



SRH Fernhochschule – The Mobile University
SPO: MGT2301

Ihr Curriculum.
Studiengang
Management
M.Sc.

Curriculum Master of Science (M.Sc.) Management

Modul	Prüfungsform	Semester			
		1	2	3	4
Pflichtmodule					
Empirische Sozialforschung (6 ECTS)	Online-Test (60-120 Minuten)	6			
Qualitative Datenanalyse (6 ECTS)	Empirischer Forschungsbericht		6		
Quantitative Datenanalyse (6 ECTS)	Empirischer Forschungsbericht			6	
Kompetenzfeld Business Administration					
Organisationstheorien und Organisationsgestaltung (6 ECTS)	Einsendeaufgaben (15 Seiten)	6			
Strategic Management (Deutsch oder Engl.) (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)	6			
Kompetenzfeld Querschnitts- und Managementmodule					
Projekt- und Change Management (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)	6			
Leadership (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)	6			
Kompetenzfeld Abschlussarbeit					
Wissenschaftliche Abschlussarbeit und Kolloquium – MGT (30 ECTS)	Kolloquium (45 Minuten) und Master Thesis (60-80 Seiten, Bearbeitungszeit 6 Monate)				30
Die Studierenden wählen im 2. Semester 4 Module aus den Wahlmodulen "Business Administration". Im 3. Semester wählen sie 4 weitere Module aus dem gesamten Katalog der Wahlmodule.			24	24	
Wahlmodule Business Administration					
Business Coaching (6 ECTS)	Präsentation (20 Minuten)				
Corporate Communication (6 ECTS)	Präsentation (20 Minuten)				
Corporate Governance & Compliance (6 ECTS)	Einsendeaufgaben (15 Seiten)				
Corporate Media (6 ECTS)	Einsendeaufgaben (15 Seiten)				
CSR und Nachhaltigkeitsmanagement (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)				
E-Procurement (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)				
Entrepreneurship (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)				
Handlungsfelder des Business Developments (6 ECTS)	Einsendepräsentation (15 Folien plus Erläuterungen)				
Human Capital Management (Engl.) (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)				
International Business (Engl.) (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)				
International Marketing (Engl.) (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)				
Live Communication (6 ECTS)	Praxisprüfung				
Marketing und Markenmanagement (6 ECTS)	Fallstudie (20 Seiten)				
Organisationales Lernen (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)				
Organisationsberatung (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)				
Organisationsentwicklung & New Work (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)				
Produktentwicklung (6 ECTS)	Präsentation (20 Minuten)				
Public Relations: Möglichkeiten und Perspektiven (6 ECTS)	Portfolioprüfung (mehrere Teilprüfungen) oder Präsentation (20 Minuten)				
Sharing Economy (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)				
Spezifische Herausforderungen im Digital Sales & Marketing (6 ECTS)	Einsendeaufgaben (15 Seiten)				
Teamentwicklung und Kommunikation (6 ECTS)	Einsendeaufgaben (15 Seiten)				
Unternehmerische Kooperationen (6 ECTS)	Einsendeaufgaben (15 Seiten)				
Unternehmerische Risiken (6 ECTS)	Einsendeaufgaben (15 Seiten)				
Value Chain Management (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)				
Wahlmodule Methoden & Schlüsselkompetenzen					
Akquise und Verhandlungsführung (6 ECTS)	Präsentation (20 Minuten)				
Business Intelligence & Analytics (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)				
Coaching I (6 ECTS)	Präsentation (20 Minuten)				
Design Thinking & Innovation (6 ECTS)	Einsendepräsentation (15 Folien plus Erläuterungen)				
Gesunde Führung und Mitarbeitermotivation (6 ECTS)	Fallstudie (20 Seiten)				
Innovationskultur und Innovationsmanagement (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)				
Werte und Konflikt (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)				
Wirtschaftsethik und Stakeholdermanagement (6 ECTS)	Einsendeaufgaben (15 Seiten)				
Wahlmodule Digitales Wirtschaften					
Artificial Intelligence (6 ECTS)	Fallstudie (20 Seiten)				

Digital Leadership & Transformation (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten) oder Präsentation (20 Minuten)				
Digitale Marketingstrategien und Kampagnenmanagement (6 ECTS)	Fallstudie (20 Seiten)				
Digital Sales & Marketing (6 ECTS)	Fallstudie (20 Seiten)				
Digitale Ökonomie (6 ECTS)	Fallstudie (20 Seiten)				
Digitale Prozesse (6 ECTS)	Einsendeaufgaben (15 Seiten)				
Digitale Strategien und Geschäftsmodelle (6 ECTS)	Klausur (120 Minuten)				
Technologische Grundlagen und Management von IT (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)				
Wahlmodule Wirtschaftspsychologie					
Allgemeine Psychologie (6 ECTS)	Klausur (120 Minuten)				
Empirische Marktforschung (6 ECTS)	Fallstudie (20 Seiten)				
Gesundheits- und Arbeitspsychologie (6 ECTS)	Klausur (120 Minuten)				
Markt- und Werbepsychologie (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)				
Medien- und Kommunikationspsychologie (6 ECTS)	Präsentation (20 Minuten)				
Organisationspsychologie (6 ECTS)	Klausur (120 Minuten)				
Personalpsychologie (6 ECTS)	Hausarbeit (20 Seiten)				
Persönlichkeits- und Sozialpsychologie (6 ECTS)	Klausur (120 Minuten) oder Einsendepräsentation (15 Folien plus Erläuterungen)				
Credits Gesamt	120	30	30	30	30