

MODUL 4

PERSONAL- & CHANGE MANAGEMENT

Mit Abschluss des Moduls kennen Sie die wesentlichen managementbezogenen Aufgabenfelder von Personalabteilungen und verfügen über fundierte Kenntnisse zu einzelnen Personalinstrumenten, deren Vor- und Nachteile Sie kritisch reflektieren können. Zudem kennen Sie die verschiedenen Change-Management-Ansätze und können diese situationsspezifisch reflektiert hinterfragen.

STUDIENINHALTE

- + Strategische Bedeutung des Personalmanagements
- + Personalbeschaffung und -auswahl
- + Entlohnung
- + Personalentwicklung
- + Widerstand gegen Wandel
- + Methoden des Change-Managements
- + Organisationales Lernen

ÜBERSICHT

Zertifikatsprogramm	BWL-Kompakt
Abschluss	Certificate of Advanced Studies (CAS)
Credits (ECTS)	24 Credits – vollständig im MBA in General Management anrechenbar
Dauer	2 Semester
Starttermin	Jährlich im Oktober



Anmeldung und weitere Informationen:
www.unikims.de/bwl

Die UNIKIMS ist die Management School erfolgreicher Unternehmen an der Universität Kassel

Jährlich nutzen etwa 1200 Nachwuchs- und Führungskräfte aus Unternehmen, von mittelständischen Betrieben bis hin zu multinationalen Konzernen, das Angebot der UNIKIMS. Die Studiengänge entwickeln wir in enger Zusammenarbeit mit zahlreichen Unternehmen, um Studierende mit maßgeschneiderten Bausteinen für ihren beruflichen Aufstieg zu unterstützen.

UNIKIMS GmbH
Universitätsplatz 12
34127 Kassel
Fon +49 561 804 2913
www.unikims.de

Berufsbegleitendes
Zertifikatsstudienprogramm

BWL-KOMPAKT

Umfassender Einblick in die anwendungsorientierte Betriebswirtschaft

UNIKASSEL
VERSITÄT

UNIKIMS



Fundierte, aktuelles BWL-Wissen ist für Führungskräfte ein unerlässlicher Kompetenzbaustein – insbesondere auch dann, wenn sie nicht „vom Fach“ sind.

Das Zertifikatsprogramm BWL-Kompakt richtet sich an Führungs- und Führungsnachwuchskräfte und zeichnet sich durch einen hohen Praxisbezug auf wissenschaftlichem Niveau aus. Schärfen Sie Ihr Qualifikationsprofil in den Bereichen der Methoden-, der Fakten- und der Anwendungskompetenz.

MODUL 1

STRATEGIE & ORGANISATION

Das Modul behandelt die Grundlagen des strategischen Managements. Sie lernen, was unterschiedliche Organisationsformen effizient macht und sind in der Lage, im Kontext formaler und informaler Organisationsgestaltung kluge Entscheidungen zu treffen.

STUDIENINHALTE

- + Der strategische Managementprozess
- + Umwelt- und Unternehmensanalyse, Strategische Optionen und Strategieimplementation
- + Funktion und Möglichkeiten einer modernen strategischen Kontrolle
- + Grundformen der organisatorischen Differenzierung und Integration
- + Alternative Organisationsmodelle
- + Unternehmenskultur
- + Politische Prozesse

MODUL 2

ACCOUNTING & CONTROLLING

Das Modul vermittelt Ihnen grundlegendes Wissen in Bilanzierungsvorschriften, so dass Sie komplexe Bilanzierungsprobleme systematisch einordnen und Jahresabschlüsse analysieren können. Zudem erhalten Sie Einblicke in den Bereich strategisches und operatives Controlling, Impairment Tests sowie in Kostenrechnungssysteme, Preiskalkulationstechniken und Value Based Management.

STUDIENINHALTE

- + Internationale sowie handelsrechtliche Bilanzierungsnormen
- + Jahresabschlussprüfung und Unternehmenspublizität
- + Komplexe Bewertungstechniken
- + Jahresabschlusspolitik
- + Kennzahlenbasierte Jahresabschlussanalyse
- + Unternehmensbewertung und DCF-Verfahren
- + Kostenrechnungssysteme
- + Controllinginstrumente und -systeme
- + Kennzahlen(-systeme) zur Unternehmenssteuerung
- + Wertorientiertes Controlling

MODUL 3

MARKETING- & VERTRIEBSMANAGEMENT

Das Modul befähigt Sie, fundierte Entscheidungen auf dem Gebiet des Marketing-Managements zu treffen und den Erfolg von Maßnahmen im unternehmerischen Kontext einordnen zu können. Darüber hinaus erwerben Sie grundlegende methodische und konzeptionelle Kenntnisse für den Aufbau eines Marketing-Konzepts. Ein besonderer Fokus liegt hierbei auf den relevanten Entscheidungsbereichen der Vertriebs- und Verkaufspolitik.

STUDIENINHALTE

- + Marketing: Transaktionen, Märkte und Beziehungen als Grundtatbestände des Marketing
- + Theoretische Hintergründe des Marketing
- + Arten von Kaufentscheidungen, -phasen und -typen
- + Basisstrategien im Marketing
- + Grundlagen und Entscheidungsbereiche der Leistungs-, Kontrahierungs- und Kommunikationspolitik
- + Absatzkanal-Management
- + Verkaufsformen und -prozesse
- + Customer Relationship-Management
- + Vertriebscontrolling
- + Konzepte der Vertriebsorganisation (insb. Key-Account-Management)