



Master
of Science
BWL

Hochschule
München
University of
Applied Sciences

Fakultät für
Betriebswirtschaft

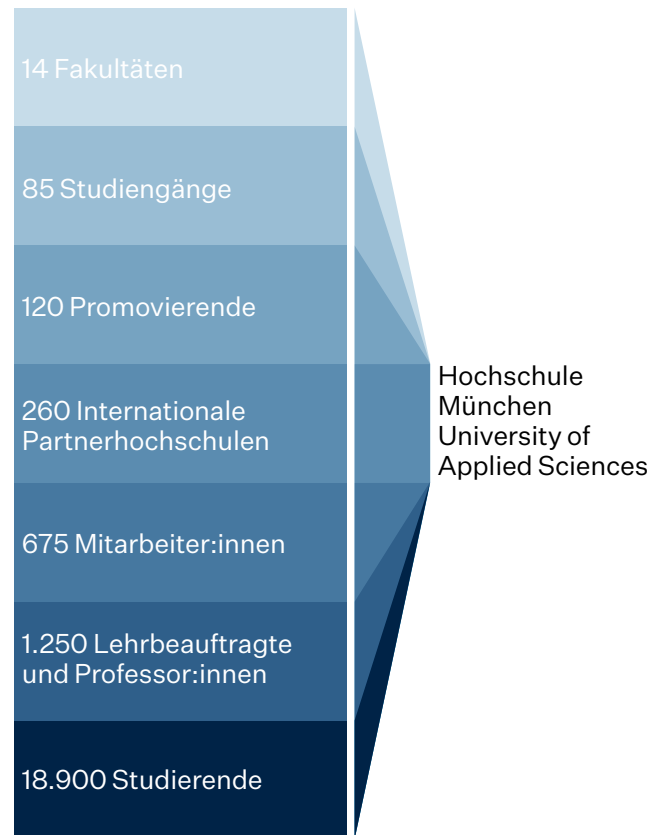
Betriebswirtschaft

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 Professoren und Professorinnen 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 beliebter 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.

In Hochschul-Rankings wie z. B. dem Ranking der Wirtschaftswoche, das auf regelmäßigen Befragungen der Wirtschaft basiert, liegt die Fakultät für Betriebswirtschaft seit Jahren unter den TOP 5 in Deutschland.



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, Dozent:innen und Forscher:innen sowie einen Dialog über Methoden und internationale Trends in Lehre und Forschung.

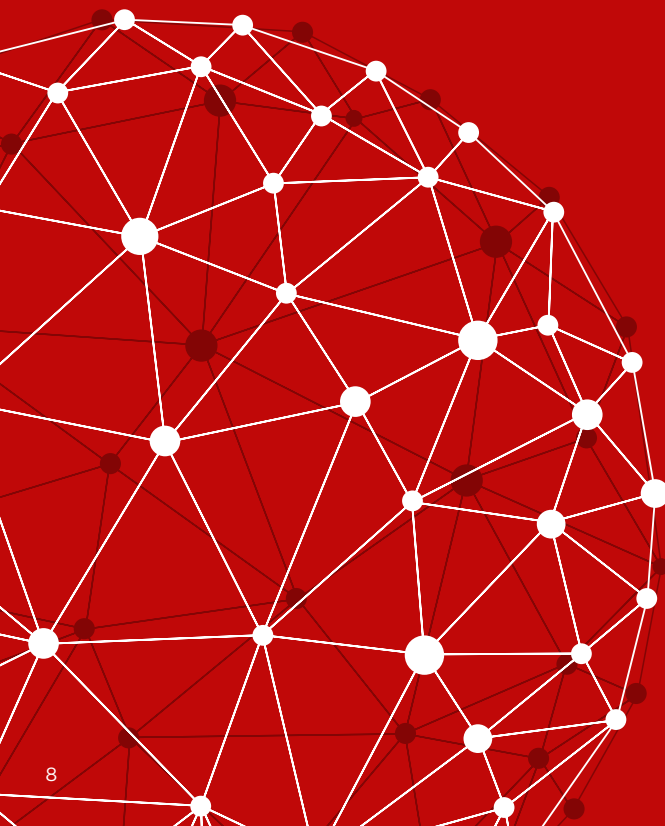
Studieren am Campus Pasing unserer Hochschule bedeutet Studieren in einer Weltstadt, aber dennoch im Grünen. Gemeinsam mit der Fakultät für angewandte Sozialwissenschaften befindet sich die Fakultät für Betriebswirtschaft direkt am Pasinger Stadtpark. Mit einer Kombination aus alten und modernen Bauten 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 Master of Science wurde von der internationalen Akkreditierungskommission FIBAA 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 Bewerber:innen zu begeisterten Innovator:innen.

Alle bisherigen Absolventinnen und Absolventen haben interessante Tätigkeiten errungen, wie beispielsweise im Business Development, in Strategieabteilungen sowie in Positionen als Agile Projektmanager:in, als Change Manager:in sowie als Unternehmens-/ Innovationsberater:in, vor allem auch als Mitarbeiter:innen 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 Absolvent:innen



„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

Studienrichtung: Applied Business Innovation

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

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

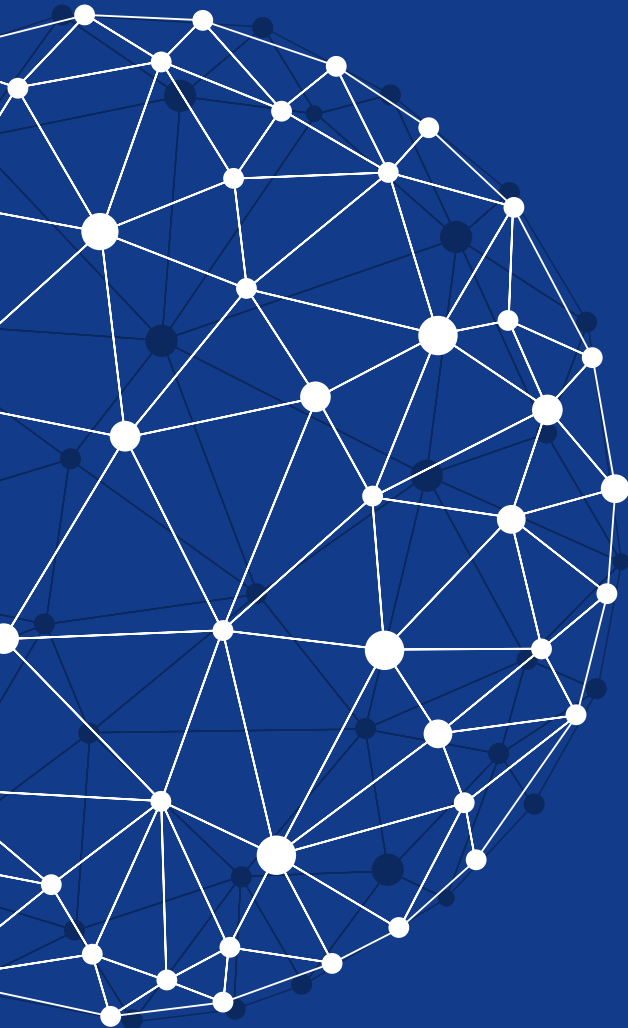
3. Studiensemester (WiSe+SoSe)	Studienmodul
M1.13	Research Study: Business Innovation and Future Foresight
M1.14	Co-Innovation Project: Company Case in Business Transformation
M1.15 + 1.16	Master's Thesis and Oral Defense

DozentInnen	Prüfungsleistungen	ECTS-Punkte	SWS
Prof. Dr. Wolfgang Habelt	ModA	5	4
Prof. Dr. Dr. Joachim Häcker	ModA oder schrP	5	4
Prof. Dr. Jessica Slamka	ModA	5	4
Prof. Dr. Holger Günzel	ModA und Präs	5	4
Kalle Peitz Silke Hillebrand	ModA und Präs	5	4
Prof. Dr. Christian Greiner	ModA und Präs	5	4

DozentInnen	Prüfungsleistungen	ECTS-Punkte	SWS
Prof. Dr. Steffen Henzel	ModA	5	4
Prof. Dr. Nicole Brunnhuber	ModA oder Präs	5	4
Prof. Dr. Eva Anderl Prof. Dr. Henrike Weiden	ModA	5	4
Dr. Carlos Härtel Kalle Peitz	ModA	5	4
Prof. Dr. Lars Brehm	ModA	5	4
Prof. Dr. Wolfgang Habelt Prof. Dr. Angelika Niebler	ModA und Präs	5	4

DozentInnen	Prüfungsleistungen	ECTS-Punkte	SWS
Prof. Dr. Wolfgang Habelt	ModA	5	4
Prof. Dr. Holger Günzel Martin Müller	ModA	5	4
Erstgutachter sind Professor:innen, die in dieser Studienrichtung lehren und prüfen	MA und Präs	20	2

Änderungen vorbehalten



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, Strategische(r) Einkäufer:in, Projektleiter:in Digitalisierung im Umfeld Logistik/Einkauf, Unternehmensberater:in 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 Einkäufer:in
- Projektleiter:in Digitalisierung im Umfeld Logistik/Einkauf
- Unternehmensberater:in 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 Absolvent:innen



„Frontalunterricht ist hier ein Fremdwort! Diskussionen, Teamarbeiten, Projekte und Gastvorträge aus der Praxis sind nur Beispiele für die interaktive Lehre dieses Studiengangs. Man hat nach den Vorlesungen nicht nur das Gefühl mehr zu wissen, sondern weiß es durch Übungen auch anzuwenden. Wer einen interaktiven Master mit Schwerpunkt Einkauf mit einer Prise Supply Chain Management sucht, ist hier an der richtigen Adresse.“
Kilian Flotzinger



„In diesem Master erfahre ich durch viele Projektarbeiten und sehr aktuelle Themen, was im heutigen agilen, digitalen Einkauf stattfindet. Durch Seminararbeiten, Fallstudien und Gruppenprojekte steht die Eigeninitiative im Studium oft im Fokus. Man fühlt sich oft wie in einer Unternehmensabteilung, was ich als eine gute Vorbereitung für den Beruf sehe.“
Carlotta Thomma



„Der Master Digital Sustainable Procurement & Supply Management hat mich mit einer praxisnahen Einkaufsfokussierung gelockt. Ich wurde dahingehend nicht enttäuscht und Gespräche mit Einkäufern und Einkaufsleiter:innen aus der Praxis haben gezeigt, dass genau dieser Studiengang bisher in Deutschland gefehlt hat!“
Nicola Interthal

Aufbau des Studiengangs

Studienrichtung: Digital Sustainable Procurement & Supply Management

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+SoSe)	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

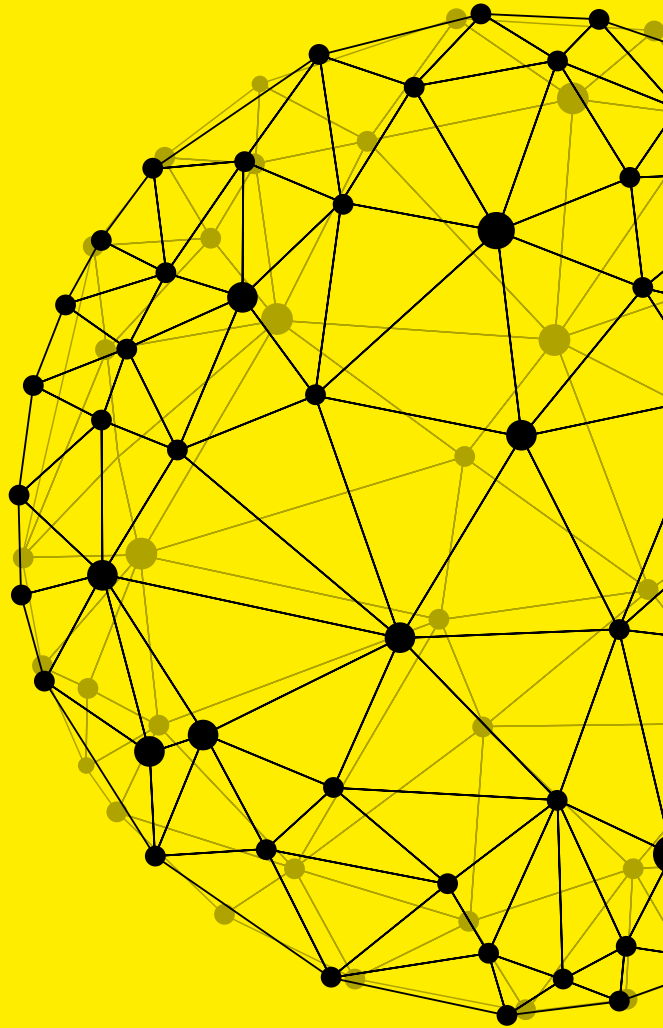
DozentInnen	Prüfungs- leistungen	ECTS- Punkte	SWS
Prof. Dr. André Krischke	ModA und Präs	5	4
Julia Sprung Christoph Ostermair	schrP	5	4
Prof. Dr. Florian C. Kleemann	ModA	5	4
Prof. Dr. Florian C. Kleemann	schrP oder ModA	5	4
Prof. Dr. Dirk Weber	schrP oder ModA	5	4
Tina Kornagel	schrP oder ModA	5	4

DozentInnen	Prüfungs- leistungen	ECTS- Punkte	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

DozentInnen	Prüfungs- leistungen	ECTS- Punkte	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 Absolvent:innen



„This program is exactly what I was looking for, because it combines entrepreneurial thinking with highly relevant topics such as IoT or Big Data. Plus, you have the chance to connect with experts from the industry during real projects or guest lecture.“

Lisa Walter



„The rise of digitalization has provided a new corridor for the future of education and DTM is one of the few inceptions that helps to equip its graduates to cope with arising digital challenges and opportunities. I was being exposed to emerging topics like Data Science, AI, and Machine Learning among other fundamentals in the conventional business syllabus during the course of study. The practice-oriented coursework with industry experts has also prepared me well to deal with real-life situations, which has certainly brushed up my career prospects.“

Jack Tan



„I liked the project-based and application-oriented learning and I benefitted a lot for my further professional life.“

Julius Heigl

Aufbau des Studiengangs

Studienrichtung: Digital Technology Management

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: Intellectual Property Rights
M 4.12	Design Thinking for Digital Technology Development

3. Studiensemester (WiSe+SoSe)	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

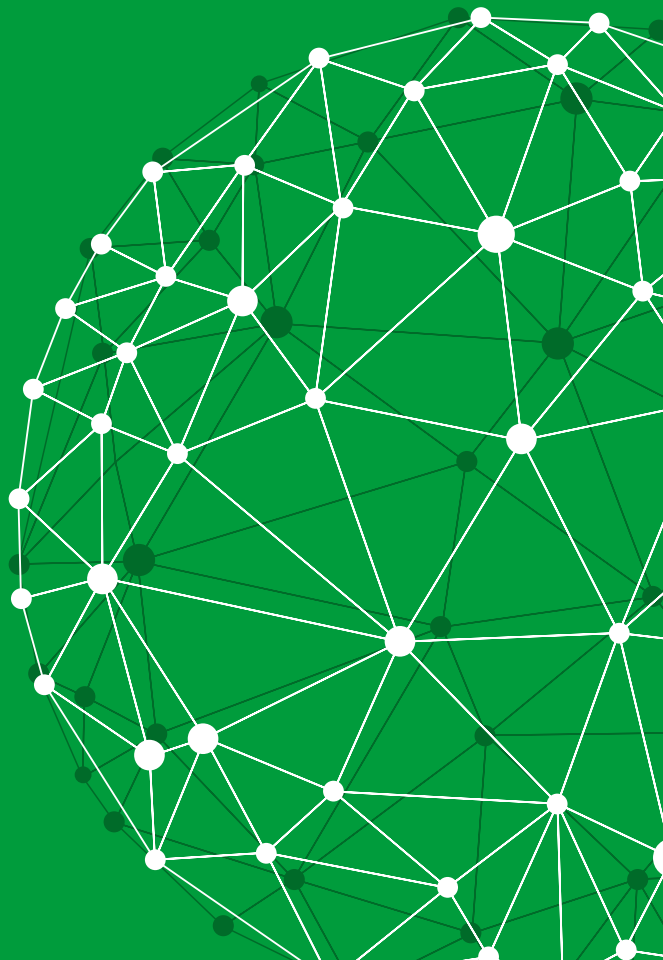
ECTS = European Credit Transfer and Accumulation System
 MA = Master's Thesis
 ModA = Modulararbeit (Academic paper)
 Präs = Presentation
 SWS = Semester hours/week

Lecturer	Assessment Method	ECTS	SWS
Prof. Dr. Lars Brehm and industry experts	ModA (80%) and Präs (20%)	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. Carl-Richard Haarmann*, Dr. Volker Schmitz-Fohrmann*, Dr. Andreas Lucke*	ModA	5	4
Prof. Anne Bergner Kim Corina Weber	ModA	5	4

Lecturer	Assessment Method	ECTS	SWS
Prof. Dr. Eva Anderl Prof. Dr. Henrike Weiden	ModA (80%) and Präs (20%)	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, Mitarbeiter:innen 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 Karieremöglichkeiten

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) bieten 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 Absolvent:innen



„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 pointierter 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 2.7*	Research Project: Banking, Finance, Accounting and Digitalization
M 2.8	Cross-cultural Communication and Digitalization
M 2.9	Investment Banking
M 2.10	Group Accounting and Transfer Pricing
M 2.11	Managerial Accounting

3. Studiensemester (WiSe)	Studienmodul
M 2.13**	Treasury Management and Corporate Finance
M 2.14	Project Study / Transfer Project: Audit & Assurance
M 2.15	Master's Thesis
M 2.16	Oral Defense of Master's Thesis

*M 2.7: ab 2022 im Wintersemester
 **M 2.13: ab 2023 im Sommersemester

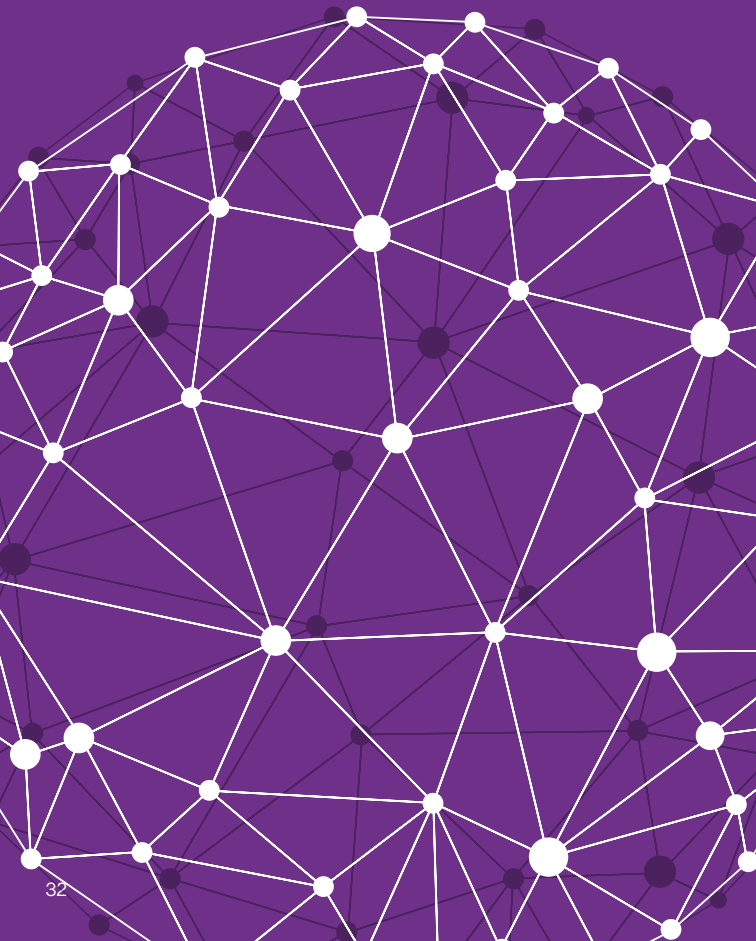
Änderungen vorbehalten

Studienrichtung: Finance and Accounting

DozentInnen	Prüfungsleistungen	ECTS-Punkte	SWS
Dr. Sandro Scheid	schrP	5	4
Prof. Dr. Oliver Hülsewig	schrP	5	4
Prof. Dr. Claudia Eckstaller Prof. Dr. Wilhelm Maier	ModA	5	4
Prof. Dr. Sabine Rodt Prof. Dr. Winfried Schwarzmann	ModA oder schrP	5	4
Prof. Dr. Ingrid Huber-Jahn	ModA und Präs	5	4
Prof. Dr. Jens Kleine	ModA oder schrP	5	4

DozentInnen	Prüfungsleistungen	ECTS-Punkte	SWS
Prof. Dr. Bernd Hofmann	ModA oder schrP	5	4
Prof. Dr. Jens Kleine	ModA	5	4
Prof. Dr. Sierk Horn Prof. Dr. Christian Langmann	schrP (50%) und Präs (50%)	5	4
Prof. Dr. Dr. Joachim Häcker	ModA oder schrP	5	4
Prof. Dr. Harald Ruhnke	ModA	5	4
Prof. Dr. Miriam Trauttmansdorff Prof. Dr. Hans-Thomas Körbs	ModA oder schrP	5	4

DozentInnen	Prüfungsleistungen	ECTS-Punkte	SWS
Prof. Dr. Philipp Gann	ModA oder schrP	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 Mitarbeiter:innen lassen sich die Herausforderungen der Zukunft bewältigen. Die Bedeutung von Personalmanagement hat sich deshalb im Verlauf der vergangenen Jahrzehnte grundlegend gewandelt, 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 Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen, 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:innen« sorgen für die reibungslose und zeitlich adäquate, sowie qualitativ hochwertige Bereitstellung von kompetenten und motivierten Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen für den Wertschöpfungsprozess des Unternehmens. Sie sind Ansprechpartner:innen 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, Absolventen und Absolventinnen 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 Absolvent:innen



„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

1. Studiensemester (WiSe)	Studienmodul	DozentInnen	Prüfungsleistungen	ECTS-Punkte	SWS
M 5.1	Research Methods: Scientific Methods in HRM	Prof. Dr. Claudia Eckstaller Prof. Dr. Christian Gärtner Prof. Dr. Robert Holzapfel Prof. Dr. Wilhelm Maier Prof. Dr. Jutta Schweitzer	ModA	5	4
M 5.2	Labour Economics	Prof. Dr. Leckebusch	ModA oder schrP	5	4
M 5.3	Leadership & Change Management	Prof. Dr. Christian Gärtner Prof. Dr. Claudia Eckstaller Prof. Dr. Wilhelm Maier	ModA	5	4
M 5.4	Talent Management & Coaching	Prof. Dr. Robert Holzapfel	ModA	5	4
M 5.5	Recruiting & Employer Branding	Prof. Dr. Claudia Eckstaller	ModA	5	4
M 5.6	Labour Law & Digitalization	Prof. Dr. Henrike Weiden	ModA	5	4
<hr/>					
2. Studiensemester (SoSe)	Studienmodul	DozentInnen	Prüfungsleistungen	ECTS-Punkte	SWS
M 5.7	Research Project: HR Controlling & Data Analytics	Prof. Dr. Jutta Schweitzer Prof. Dr. Langmann	ModA oder schrP	5	4
M 5.8	Intercultural Communication & Negotiation	Dr. Hubschmid-Vierheilig	ModA oder Präs	5	4
M 5.9	Finance in HR Management: Performance, Compensation & Benefits	Prof. Dr. Wilhelm Maier Prof. Dr. Philipp Gann	ModA oder schrP	5	4
M 5.10	International HRM & Expatriate Employment	Prof. Dr. Verena Kaiser	ModA oder schrP	5	4
M 5.11	Innovation & Knowledge Management	Prof. Dr. Thomas Peisl Prof. Dr. Dominik Hammer	ModA	5	4
M 5.12	Digital HRM & Agile Cooperation	Prof. Dr. Christian Gärtner	ModA oder schrP	5	4
<hr/>					
3. Studiensemester (WiSe+SoSe)	Studienmodul	DozentInnen	Prüfungsleistungen	ECTS-Punkte	SWS
M 5.13	Strategic HR Management	Prof. Dr. Wilhelm Maier Prof. Dr. Thomas Peisl	Präs	5	4
M 5.14	Project: Current topics in HRM	Prof. Dr. Claudia Eckstaller Prof. Dr. Jutta Schweitzer	ModA oder schrP	5	4
M 5.15 + M 5.16	Master's Thesis & Oral Defense	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 dem Master 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

Expert:innen 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 ManagerIn
- Business DevelopmentIn
- Campaign ManagerIn
- Content Marketing ManagerIn
- E-Commerce ManagerIn
- Key Account ManagerIn
- Marketing ManagerIn
- Markt- & MediaforscherIn
- Online Marketing ManagerIn
- Product ManagerIn
- Sales ManagerIn
- SEO Manager & AnalystIn
- Social Media ManagerIn

Testimonials von Studierenden und Absolvent:innen



„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

1. Studiensemester (WiSe)	Studienmodul	DozentInnen	Prüfungsleistungen	ECTS-Punkte	SWS
M 3.1	Marketing Research Methods and Projects	Prof. Dr. Markus Wessler Prof. Dr. Susanne Wigger-Spintig LB Rita Augustin	ModA	5	4
M 3.2	Economic Analysis of Countries and Markets	Prof. Dr. Fidelis Lankes	schrP oder ModA	5	4
M 3.4	Communication Management and Concept Development	Prof. Dr. Werner M. Thieme	ModA	5	4
M 3.11	Digital & Sustainable Consumer Behaviour Analysis	Prof. Dr. Susanne Wigger-Spintig	ModA	5	4
M 3.13	Digital Commerce	Prof. Dr. Klaus Gutknecht, Lehrbeauftragte	ModA	5	4
M 3.14	Project Study: Strategic Marketing and Technology Management in B2B Industries	Prof. Dr.-Ing. Matthias Schlipf & Gastdozenten	ModA	5	4
2. Studiensemester (SoSe)	Studienmodul	DozentInnen	Prüfungsleistungen	ECTS-Punkte	SWS
M 3.3	Leadership and Change Management	Prof. Dr. Claudia Eckstaller Prof. Dr. Wilhelm Maier	ModA	5	4
M 3.5	Brand Management	Prof. Dr. Werner M. Thieme	ModA	5	4
M 3.6	Sales and Key Account Management for Industrial Goods and Services	Prof. Dr.-Ing. Matthias Schlipf & Gastreferenten	ModA oder schrP und ModA	5	4
M 3.8	Cross-cultural Management and Negotiation	Prof. Dr. Nicole Brunnhuber	ModA oder Präs	5	4
M 3.9	Marketing Decisions & Financial Impacts	Prof. Dr. Klaus Gutknecht, Lehrbeauftragte	ModA	5	4
M 3.12	Customer Relationship Management	Prof. Dr. Susanne Wigger-Spintig Prof. Dr. Eva Anderl	schrP oder ModA	5	4
3. Studiensemester (WiSe+SoSe)	Studienmodul	DozentInnen	Prüfungsleistungen	ECTS-Punkte	SWS
M 3.7	Research Project: International Marketing Management	Prof. Dr. Werner M. Thieme	ModA	5	4
M 3.10	Sustainable new Business Development, Product Management and Innovation Management	Prof. Dr. Susanne Wigger-Spintig	ModA	5	4
M 3.15 + 16	Master's Thesis and Oral Defense of Master's Thesis	Erstgutachter sind Professor:innen, die in dieser Studienrichtung lehren und prüfen	MA, Präs	20	2

Änderungen vorbehalten

Bewerbungs- ablauf

1. Bewerbungen mit einem internationalen Bachelor-Abschluss

- Bewerbungen mit einem deutschen Bachelor-Abschluss überspringen bitte diesen Schritt
- Bewerbung über uni-assist mit einer Bearbeitungszeit von bis zu sechs Wochen bis 31. März: <https://my.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 einen Zulassungsbescheid
- Immatrikulation (August-Oktober)

Zulassungs- kriterien

- Ein mindestens sechs theoretische Studiensemester umfassendes betriebswirtschaftliches oder ein inhaltlich gleichwertiges Studium (210 ECTS). Bei 180 ECTS müssen die fehlenden ECTS Punkte nach dem zweiten Studiensemester durch ein 20-wöchiges Praktikum nachgeholt werden.
- Note 2,5 oder besser.
- Eine mit Erfolg abgelegte Eignungsfeststellungsprüfung (umfasst ein Aufnahmegespräch im Juli des jeweiligen Jahres).
- Der Nachweis von mindestens 20 ECTS-Kreditpunkten aus Studienmodulen der Volkswirtschaftslehre und/oder der Mathematik und/oder Statistik aus dem oben genannten Studium.

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, siehe <https://my.uni-assist.de>



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 80 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.