer bei uns im Rahmen eines flexiblen, berufsbegleitenden Fernstudiums.

### Studienbeginn

Ihre Bewerbung und Anmeldung für das Fachstudium I können Sie uns jederzeit zusenden oder auf der Startseite hochladen. Nach erfolgter Zulassung können Sie sofort mit Ihrem Selbststudium starten. Die zu erbringenden Studien- und Prüfungsleistungen des Fachstudiums I können sowohl im Sommersemester (Start im April) als auch im Wintersemester (Start im Oktober) erbracht werden.

Die Studierenden werden an der FernUniversität in Hagen als Weiterbildungsstudierende zugelassen.

### Studiendauer

Es handelt sich um ein sechsmonatiges (einsemestriges) Studienprogramm.

### Studienleistungen

Je gewähltem Studienmodul sind von Ihnen

- mindestens zwei der drei schriftlichen Einsendearbeiten erfolgreich zu bearbeiten,
- mindestens zwei der drei Seminare zu besuchen und
- zwei schriftliche Modulklausuren (à 30 Minuten) erfolgreich zu absolvieren.

### Seminar-/Klausurorte

Die Seminare finden zentral am Sitz der FernUniversität in Hagen statt. Alternativ zum Besuch der Seminare besteht die Möglichkeit, schriftliche Seminarersatzleistungen zu erbringen.

Die Modulklausuren werden bedarfsorientiert an verschiedenen Orten im Bundesgebiet und im Ausland angeboten.

### Abschluss

Nach erfolgreichem Abschluss erhalten Sie ein Institutszertifikat „Certified Management Expert (Benennung des Studienmoduls) – Basic Level“.

### Anrechenbarkeit

Alle im „Hagener Fachstudium Management“ I erbrachten Leistungen sowie das Studienentgelt können Sie auf andere Studienprogramme des „Hagener Management Studiums“ anrechnen lassen.

### Belegung

Sie wählen die Inhalte eines oder mehrerer der derzeit angebotenen acht Studienmodule. Jedes Studienmodul besteht aus drei Modulelementen X.1, X.2, X.3:

**Studienmodul 1: Unternehmensführung und Controlling (9 CP) (Univ.-Prof. Dr. Scherm)**

- 1.1 Grundlagen des (strategischen) Managements
- 1.2 Strategisches Management
- 1.3 Internationales Management

*und/oder*

**Studienmodul 2: Organisation und Führung (9 CP) (Univ.-Prof. Dr. Weibler)**

- 2.1 Organisation und Führung
- 2.2 Vernetzung von Organisations- und Führungsbeziehungen
- 2.3 Organizational Behaviour

*und/oder*

**Studienmodul 3: Steuern und Bilanzen (9 CP) (Univ.-Prof. Dr. Meyering)**

- 3.1 Rechtsformen und Steuern
- 3.2 Rechnungslegung und Steuern
- 3.3 Unternehmensführung und Steuern

*und/oder*

**Studienmodul 4: Marketing und Marktorientierte Unternehmensführung (9 CP) (Univ.-Prof. Dr. Olbrich)**

- 4.1 Marketing
- 4.2 Strategische Marketingplanung
- 4.3 Internationales Marketing

*und/oder*

**Studienmodul 5: Geschäftsprozessmanagement und Informationssysteme (9 CP) (Univ.-Prof. Dr. Smolnik)**

- 5.1 Betriebliche Anwendungssysteme
- 5.2 Wissensmanagementsysteme
- 5.3 Systeme des Content- und Kollaborationsmanagements

*und/oder*

**Studienmodul 6: Projekt-Management und quantitative Methoden (9 CP) (Prof. Dr. Reucher)**

- 6.1 Einführung in das Projektmanagement
- 6.2 Instrumente des Projektmanagements
- 6.3 Modellgestützte Entscheidungsfindung

*und/oder*

**Studienmodul 7: Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen (9 CP) (Univ.-Prof. Dr. Wagner)**

- 7.1 Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen der Unternehmensführung – Nationale Wirtschaftspolitik
- 7.2 Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen der Unternehmensführung – Internationale Verflechtung
- 7.3 Makromanagement (Internationales Krisenmanagement)

*und/oder*

**Studienbereich 8: Investitions-, Innovations- und Beteiligungscontrolling (9 CP) (Univ.-Prof. Dr. Littke-mann)**

- 8.1 Investitionscontrolling
- 8.2 Innovationscontrolling
- 8.3 Beteiligungscontrolling

## Hagener Fachstudium Management II (je 33 CP)

### Ziele

In allen Arbeitsbereichen, so auch in den zentralen Managementbereichen, müssen von den Führungskräften zunehmend mehr spezialisierte Expert\*innenaufgaben verantwortungsbewusst wahrgenommen werden. Um diesen Erfordernissen gerecht zu werden, bieten wir Ihnen das Fachstudium II an.

### Zielgruppe

Das Fachstudium II richtet sich an all diejenigen, die ausgewählte managementbezogene Themen im Rahmen einer universitären Weiterbildung kennenlernen und/oder fachlich vertiefen möchten, um sich hierdurch auf einen aktuellen praxisorientierten Stand zu bringen – natürlich wie immer bei uns im Rahmen eines flexiblen, berufsbegleitenden Fernstudiums.

### Studienbeginn

Ihre Bewerbung und Anmeldung für das Fachstudium II können Sie uns jederzeit zusenden oder auf der Startseite hochladen. Nach erfolgter Zulassung können Sie sofort mit Ihrem Selbststudium starten. Die zu erbringenden Studien- und Prüfungsleistungen des Fachstudiums II können sowohl im Sommersemester (Start im April) als auch im Wintersemester (Start im Oktober) erbracht werden.

Die Studierenden werden an der FernUniversität in Hagen als Weiterbildungsstudierende zugelassen.

### Studiendauer

Es handelt sich um ein zwölfmonatiges (zweimestriges) Studienprogramm.

### Studienleistungen

Je gewähltem Studienmodul sind von Ihnen

- mindestens fünf der sechs schriftlichen Einsendearbeiten erfolgreich zu bearbeiten,
- mindestens zwei der drei Seminare zu besuchen
- fünf schriftliche Modulklausuren (zwei à 30 Minuten und drei à 60 Minuten) erfolgreich zu absolvieren
- eine fachspezifische Ausarbeitung (Hausarbeit) im Umfang von 10-15 DIN A4-Seiten erfolgreich anzufertigen und anschließend mündlich zu präsentieren.

### Seminar-/Klausurorte

Die Seminare finden zentral am Sitz der FernUniversität in Hagen statt. Alternativ zum Besuch der Seminare besteht die Möglichkeit, schriftliche Seminarersatzleistungen zu erbringen.

Die Modulklausuren werden bedarfsorientiert an verschiedenen Orten im Bundesgebiet und im Ausland angeboten.

### Abschluss

Nach erfolgreichem Abschluss erhalten Sie ein Institutszertifikat „Certified Management Expert (Benennung des Studienmoduls) – Professional Level“.

### Anrechenbarkeit

Alle im „Hagener Fachstudium Management“ II erbrachten Leistungen sowie das Studienentgelt können Sie auf andere Studienprogramme des „Hagener Management Studiums“ anrechnen lassen.

Ein zuvor erfolgreich absolviertes „Hagener Fachstudium Management“ I kann angerechnet werden, sofern das abgeschlossene Studienmodul Bestandteil des gewählten „Hagener Fachstudium Management“ II ist.

### Belegung

Sie wählen eine (oder mehrere) der folgenden fünf angebotenen Fachvertiefungen:

## Personalmanagement (24 CP) (Univ.-Prof. Dr. Scherm/Weibler)

Als Basis dieser Fachrichtung wählen Sie im ersten Semester entweder

### Studienmodul 1: Unternehmensführung und Controlling (9 CP) (Univ.-Prof. Dr. Scherm)

- 1.1 Grundlagen des (strategischen) Managements
- 1.2 Strategisches Management
- 1.3 Internationales Management

oder

### Studienmodul 2: Organisation und Führung (9 CP) (Univ.-Prof. Dr. Weibler)

- 2.1 Organisation und Führung
- 2.2 Vernetzung von Organisations- und Führungsbeziehungen
- 2.3 Organizational Behaviour

Bestandteil des zweiten Semesters sind folgende Module

#### I. Personalmanagement I

(Univ.-Prof. Dr. Scherm)

- 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

(Univ.-Prof. Dr. Scherm)

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

#### III. Personalmanagement und New Work

(Univ.-Prof. Dr. Weibler)

- 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

(Univ.-Prof. Dr. Scherm/Weibler)

- Schriftliche Ausarbeitung zu einer wissenschaftlichen Problemstellung mit anschließender Präsentation

## Digitale Transformation (24 CP) (Univ.-Prof. Dr. Smolnik/Olbrich/Weibler)

Als Basis dieser Fachrichtung wählen Sie im ersten Semester entweder

### Studienmodul 2: Organisation und Führung (9 CP) (Univ.-Prof. Dr. Weibler)

- 2.1 Organisation und Führung
- 2.2 Vernetzung von Organisations- und Führungsbeziehungen
- 2.3 Organizational Behaviour

oder

### Studienmodul 4: Marketing und Marktorientierte Unternehmensführung (9 CP) (Univ.-Prof. Dr. Olbrich)

- 4.1 Marketing
- 4.2 Strategische Marketingplanung
- 4.3 Internationales Marketing

oder

### Studienmodul 5: Geschäftsprozessmanagement und Informationssysteme (9 CP) (Univ.-Prof. Dr. Smolnik)

- 5.1 Betriebliche Anwendungssysteme
- 5.2 Wissensmanagementsysteme
- 5.3 Systeme des Content- und Kollaborationsmanagements

Bestandteil des zweiten Semesters sind folgende Module

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

(Univ.-Prof. Dr. Smolnik)

- 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

(Univ.-Prof. Dr. Olbrich)

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

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

(Univ.-Prof. Dr. Weibler)

- Digitalisierung und Organisation
- Digitale Führung
- Führung durch Roboter

#### IV. Fachspezifische Übung

(Univ.-Prof. Dr. Smolnik/Olbrich/Weibler)

- Schriftliche Ausarbeitung zu einer wissenschaftlichen Problemstellung mit anschließender Präsentation

## Psychologie der Gruppe (24 CP) (Univ.-Prof. Dr. Stürmer)

Als Basis dieser Fachrichtung belegen Sie im ersten Semester

### Studienmodul 2: Organisation und Führung (9 CP) (Univ.-Prof. Dr. Weibler)

- 2.1 Organisation und Führung
- 2.2 Vernetzung von Organisations- und Führungsbeziehungen
- 2.3 Organizational Behaviour

Bestandteil des zweiten Semesters sind folgende Module

#### I. Grundlagen der Gruppenpsychologie

(Univ.-Prof. Dr. Stürmer)

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

#### II. Kooperation in Gruppen

(Univ.-Prof. Dr. Stürmer)

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

#### III. Konflikte innerhalb und zwischen Gruppen

(Univ.-Prof. Dr. Stürmer)

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

#### IV. Fachspezifische Übung

(Univ.-Prof. Dr. Stürmer/Weibler)

- Schriftliche Ausarbeitung zu einer wissenschaftlichen Problemstellung mit anschließender Präsentation

**Leadership im Fokus: ethisch, vielfältig, aktuell (24 CP)** (Univ.-Prof. Dr. Weibler)

Als Basis dieser Fachrichtung belegen Sie im ersten Semester

**Studienmodul 2: Organisation und Führung (9 CP)** (Univ.-Prof. Dr. Weibler)

- 2.1 Organisation und Führung
- 2.2 Vernetzung von Organisations- und Führungsbeziehungen
- 2.3 Organizational Behaviour

Bestandteil des zweiten Semesters sind folgende Module

**I. Führung und Ethik**

(Univ.-Prof. Dr. Weibler)

- 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**

(Univ.-Prof. Dr. Weibler)

- 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**

(Univ.-Prof. Dr. Weibler)

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

**IV. Fachspezifische Übung**

(Univ.-Prof. Dr. Weibler)

- Schriftliche Ausarbeitung zu einer wissenschaftlichen Problemstellung mit anschließender Präsentation



## Marketing und Marktorientierte Unternehmensführung (24 CP) (Univ.-Prof. Dr. Olbrich)

Als Basis dieser Fachrichtung belegen Sie im ersten Semester

### Studienmodul 4: Marketing und Marktorientierte Unternehmensführung (9 CP) (Univ.-Prof. Dr. Olbrich)

- 4.1 Marketing
- 4.2 Strategische Marketingplanung
- 4.3 Internationales Marketing

Bestandteil des zweiten Semesters sind folgende Module

#### I. Marktorientierte Unternehmensführung

(Univ.-Prof. Dr. Olbrich)

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

#### II. Preismanagement

(Univ.-Prof. Dr. Olbrich)

- Begriffe und Grundlagen des Preismanagements
- Aufgaben des Preismanagements für die Unternehmensplanung
- Entscheidungstatbestände und ausgewählte Determinanten des Preismanagements

#### III. Electronic Commerce und Online-Marketing

(Univ.-Prof. Dr. Olbrich)

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

#### IV. Fachspezifische Übung

(Univ.-Prof. Dr. Olbrich)

- Schriftliche Ausarbeitung zu einer wissenschaftlichen Problemstellung mit anschließender Präsentation