

Master
of Science
BWL



Hochschule
München
University of
Applied Sciences

Fakultät für
Betriebswirtschaft

Betriebswirtschaft



H M

Inhaltsverzeichnis

Hochschule München	3
München	4
Campus Pasing	5
Fakultät für Betriebswirtschaft	6
Master of Science BWL	7
Studienrichtungen	8
Applied Business Innovation	8
Digital Sustainable Procurement & Supply Management	14
Digital Technology Management	20
Finance and Accounting	26
Human Resource Management	32
Marketing Management	38
Ihre Bewerbung	44
Bewerbungsverfahren, Zulassungskriterien & wichtige Termine	44
Auslandsaufenthalte	46
Exkursionen	47
Kontakt und Information	48

Die Hochschule München ist die größte Hochschule für angewandte Wissenschaften des Freistaats Bayern und eine der größten ihrer Art in Deutschland. Ein vielseitiges Studienangebot, das effizient organisierte Studium und der persönliche Kontakt zu den Professorinnen und Professoren machen die Hochschule München zu einer sehr begehrten Hochschule.



Studieren in München

Ein Studium in München bietet Ihnen alle Annehmlichkeiten einer Weltstadt mit Herz: vom gemütlichen typisch bayerischen Biergarten, über Surfen »mitten in der City« am Eisbach im Englischen Garten oder in nächster Umgebung im Fünfseenland, bis hin zum Bergsteigen und Skifahren in den Alpen oder einem Wochenend-Kurztrip an den Gardasee im nahen Italien.

Für ihren außergewöhnlich hohen Freizeitwert ist die Stadt München mit ihrem Umland deshalb ein äußerst begehrter Studienort.

Standort München

München ist aber auch wirtschaftlich gesehen ein sehr attraktiver Standort mit der höchsten Dichte an DAX-Konzernen Deutschlands, High-Tech-Industrie, aber auch mit gesunder mittelständischer Wirtschaftsstruktur in einem der am schnellsten wachsenden Ballungsräume Europas.

Darüber hinaus ist München nicht zuletzt auch ein Wissenschaftsstandort ersten Ranges mit zahlreichen Forschungseinrichtungen wie z. B. dem Fraunhofer- und dem Max-Planck-Institut sowie einer der weltweit renommiertesten Bibliotheken, der Bayerischen Staatsbibliothek.



Campus Pasing

Die Fakultät für Betriebswirtschaft gehört mit weit über 2.000 Studierenden, rund 50 Professorinnen und Professoren sowie ca. 70 Lehrbeauftragten zu den größten betriebswirtschaftlichen Fakultäten in Deutschland und kann somit ein attraktives und einzigartig vielseitiges Angebot in Lehre und Forschung bieten.



Lokal und international vernetzt

Die Hochschule München ist lokal und international ausgezeichnet vernetzt. Dies zeigt sich zum Beispiel in der Vielzahl an Unternehmen, mit denen wir in engem Kontakt stehen – sei es durch Praxisangebote für die Studierenden aus der Wirtschaft oder Kooperationen in der angewandten Forschung.

Kooperationen auf deutscher und internationaler Ebene

Auch mit anderen Hochschulen kooperieren wir auf deutscher und internationaler Ebene – von Hochschulnetzwerken wie UAS7 oder EUA bis hin zu etwa 250 Einzelkooperationen mit Hochschulen aus aller Welt. Dies ermöglicht einen intensiven Austausch von Studierenden, Dozentinnen und Dozenten und Forscherinnen und Forscher sowie einen Dialog über Methoden und internationale Trends in Lehre und Forschung.

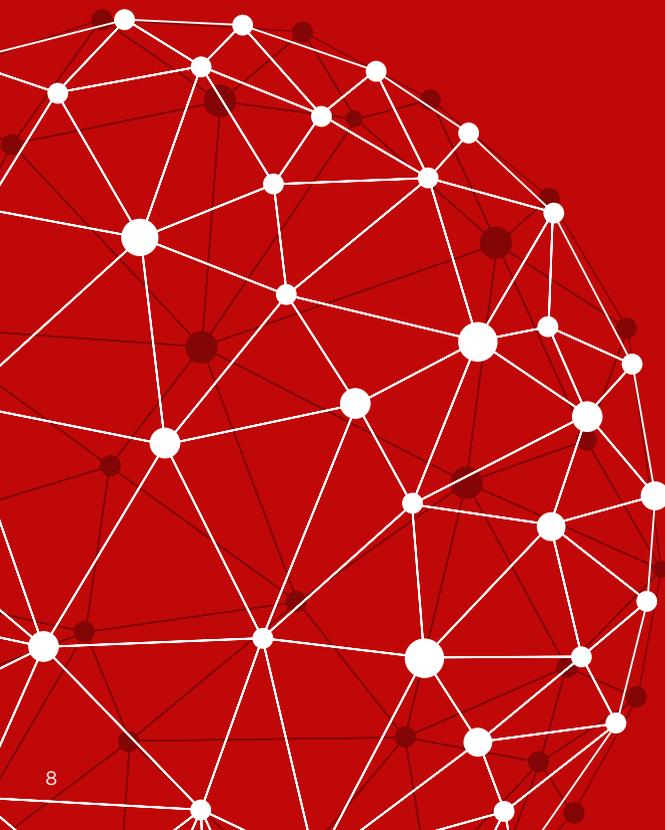
Studieren am Campus Pasing unserer Hochschule bedeutet Studieren in einer Weltstadt, aber dennoch im Grünen. Gemeinsam mit der Fakultät für angewandte Sozialwissenschaften befindet sich die Fakultät für Betriebswirtschaft direkt am Pasinger Stadtpark. Mit einer Kombination aus alten und modernen Bauten bietet sich so eine inspirierende Umgebung und Atmosphäre zum Studieren. Der Campus verfügt über eine Bibliothek, eine Mensa und ein Studierendencafé. Der Stadtteil Pasing liegt im Südwesten Münchens und ist mit öffentlichen Verkehrsmitteln (S-Bahn, Bus) gut zu erreichen.

Der 2007 gegründete Masterstudiengang Betriebswirtschaft umfasst sechs Studienrichtungen:

- Applied Business Innovation
- Digital Sustainable Procurement & Supply Management
- Digital Technology Management
- Finance and Accounting
- Human Resource Management
- Marketing Management

Der Studiengang wurde von der FIBAA begutachtet und vom Akkreditierungsrat re-akkreditiert.





»Deutschland muss innovativer werden«. Immer mehr Unternehmen erkennen, dass sie sowohl neue, zukunftssträchtige Geschäftsmodelle zu entwickeln als auch ihre Prozesse, Strategien, Strukturen und Kulturen zu innovieren haben. »Neue Mindsets« (wie in Start-ups) werden nachgefragt, mit denen interessante Innovationen bzw. Ideen entwickelt werden können. »**Think different, act different, be different**«! Unternehmen bauen ganz bewusst lebendige Innovationsstrukturen und Innovationsstrategien auf, mit denen sie ihren Fortschritt managen.

»Intrapreneurship« (Innovationsdenken in Unternehmen) wird damit neben Entrepreneurship zu einer bedeutsamen Säule der Unternehmensführung. »Applied Business Innovation« fokussiert diese neue Innovationswelt in/um Unternehmen und qualifiziert Bewerberinnen und Bewerber zu begeisterten Innovatorinnen und Innovatoren.

Alle bisherigen Absolventinnen und Absolventen haben interessante Tätigkeiten errungen, wie beispielsweise im Business Development, in Strategieabteilungen sowie in Positionen als Agile Projektmanager, als Change Manager sowie als Unternehmens-/ Innovationsberaterinnen und -berater, vor allem auch als Angestellte in Start-up-Unternehmen.

Studienrichtung: Applied Business Innovation

Berufsfelder Karrieremöglichkeiten

- Allianz Versicherung, Inhouse Consulting
- Flughafengesellschaft München, Strategiebereich
- Fraunhofer Institut, Strategie International
- Hudson Advisors Germany, Asset Manager
- Mc Donalds, Strategisches Controlling
- NTT Data, Unternehmensberatung
- Pricewaterhousecoopers, Unternehmensberatung
- Texas Instruments, Strategisches Controlling
- Thamassat Universität Bangkok, Dozent
- Unicredit Bank, Trainee Revision
- WMF AG, Vorstandsassistent

sowie weitere Arbeitgeber:

- Audi AG Digital Business Development
- Autoscout24 GmbH
- BMW Group
- Capgemini Invent
- Carl Zeiss Vision
- Deloitte Consulting
- Lufthansa Industry Solutions
- Microsoft
- Motius GmbH
- Personio
- Quest Consulting
- Red Bull
- Samsung Semiconductor
- SAVVY Group GmbH
- SHS VIVEON AG

Testimonials von Studierenden und Alumni



„Im Rahmen des Masters Applied Business Innovation fand für mich eine komplette Veränderung des Mindsets statt. Methoden wie Design Thinking oder Agile Project Management und die Entwicklung innovativer Denkweisen führen zu einer zukunftsorientierten Geschäftsentwicklung. Der Studiengang bietet eine Vielfalt an Gastvorträgen aus Unternehmen mit etablierter Innovationskultur und ermöglicht frühzeitige Kontaktpunkte in die Berufswelt.“

Yannick Fraunberger



„Der Studiengang bietet viele Möglichkeiten, Innovation nicht nur in der Theorie zu verstehen, sondern mit Hilfe praxisnaher Projekte auch zu erleben. Durch die Erarbeitung von Themen in Projektteams entsteht ein Spirit, welcher enorm zu lösungsorientiertem Arbeiten beiträgt. Der Master leistet durch den stetigen Austausch und das Netzwerken einen großen Beitrag für den persönlichen Wandel hin zu einem zukunftsorientierten und hinterfragenden Mindset.“

Marie-Luis Jäger



„Dieser Master bildet uns durch eine Kombination aus praxisnaher Lehre und zeitaktuellen Themen zu Allround-Talenten aus. Die Studierenden erhalten umfangreiche Einblicke von Data Science über Business Development bis hin zu Innovation Leadership. Der primäre Fokus auf Projektarbeiten fördert u.a. Teamfähigkeit, Agilität und Eigenverantwortung. Zahlreiche Gastvorträge und Projekte mit Start-ups eröffnen ein Netzwerk bedeutender Kontakte.“

Lukas Werner

Aufbau des Studiengangs

1. Studiensemester (WiSe)	Studienmodul
M1.1	Research Methods: Business Analytics by Data Mining and Data Science
M1.3	The Innovation Company: Strategy, Leadership and Intrapreneurship
M1.4	Process Innovation: Models and Techniques for Digital Transformation
M1.5	Strategies and Instruments for New Business Development
M1.6	Innovation Competencies and Design Thinking Skills
M1.9	Innovation Finance and Venture Capital Investment (in Englisch)

2. Studiensemester (SoSe)	Studienmodul
M1.2	Foresight and Uncertainty of Business Development in Foreign Markets
M1.7	Research Project: Open Innovation - Theories and Concepts
M1.8	Global Innovation and Cross-Cultural Collaboration (in Englisch)
M1.10	Management of Agile Innovation Projects
M1.11	Business Development: Creating and Measuring Innovation Projects
M1.12	Legal and Marketing Strategies for New Business Ventures

3. Studiensemester (WiSe)	Studienmodul
M1.13	Research Study: Business Innovation and Future Foresight
M1.14	Co-Innovation Project: Company Case in Business Transformation
M1.15 + 1.16	Master's Thesis and Oral Defense

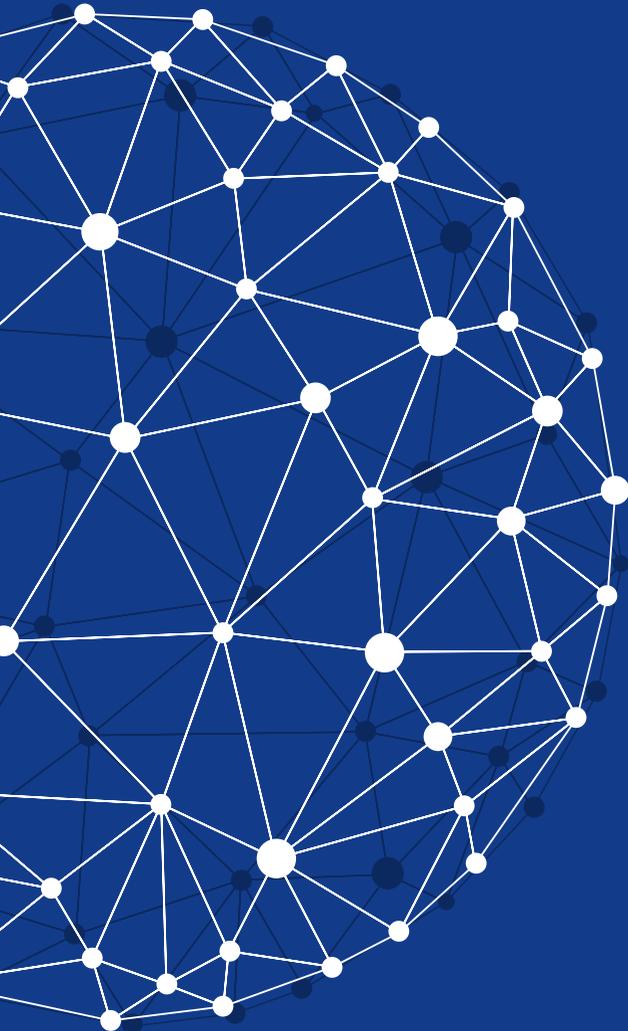
Änderungen vorbehalten

Studienrichtung: Applied Business Innovation

Dozierende	Prüfungsleistungen	LP	SWS
Prof. Dr. Christian Greiner	ModA und Präs	5	4
Prof. Dr. Wolfgang Habelt	ModA	5	4
Prof. Dr. Holger Günzel	ModA und Präs	5	4
Prof. Dr. Jessica Slamka	ModA	5	4
LB Silke Hillebrand LB Paul Krull	ModA und Präs	5	4
Prof. Dr. Dr. Joachim Häcker	ModA oder schrP	5	4

Dozierende	Prüfungsleistungen	LP	SWS
Prof. Dr. Steffen Henzel	ModA	5	4
Prof. Dr. Wolfgang Habelt Prof. Dr. Angelika Niebler	ModA und Präs	5	4
Prof. Dr. Nicole Brunnhuber	ModA oder Präs	5	4
Prof. Dr. Lars Brehm	ModA	5	4
LB Robin Drummond LB Dr. Carlos Härtel	ModA	5	4
Prof. Dr. Eva Anderl Prof. Dr. Henrike Weiden	ModA	5	4

Dozierende	Prüfungsleistungen	LP	SWS
Prof. Dr. Wolfgang Habelt	ModA	5	4
Prof. Dr. Holger Günzel LB Barbara Reich	ModA	5	4
Erstgutachter sind Professor:innen, die in dieser Studienrichtung lehren und prüfen	MA und Präs	20	2



Nie war der Einkauf wichtiger als heute. Unternehmen geben rund 60% ihres Umsatzes für extern bezogene Leistungen aus, Lieferanten entwickeln sich zunehmend zu kritischen Wertschöpfungspartnern, die Versorgung mit Innovationen wird gerade im Zuge der Digitalisierung zum zentralen Wettbewerbsvorteil. Auch das Thema Nachhaltigkeit fordert die Unternehmen spürbar. Der Beschaffungsfunktion samt Logistik (Procurement & Supply Management) kommt hier eine zentrale, erfolgskritische Bedeutung zu.

International vernetzte Wertschöpfungsprozesse in Echtzeit bedeuten u. a.

- die Notwendigkeit fundierter Strategien (z. B. Warengruppen, Einkauf 4.0)
- umfassende logistische Implikationen (z. B. durch RFID)
- ein beschleunigtes Informationsmanagement (z. B. durch KI & Big Data)
- eine agile Steuerung aller Beteiligten (z. B. durch innovative Prozesse oder Produkte)

Diese Entwicklungen erfordern professionelles Management & Expertise. Die Studienrichtung adressiert diese Anforderungsvielfalt durch einen breiten Themen- und Methodenmix. Vermittelt werden dabei gezielt fachliche, methodische und persönliche Fähigkeiten für viele, durch Unternehmen stark nachgefragte Tätigkeitsprofile, wie z. B. Global Supply Chain Manager, Strategischer Einkauf, Projektleitung Digitalisierung im Umfeld Logistik/Einkauf, Unternehmensberatung im Bereich Einkauf und SCM sowie weitere, durch die Digitalisierung entstehende Tätigkeitsprofile, z. B. »Data Scientist Procurement« oder »Supplier Innovation Partner«.

Studienrichtung: Digital Sustainable Procurement & Supply Management

Berufsfelder Karrieremöglichkeiten

„Digital Supply Manager“ (m/w/d) sollten sich für die Erreichung einer reibungslosen, qualitäts-, zeit- und kostenoptimalen Versorgung eines Unternehmens mit extern bezogenen Materialien und Dienstleistungen begeistern können und durch ihre Persönlichkeiten für die notwendige – und nicht immer konfliktfreie – Vernetzung interner und externer Parteien sorgen. Gleichzeitig ist ein ausgeprägtes dynamisches und innovationsorientiertes Denken erforderlich, um die Integration der Digitalisierung in Prozesse, Objekte und Strukturen voranzutreiben. Ziel ist es, Studierende auf die Übernahme von Managementaufgaben in Einkauf und Supply Management vorzubereiten, diese könnten sein:

- Global Supply Chain Manager
- Strategischer Einkauf
- Projektleitung Digitalisierung im Umfeld Logistik/Einkauf
- Unternehmensberatung speziell für Einkauf und SCM

sowie weitere, durch die Digitalisierung im Entstehen begriffene Tätigkeitsprofile, z. B. „Data Scientist Procurement“, „Innovationsscout“ oder „RPA-Manager Einkaufsprozesse“.

Testimonials von Studierenden und Alumni



„Durch die Arbeitsweise im Studiengang ist man bestens gewappnet für den Einstieg ins Berufsleben. ... Gleichzeitig wird zeitgemäßes Einkaufswissen vermittelt und eine Art Expertentum rund um Beschaffung und Management aufgebaut. Nach Abschluss des DSPSM Masters bin ich heute trotz des Schwerpunkts Einkauf in einer Traineefunktion mit organisationsübergreifenden Themenfeldern (z. B. Due Diligence LkSG) beruflich tätig.“
Ralph Schiermoch



„Die zukunftsweisenden Themen Digitalisierung und Nachhaltigkeit im Kontext von Beschaffung und Supply-Chain-Management waren ausschlaggebend für meine Wahl des DSPSM-Masters. Durch praxisorientierte Projekte sowie einem direkten Industriebezug, bereichert durch Vorträge von Fachexperten, werden die Lehrinhalte lebendig und praxisnah vermittelt. Nicht allein die akademische Qualität verleiht dem Studiengang einen besonderen Charakter, sondern insbesondere auch die Gemeinschaft unter Studierenden und Dozenten.“
Carolin Lerche



„Nach dem Bachelor „Wirtschaftsingenieurwesen“ wollte ich mich auf ein Fachgebiet spezialisieren. Der Master „DSPSM“ vermittelt eine sehr hohe und zeitgemäße Expertise und hat meine Erwartungen voll erfüllt. In den Projekten mit externen Unternehmen sind die Schwerpunkte oft frei wählbar, sodass auch mein technisches Interesse nicht zu kurz kam. Ich konnte dadurch z.B. ein Verständnis für die Verzahnung von Produktentwicklungs- und Einkaufsprozessen entwickeln und habe spannende Einblicke im Bereich des Cost Engineerings erhalten.“
Peter Steuer

Aufbau des Studiengangs

1. Studiense- mester (WiSe)	Studienmodul
M 6.1	Research Methods Operations & Supply Management
M 6.2	Sustainable International Economics & Sourcing
M 6.3	Leadership in Procurement
M 6.4	Core Concepts in Strategic Procurement
M 6.5	Tactical & Operative Procurement Processes
M 6.6	Sustainable Supply Chain Management

2. Studiense- mester (SoSe)	Studienmodul
M 6.7	Research Project: Trends in Procurement & Supply Management
M 6.8	Cross-cultural Management & Negotiation in Supply Management
M 6.9	Supply Chain Finance
M 6.10	Industrial Marketing & Technology Management
M 6.11	Technical Procurement & Cost Engineering
M 6.12	Category Management

3. Studiense- mester (WiSe)	Studienmodul
M 6.13	Operations Strategies & Business Models
M 6.14	Applications in Operations & Supply Management
M 6.15	Master's Thesis
M 6.16	Oral Defense of Master's Thesis

Studienrichtung: Digital Sustainable Procurement & Supply Management

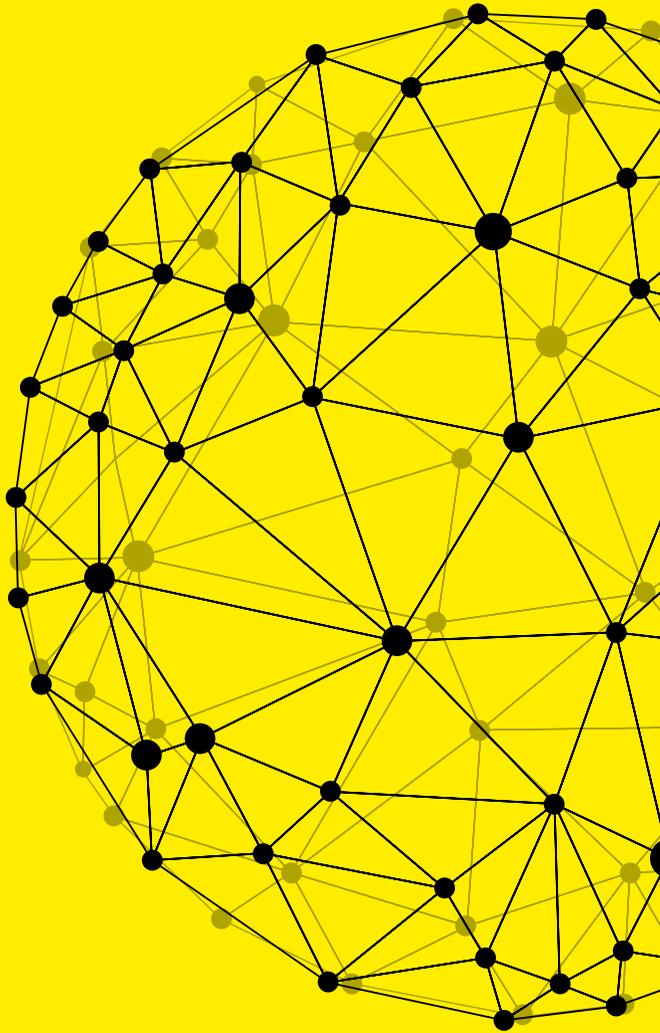
Dozierende	Prüfungs- leistungen	LP	SWS
Prof. Dr. André Krischke	ModA und Präs	5	4
Julia Sprung Christoph Ostermair	schrP	5	4
Prof. Dr. Florian C. Kleemann	ModA	5	4
Prof. Dr. Florian C. Kleemann	schrP oder ModA	5	4
Prof. Dr. Dirk Weber	schrP oder ModA	5	4
Tina Kornagel	schrP oder ModA	5	4

Dozierende	Prüfungs- leistungen	LP	SWS
Prof. Dr. Florian C. Kleemann	ModA	5	4
Prof. Dr. Sierk Horn	ModA oder Präs	5	4
Prof. Dr. André Krischke	ModA und Präs	5	4
Prof. Dr.-Ing. Matthias Schlipf & Gastdozenten	schrP und ModA	5	4
Prof. Dr. Dirk Weber	schrP oder ModA	5	4
Prof. Dr. Florian C. Kleemann	ModA	5	4

Dozierende	Prüfungs- leistungen	LP	SWS
Prof. Dr. Florian C. Kleemann Prof. Dr. Thomas Peisl	ModA oder Präs	5	4
Prof. Dr. André Krischke	ModA und Präs	5	4
Erstgutachter sind Professor:innen, die in dieser Studienrichtung lehren und prüfen	MA	16	-
s. o.	Präs	4	2

Änderungen vorbehalten

Studienrichtung: Digital Technology Management



The specialization „Digital Technology Management“ aims to provide students with the skills and expertise needed to meet the business challenges related to digital transformation and new technologies. In an international environment, we offer cutting-edge topics and applied science in a dynamic city in order to help close the gap between management and technology. Professors as well as external lecturers use innovative teaching approaches (e.g. Learning Lab „Digital Technologies“, Co-Innovation Lab and Research Lab) to enable new ways of learning.

Digitalization

Our students will learn how to navigate digital transformation and apply digital technologies in business life. Potential risks of digitalization will also be reflected critically.

Technology Management

This program helps students to develop a profound understanding of how major digital technologies such as AI, Big Data and IoT work and investigates their business, economic, and social impact. Additionally, it deepens students' knowledge in the context of entrepreneurship to generate and implement new ideas.

Interculturality

Interculturality is a key element of the DTM program. All courses are taught in English and many students have an international background. Various ways of cross-border cooperation and new working methods will prepare students for a globalized work environment.

Studienrichtung: Digital Technology Management

Career opportunities

Our students will find jobs in the area of business development, business model innovation or strategy. Furthermore, some will become consultants or project managers; others will start their own company.



Testimonials von Studierenden und Alumni



„I can confidently say that this course has been a game-changer for me. The program has equipped me with a deep understanding of the digital landscape and the necessary skills to tackle the challenges and opportunities presented by the ever-evolving digital age. ... It has certainly improved my career prospects and given me the confidence to take on new challenges. The sustainability part of the program has encouraged me even more to pursue my motto 'Build a greener, cleaner world through tech innovation!'“

Josephine Brand



„I absolutely loved my experience in this program! I gained a well-rounded understanding of the topic thanks to the practical knowledge and theoretical insights provided. Plus, the emphasis on research paper writing really helped me improve my communication and analytical skills. The real projects and workshops allowed me to interact with industry experts, and the educational trip and job fair gave me a great look into Germany's corporate world. As an international student, these experiences were incredibly important for me.“

Shivani Singh



„I had a keen interest in cutting-edge technologies such as Artificial Intelligence, Big Data or Green IT. The program's approach, which combines real-world projects and applied science, fits perfectly with my preference for hands-on learning and the practical application of theoretical knowledge. In addition, the program supported my ambitions for a future in strategy consulting with a technology focus. After graduating, I started at Capgemini Invent as a consultant in the area of Cloud Transformation.“

Korbinian Knöller

Aufbau des Studiengangs

1. Studiensemester (WiSe)	Module
M 4.1	Research Methods: Digital Products, Processes and Systems
M 4.3	Cross-cultural Communication and Management
M 4.4	Big Data and Artificial Intelligence
M 4.6	Legal Issues for Data-driven Business
M 4.8	Financial Strategies for Digital Technology Management
M 4.11	Agile Management Practices

2. Studiensemester (SoSe)	Module
M 4.2	Economics of Digitization
M 4.5	Digital Commerce & Technology Marketing
M 4.7	Research Project: Digital Business Development
M 4.9	Digital Technology: Leadership and Ethics
M 4.10	Digital Technology: Strategy and Organization
M 4.12	Design Thinking for Digital Technology Development

3. Studiensemester (WiSe)	Module
M 4.13	Research Study: Challenges in Digital Technology Management
M 4.14	Co-Innovation Project: Digital Business Case
M 4.15	Master's Thesis
M 4.16	Oral Defense of Master's Thesis

ECTS = European Credit Transfer and Accumulation System
 MA = Master's Thesis
 ModA = Modulararbeit (Academic paper)
 Präs = Presentation
 SWS = Semester hours/week

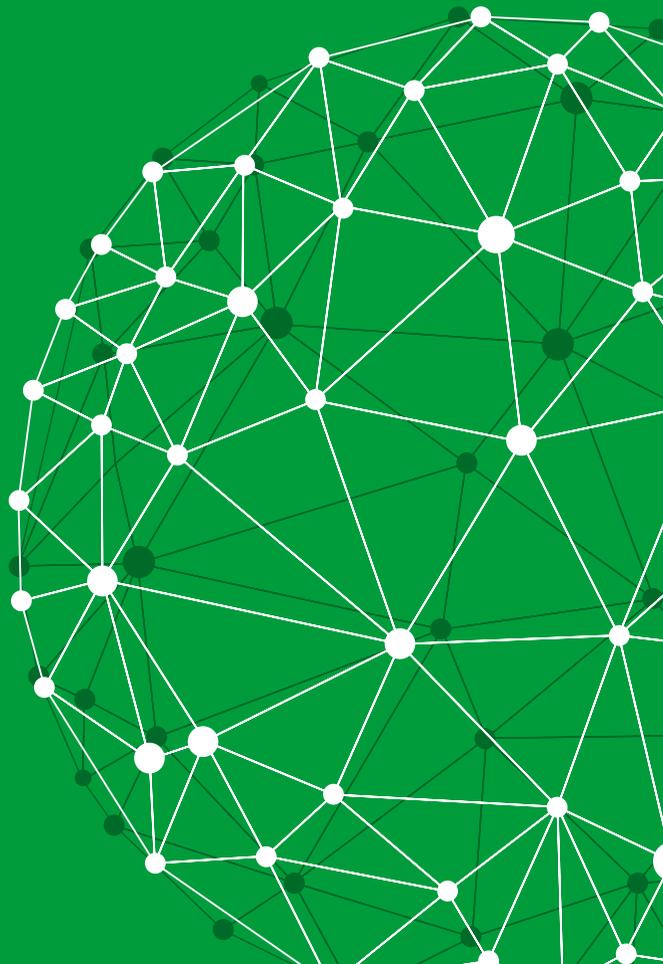
Studienrichtung: Digital Technology Management

Lecturer	Assessment Method	ECTS	SWS
Prof. Dr. Lars Brehm and industry experts	ModA and Präs	5	4
Prof. Dr. Nicole Brunnhuber	ModA or Präs.	5	4
Prof. Dr. Eva Anderl	ModA	5	4
Prof. Dr. Henrike Weiden, LL.M	ModA	5	4
Prof. Dr. Harald Ruhnke	ModA	5	4
Prof. Dr.-Ing. Holger Günzel Daniel Heinen*	ModA	5	4

Lecturer	Assessment Method	ECTS	SWS
Prof. Dr. Steffen Henzel	ModA	5	4
Prof. Dr. Klaus Gutknecht & N.N.	ModA	5	4
Prof. Dr. Jessica Slamka	ModA	5	4
Prof. Dr. Daniel Ittstein	ModA	5	4
Dr. Isabelle Kes*, FELDM	ModA	5	4
Corina Weber*, Volkswagen AG	ModA	5	4

Lecturer	Assessment Method	ECTS	SWS
Prof. Dr. Eva Anderl Prof. Dr. Henrike Weiden	ModA and Präs	5	4
Prof. Dr. Holger Günzel Hans-Jürgen Haak*	ModA	5	4
Responsible professors of DTM	MA	16	0
Responsible professors of DTM	Präs.	4	2

Subject to change
 Partners are marked with *



Umfassende strategische und strukturelle Veränderungen in der Finanzlandschaft verlangen ein neues Denken. Dies gilt sowohl für die mittelständische Wirtschaft und Großunternehmen und deren Finanzmanagement als auch für Rechnungslegung, Controlling und Unternehmensbesteuerung.

Die Wirtschaft ist darauf angewiesen, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit folgenden Qualitäten zu finden:

- Fähigkeit zur zielorientierten Beschaffung und Verwendung (Investition) von Finanzmitteln
- Tiefgehendes Verständnis vom Finanzmarkt und Risikomanagement
- Konstruktion von risiko- und ertragsbezogenen Gesamtlösungen der Finanzierung und Finanzanlage
- Analytisches Denkvermögen in Rechnungslegung, Steuerpolitik, Risikosteuerung, Revision, Unternehmensbewertung, Rating sowie Research

Die Studienrichtung Finance and Accounting bietet den Studierenden ein umfangreiches Programm mit einer Vielzahl interaktiv gestalteter Lehrveranstaltungen und ermöglicht so einen qualifizierten und fundierten Einstieg in die Berufswelt.

Studienrichtung: Finance and Accounting

Berufsfelder Karrieremöglichkeiten

Die Studienrichtung Finance and Accounting befähigt zu einem späteren Einsatz im CFO Bereich in jeder Art von Unternehmen und vermittelt spezifische Tätigkeiten in der Finanz- und Dienstleistungsbranche. Das zunehmende Wachstum von Arbeitsplätzen in der Finanzbranche (Banken, Versicherungen, Fonds) sowie in den Dienstleistungsbranchen (Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Rating- und Analyseagenturen) bietet dabei ausgezeichnete Berufsmöglichkeiten.

Mögliche Tätigkeitsfelder

- Allianz Holding Se, Strategieabteilung
- Assenagon Asset Management, Research
- Bayerische Landesbank, Corporate Banking
- BMW, Finanzabteilung
- Deloitte & Touche, Bankberatung
- Landesbank Baden-Württemberg, Asset Management
- Meag Asset Management, Fondsmanagement
- Pimco Deutschland, Fondsmanagement
- PricewaterhouseCoopers GmbH, Bankberatung
- Unicredit Bank, Investment Banking

Testimonials von Studierenden und Alumni



„Der Master in Finance and Accounting (an der Hochschule München) vereint das Beste aus der Finanzwelt mit dem relevanten Fundament aus Rechnungslegung, Bewertung und Verrechnungspreisgestaltung. Die breite Fundierung hilft mir nicht nur bei meiner Praxistätigkeit im Corporate Finance Bereich weiter, sondern bereitet einen auch auf einen Einstieg bei einer Unternehmensberatung oder Bank vor.“

Timo Sachs



„Praxisnahe Projektarbeiten und Gastvorträge machen für mich das Masterstudium an der Hochschule München aus. Insbesondere die Vorlesungen und Seminare zu den Themen Risk Management und M&A begeistern mich sehr. Der Master bereitet mich bestmöglich auf mein Ziel vor, später in einer Bank oder einer Unternehmensberatung arbeiten zu können.“

Helena Hufnagel



„Die Ausgewogenheit zwischen starkem Praxisbezug und pointiert gesetzter Theorie macht im Masterstudium an der Hochschule München den Unterschied. Die Vorlesungen im Modul ‚Accounting‘ werden primär durch hochwertige Gastvorträge und praxisnahe Fallbeispiele ergänzt, so dass ich ideal darauf vorbereitet werde, den hohen und komplexen Ansprüchen der Wirtschaft gerecht zu werden.“

Patrick Roos

Aufbau des Studiengangs

1. Studiensemester (WiSe)	Studienmodul
M 2.1	Finance & Accounting: Research Methods and Data Science
M 2.2	European Monetary Policy
M 2.3	Leadership and Change Management
M 2.4	Financial Accounting
M 2.6	Taxation
M 2.12	Asset Management

2. Studiensemester (SoSe)	Studienmodul
M 2.5	Financial Derivatives and Risk Management
M 2.8	Cross-cultural Communication and Digitalization
M 2.9	Investment Banking
M 2.10	Group Accounting, Transfer Pricing and Data Analytics
M 2.11	Managerial Accounting
M 2.13	Treasury Management and Corporate Finance

3. Studiensemester (WiSe)	Studienmodul
M 2.7	Research Project: Banking, Finance, Accounting and Digitalization
M 2.14	Project Study / Transfer Project: Audit & Assurance
M 2.15	Master's Thesis
M 2.16	Oral Defense of Master's Thesis

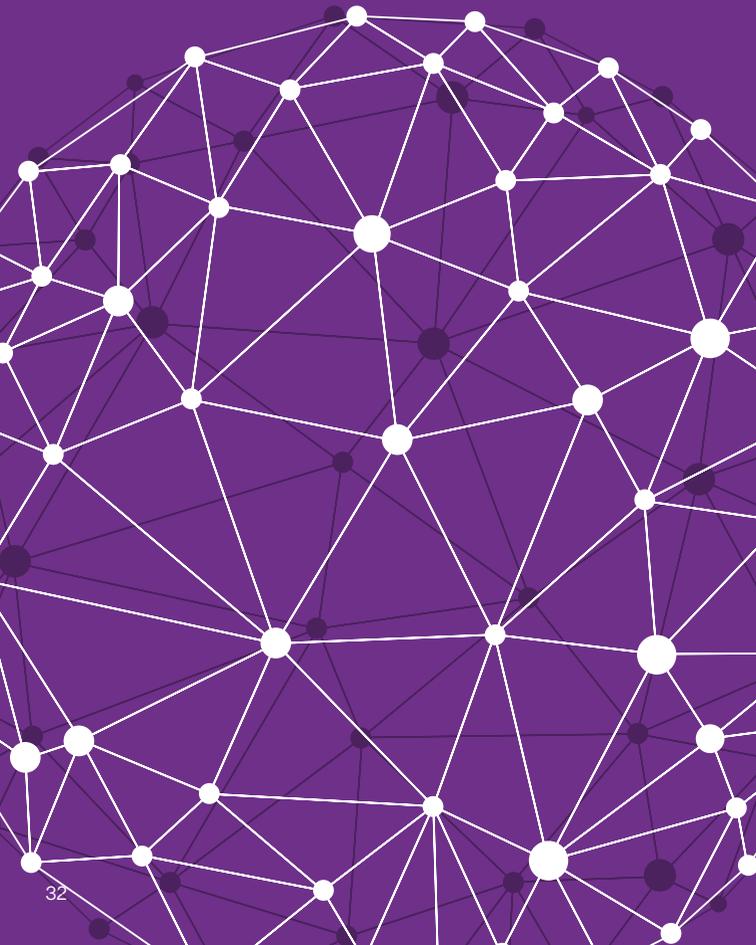
Änderungen vorbehalten

Studienrichtung: Finance and Accounting

Dozierende	Prüfungsleistungen	LP	SWS
Prof. Dr. Markus Wessler Dr. Sandro Scheid	schrP	5	4
Prof. Dr. Oliver Hülsewig	schrP	5	4
Prof. Dr. Wilhelm Maier Prof. Dr. Christian Gärtner	ModA	5	4
Prof. Dr. Sabine Rodt	ModA oder schrP	5	4
Prof. Dr. Ingrid Huber-Jahn	ModA und Präs	5	4
Prof. Dr. Jens Kleine	ModA oder schrP	5	4

Dozierende	Prüfungsleistungen	LP	SWS
Prof. Dr. Bernd Hofmann	ModA oder schrP	5	4
Prof. Dr. Sierk Horn Prof. Dr. Alexander Bohnert	schrP und Präs	5	4
Prof. Dr. Dr. Joachim Häcker	ModA oder schrP	5	4
Prof. Dr. Harald Ruhnke	ModA	5	4
Prof. Dr. Miriam Trauttmansdorff	ModA oder schrP	5	4
Prof. Dr. Philipp Gann	ModA oder schrP	5	4

Dozierende	Prüfungsleistungen	LP	SWS
Prof. Dr. Jens Kleine	ModA	5	4
Prof. Dr. Winfried Schwarzmann Prof. Dr. Sabine Rodt	ModA	5	4
Fachverantwortung: Prof. Dr. Bernd Hofmann	MA	16	
Fachverantwortung: Prof. Dr. Bernd Hofmann	Präs	4	2



Professionelles People Management ist ein wichtiger Wertschöpfungsfaktor für erfolgreiche Unternehmen, denn nur mit den richtigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern lassen sich die Herausforderungen der Zukunft bewältigen. Die Bedeutung von Personalmanagement hat sich deshalb im Verlauf der vergangenen Jahrzehnte grundlegend gewandelt und ist integraler Bestandteil der Unternehmensstrategie geworden. Wenn Innovationskraft, schnelle Anpassungsfähigkeit an dynamische Marktbedingungen, nachhaltige Leistungskulturen und der Umgang mit Komplexität zu wichtigen Erfolgsfaktoren für Unternehmen werden, dann braucht es auch Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die diese Kompetenzen mitbringen oder entwickeln. Und es braucht inspirierende Führungskräfte, die im demographischen Wandel (»war for talents«), der Globalisierung (»Interkulturalität«), dem Wertewandel in der Gesellschaft und der umfassenden Digitalisierung (»Arbeitswelt 4.0«) Menschen zu erfolgreichen Teams entwickeln können.

Im generalistisch angelegten Master Human Resource Management werden projektorientierte Lehrmodule, forschungsorientierte Lehrveranstaltungen sowie seminaristische Lehre angeboten. Diese umfassen allgemein wirtschaftswissenschaftliche Fächer (wie Strategic Business Development, Finance, Economics, Leadership, Intercultural Management) als auch essentielle Kernfächer modernen Personalmanagements (wie Employer Branding, Recruiting, Talent-, Performance Management, Labour Law, Coaching, etc.).

Studienrichtung: Human Resource Management

Berufsfelder Karrieremöglichkeiten

Ideale „Personalmanager“ sorgen für die reibungslose und zeitlich adäquate, sowie qualitativ hochwertige Bereitstellung von kompetenten und motivierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für den Wertschöpfungsprozess des Unternehmens. Sie sind Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner für den innerbetrieblichen und überbetrieblichen Interessenausgleich zwischen wirtschaftlichen, sozialen, gesellschaftlichen und weiteren Zielen, was nicht immer konfliktfrei ist.

Gleichzeitig ist ein dynamisches, innovationsorientiertes, internationales Mindset nötig, um den Herausforderungen Globalisierung, Digitalisierung, Fachkräftemangel, Nachhaltigkeit usw. zu entsprechen. Ziel ist es, Absolventinnen und Absolventen auf die Übernahme von Managementaufgaben in Human Resource Management vorzubereiten.

Typische Berufsfelder sind z. B.:

- Generalistisches Personalmanagement (z. B. Strategic Business Partner)
- Spezialistenrollen im Personalmanagement (z. B. für Compensation & Benefits, Talent Management, usw.)
- Personalleitung oder Leitung von Change Projekten

Testimonials von Studierenden und Alumni



„Der Masterstudiengang Human Resource Management vereint durch forschungsorientierte sowie projektorientierte Module Theorie und Praxis des heutigen Personalmanagements. Vielfältige Projekte mit renommierten Unternehmen ermöglichen erste Einblicke in spannende Themenfelder des HRM und unterstützen zudem den Aufbau eines beruflichen Netzwerkes.“

Tamara Gasser



„Am HR-Master schätze ich neben den theoretischen und praktischen Studieninhalten besonders die Zusammenarbeit mit den Kommilitonen. Durch die Vielzahl an Projekten werden zusätzlich zu den fachlichen Kenntnissen insbesondere kommunikative Teamfähigkeiten und Sozialkompetenzen gestärkt. Aufgrund dieser Kombination fühlt man sich sowohl auf die Masterarbeit, als auch auf das zukünftige Berufsleben sehr gut vorbereitet.“

Annika Wimmer

Aufbau des Studiengangs

1. Studiensemester (WiSe)	Studienmodul
M 5.1	Research Methods: Scientific Methods in HRM
M 5.2	Labour Economics
M 5.3	Leadership & Change Management
M 5.4	International Human Resource Management
M 5.5	Recruiting & Selection
M 5.6	Labour Law & HR Digitalization

2. Studiensemester (SoSe)	Studienmodul
M 5.7	Research Project: Strategic People & Organizational Development
M 5.8	Intercultural Communication & Negotiation
M 5.9	Performance, Compensation & Benefits
M 5.10	Sustainable Human Resource Management & Business Ethics
M 5.11	HR Controlling & Data Analytics
M 5.12	Digital HRM & Agile Cooperation

3. Studiensemester (WiSe)	Studienmodul
M 5.13	Strategic HR Management
M 5.14	Project: Current topics in HRM
M 5.15 + M 5.16	Master's Thesis & Oral Defense

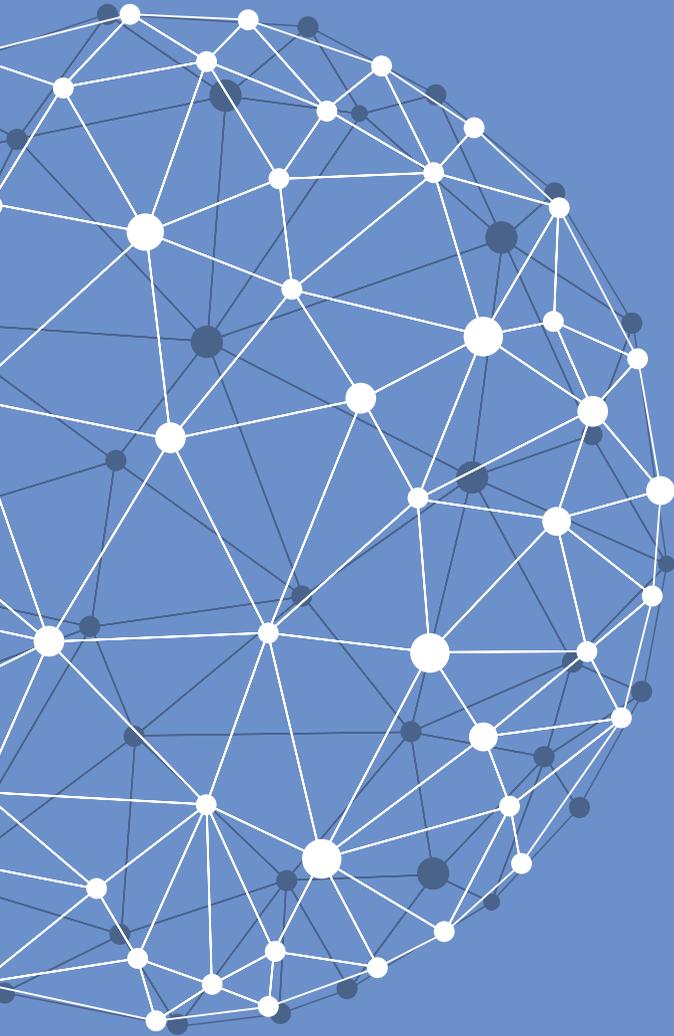
Studienrichtung: Human Resource Management

Dozierende	Prüfungsleistungen	LP	SWS
Prof. Dr. Marcel Hülsbeck	ModA	5	4
Prof. Dr. Christian Holzner	ModA oder schrP	5	4
Prof. Dr. Christian Gärtner	ModA	5	4
Prof. Dr. Diana Benzinger	ModA	5	4
Prof. Dr. Christian Gärtner	ModA	5	4
Prof. Dr. Henrike Weiden	ModA	5	4

Dozierende	Prüfungsleistungen	LP	SWS
Prof. Dr. Robert Holzapfel Dr. Carla Hegeler	ModA	5	4
Prof. Dr. Sierk Horn	ModA oder Präs	5	4
Prof. Dr. Roman Bechtel	ModA oder schrP	5	4
Prof. Dr. Diana Benzinger	ModA	5	4
Prof. Dr. Roman Bechtel	ModA oder schrP	5	4
Prof. Dr. Christian Gärtner	ModA oder schrP	5	4

Dozierende	Prüfungsleistungen	LP	SWS
Prof. Dr. Wilhelm Maier	Präs	5	4
Prof. Dr. Wilhelm Maier	ModA oder schrP	5	4
Erstgutachter sind Professor:innen, die in dieser Studienrichtung lehren und prüfen	MA, Präs.	20	2

Änderungen vorbehalten



Welch spannende und herausfordernde Zeiten, in denen Sie und wir leben! Sie haben die Chance und die Verantwortung, die Unternehmen der Zukunft und deren Aktivitäten marktgerecht, d.h. entsprechend den Trends Nachhaltigkeit, Digitalisierung, „Glokalisierung“ und Kunden-Value-Add zu gestalten und zu führen. Hierzu bedarf es analytischer, konzeptioneller, technologischer und empathischer Fähigkeiten. Wir bieten Ihnen hierfür mit der Spezialisierung Marketing Management einen Teil des Rüstzeugs.

- Analyse des markt- und kundenbezogenen Informationsflusses als Planungsgrundlage (Analytisches Marketing, Data Science & Analytics)
- Ausrichtung am Kunden- und Gesellschaftsnutzen zur Erzielung von Wettbewerbsvorteilen (Nachhaltigkeitsmarketing, Strategisches Marketing, Markenführung, Marketingkonzeption)
- Integration sämtlicher Aktivitäten (Marketing-Controlling und -Organisation)
- Kreative und innovative Lösungen (Marketing-Tools, Innovative Business Models)

Wir greifen die genannten Themen in unserem Programm interaktiv gestalteter Lehrveranstaltungen zusammen mit Unternehmenspartnern aus unterschiedlichsten Branchen (aus dem B2C & B2B) auf und reflektieren wissenschaftliche Erkenntnisse in der Praxis.

Studienrichtung: Marketing Management

Berufsfelder Karrieremöglichkeiten

Expertinnen und Experten im Bereich des Marketing Managements erfreuen sich eines breiten und attraktiven Betätigungsumfelds. Die Chancen am Arbeitsmarkt und die Verdienstmöglichkeiten in markt- und kundennahen Tätigkeiten sind attraktiver denn je.

- Brand Manager
- Business Development
- Campaign Manager
- Content Marketing Manager
- E-Commerce Manager
- Key Account Manager
- Marketing Manager
- Markt- & Mediaforschung
- Online Marketing Manager
- Product Manager
- Sales Manager
- SEO Manager & Analyst
- Social Media Manager

Testimonials von Studierenden und Alumni



„Dank des praxisbezogenen Studienkonzepts, welches sich durch eine Zusammenarbeit mit renommierten Unternehmen in Form von sehr konkreten Vermarktungsprojekten auszeichnet, habe ich gelernt, mich mit verschiedenen Problemstellungen im modernen Marketing auseinanderzusetzen. Somit kann ich behaupten, dass der Master Studiengang Marketing Management die perfekte Vorbereitung auf meine berufliche Zukunft war.“

Stefanie Kirschner



„Durch die abwechslungsreichen Projekte mit Unternehmen aus diversen Branchen und die Zusammenarbeit mit unterschiedlichsten Teams bietet der Masterstudiengang Marketing Management an der Hochschule München ideale Einblicke in die Praxis.“

Michaela Baumann



„Der praxisnahe und vielseitige Master im Marketing Management an der Hochschule München bietet einen perfekten Grundstein für den Berufseinstieg in verschiedenste Industrien.“

Philipp Derenthal

Aufbau des Studiengangs

1. Studiense- mester (WiSe)	Studienmodul
M 3.1	Marketing Research Methods and Projects
M 3.2	Economic Analysis of Countries and Markets
M 3.4	Communication Management and Concept Development
M 3.11	Digital & Sustainable Consumer Behaviour Analysis
M 3.13	Digital Commerce
M 3.14	Project Study: Strategic Marketing and Technology Management in B2B Industries

2. Studiense- mester (SoSe)	Studienmodul
M 3.3	Leadership and Change Management
M 3.5	Brand Management
M 3.6	Sales and Key Account Management for Industrial Goods and Services
M 3.8	Cross-cultural Management and Negotiation
M 3.9	Marketing Decisions & Financial Impacts
M 3.12	Customer Relationship Management

3. Studiense- mester (WiSe)	Studienmodul
M 3.7	Research Project: International Marketing Management
M 3.10	Sustainable new Business Development, Product Management and Innovation Management
M 3.15 + 16	Master's Thesis and Oral Defense of Master's Thesis

Studienrichtung: Marketing Management

Dozierende	Prüfungs- leistungen	LP	SWS
Prof. Dr. Susanne Wigger-Spintig Dr. Matthias Speidel-Pläß	ModA	5	4
Prof. Dr. Stefan Hohberger	schrP oder ModA	5	4
Prof. Dr. Werner M. Thieme	ModA	5	4
Prof. Dr. Susanne Wigger-Spintig	ModA	5	4
Prof. Dr. Klaus Gutknecht	ModA	5	4
Prof. Dr.-Ing. Matthias Schlipf	ModA	5	4

Dozierende	Prüfungs- leistungen	LP	SWS
Prof. Dr. Wilhelm Maier	ModA	5	4
Prof. Dr. Werner M. Thieme	ModA	5	4
Prof. Dr.-Ing. Matthias Schlipf	ModA oder schrP und ModA	5	4
Prof. Dr. Nicole Brunnhuber	ModA oder Präs	5	4
Prof. Dr. Klaus Gutknecht	ModA	5	4
Prof. Dr. Eva Anderl	schrP oder ModA	5	4

Dozierende	Prüfungs- leistungen	LP	SWS
Prof. Dr. Werner M. Thieme	ModA	5	4
Prof. Dr. Susanne Wigger-Spintig	ModA	5	4
Erstgutachter sind Professor:innen, die in dieser Studienrichtung lehren und prüfen	MA, Präs	20	2

Änderungen vorbehalten

Ihre Bewerbung

Bewerbungsablauf

1. Bewerbungen mit einem internationalen Bachelor-Abschluss

- Bewerbungen mit einem deutschen Bachelor-Abschluss überspringen bitte diesen Schritt
- Bei Hochschulabschlüssen außerhalb der EU muss der Nachweis über einen bestandenen GMAT vorgelegt werden.
- Nicht-deutsche Bewerber:innen mit einem ausländischen Hochschulabschluss müssen ihre Deutschkenntnisse Level B2 (gemäß dem GER für Sprachen) nachweisen.
- Bewerbung über uni-assist mit einer Bearbeitungszeit von bis zu sechs Wochen bis 31. März: www.uni-assist.de

2. Internationale und nationale Bewerbungen über das Bewerbungsportal

- Bewerbungszeitraum: 2. bis 31. Mai
- Bewerbungsformular ausfüllen
- Hochladen der Unterlagen
- Überprüfung der Bewerbungsunterlagen durch die Hochschule München

3. Einladung zum Eignungsgespräch

- Bei Erfüllung aller Zulassungskriterien erhalten Sie bis Mitte Juli eine Einladung zum Eignungsgespräch

4. Zulassung

- Haben Sie das Eignungsgespräch bestanden, erhalten Sie im August/September einen Zulassungsbescheid
- Immatrikulation (August-Oktober)

Zulassungskriterien

- Ein mindestens sechs theoretische Studiensemester umfassendes betriebswirtschaftliches oder ein inhaltlich gleichwertiges Studium (210 LP). Bei 180 LP müssen die fehlenden 30 Leistungspunkte innerhalb von 12 Monaten nach Aufnahme des Masterstudiums erfolgreich nachgeholt/nachgewiesen werden.
- Note 2,5 oder besser.
- Ein erfolgreiches Aufnahmegespräch im Juni oder Juli eines Jahres.
- Der Nachweis von mindestens 20 LP aus Studienmodulen der Volkswirtschaftslehre und/oder der Mathematik und/oder Statistik aus dem oben genannten Studium.
- Bei nicht-deutschen Bewerberinnen und Bewerbern mit einem ausländischen Hochschulabschluss: Nachweis Deutschkenntnisse Level B2

Wichtige Hinweise

- Gute Englischkenntnisse (mindestens Level B2 gemäß dem GER für Sprachen) sind notwendig, auch wenn kein Nachweis erbracht werden muss. Alle Studienrichtungen werden teils auch in englischer Sprache gehalten, die Studienrichtung DTM **ausschließlich auf Englisch**.
- Studienbeginn nur zum Wintersemester eines Jahres (01. Oktober)
- Nicht-deutsche Bachelorabschlüsse müssen **bis 31.03.** des Jahres bei uni-assist zur Überprüfung eingereicht werden.
- Bei Hochschulabschlüssen außerhalb der EU muss der Nachweis über einen bestandenen GMAT vorgelegt werden.



Auslandsaufenthalte

Berufserfahrung Masterarbeit Auslandsstudium

Ein mehrmonatiges Auslandspraktikum wird unterstützt.

Sie können nach dem 2. Semester:

- für mehrere Monate in ein ausländisches Unternehmen gehen, um dort Berufserfahrungen zu sammeln und sich eventuell auch vor Ort mit der Planung einer interessanten Masterarbeit, die Sie im Anschluss an den Auslandsaufenthalt umsetzen, zu befassen.
- ein Auslandsstudium im Rahmen eines Zusatzsemesters an einer akkreditierten ausländischen Universität realisieren.

Über die Anerkennung eines im Ausland erbrachten Studienmoduls entscheidet die Prüfungskommission.



Exkursionen

Umfassendere Erfahrungswerte in direktem Austausch

Exkursionen in/um München sowie ins Ausland sollen helfen, umfassendere Erfahrungswerte in direktem Austausch mit Unternehmensvertretern zu gewinnen (Exkursionen können Voraussetzungen für die Zulassung zu Prüfungen sein).

(Auslands-) Exkursionen können verpflichtend sein und zu Reisekosten von insgesamt bis zu € 300 pro Semester führen.



Kontakt und Information

Hochschule München
University of Applied Sciences
Lothstraße 34, 80335 München
www.hm.edu

Masteroffice

Am Stadtpark 20
81243 München
www.bwl.hm.edu
masterbuero-fk10@hm.edu



Die Hochschule München ist Bayerns größte Hochschule für angewandte Wissenschaften: Über 90 attraktive und zukunftsorientierte Studiengänge bilden die Basis für eine erfolgreiche Karriere. Neben fachlichen Kompetenzen fördert die Hochschule nachhaltiges und unternehmerisches Denken und Handeln sowie internationale und interkulturelle Erfahrungen, z. B. durch Auslandsaufenthalte.

Die Fakultäten bereiten die Studierenden darauf vor, sich mit Weitblick, Kreativität und Verantwortungsbewusstsein in Beruf und Gesellschaft einzubringen. Die engen Kontakte zu Unternehmen am Hightech-Standort München sorgen für praktische Erfahrungen bereits während des Studiums. Und nicht zu vergessen: Das attraktive Kultur- und Freizeitangebot Münchens bietet viel Abwechslung.