

VERSICHERUNGSMANAGEMENT (M.A.)

Studieninhalte/Lernziele/Lehrinhalte

| | |
|--|--|
| Abschlussbezeichnung | Master of Arts (M. A.) |
| Regelstudienzeit | 15 Monate zzgl. Master-Thesis und Kolloquium (Gesamtstudienzeit: 21 Monate) |
| Studienbeginn | Januar eines Jahres |
| Gebühren/Entgelte | 14.490 € |
| Studienkonzept | Vollzeit-Studium – berufsintegrierend studierbar |
| Zugangsvoraussetzung | Berufsqualifizierender Hochschulabschluss mit mind. 210 CP; Alternativ: Bachelor-Abschluss mit 180 CP plus Aufbaustudium an der FHDW Hannover |
| Eignungsfeststellung (Auswahlkriterien) | Auswahlverfahren, Auswahlgespräch |
| Übergänge zum herkömmlichen Studiensystem | Einzelfallprüfung für Quereinsteiger aus Diplomstudiengängen |

KOMPETENZEN UND EINSATZGEBIETE

VERSICHERUNGSMANGAGEMENT Die Studierenden lernen interdisziplinäre Innovationsprozesse in der Versicherungswirtschaft zu identifizieren, anzustoßen und zu steuern. Sie kennen aktuelle Instrumente und Handlungsfelder der Unternehmens- und Individualführung, so dass eine Karriere als Führungs- oder Fachkraft sowie im Projektmanagement möglich ist.

STUDIENINHALTE

LERNZIELE/LEHRINHALTE

Kompetenzblock Management
(Pflichtbereich)

- Management wird aus verschiedenen Blickrichtungen und mit maßgeblichen Teildisziplinen vertieft.
- Nach Absolvierung der verschiedenen Lehrveranstaltungen ist ein breites und tiefes Verständnis zu aktuellen Managementfragestellungen in unterschiedlichen Unternehmenskontexten vorhanden.

Leadership

- Es werden die Grundlagen zu Theorie und Funktionen der Unternehmensführung dargestellt und vertieft.
- Dann werden wichtige, branchenübergreifende Themenfelder des modernen Managements wie Corporate Governance, flache und agile Organisationsformen und Female Leadership behandelt.
- Ergänzend stellt ein Abschnitt zum wissensorientierten Management die Verbindung zu Innovation und zur Lernenden Organisation her.
- Es wird das Prinzip der dienenden Unternehmensführung behandelt.

STUDIENINHALTE

LERNZIELE/LEHRINHALTE

Planungsprozesse

- Hier wird die zukunftsgerichtete Planung in die Gesamtheit der unternehmerischen Verantwortung auf strategischer und operativer Ebene eingeordnet.
- Es wird die systemische Abhängigkeit des Unternehmens von Kundenanforderungen und Marktentwicklungen thematisiert.
- Neben klassischen Formen der reaktiven Planung werden auch neue Planungsprinzipien wie Advanced und Beyond Budgeting sowie Ansätze des Market Diving besprochen.

International Management

- Zunächst werden die wesentlichen Treiber der Globalisierung und deren Entsprechungen in Themen und Konzepten des internationalen Managements eingeführt.
- Dann werden ausgewählte Fragestellungen der Unternehmensethik und CSR behandelt.
- Es werden wichtige Ansätze zur Erfassung von Länderkulturen erarbeitet und die Charakteristika des „Global Managers“ untersucht.
- Insbesondere zum Markteintritt und zur Marktbearbeitung werden Internationalisierungsstrategien behandelt.
- Die Vorlesungsinhalte werden durch Praxisbeispiele ergänzt.

Managementkonzepte der Unternehmensentwicklung

- Hier werden zunächst grundlegende Basistheorien und Konzepte der Unternehmensentwicklung behandelt.
- Es werden darauf aufbauende wesentliche Handlungsfelder und Aspekte des Wandels auf Unternehmensebene wie zum Beispiel Kernkompetenzmanagement, Turnaround Management, Total Quality Management, Innovationsmanagement und Geschäftsprozessoptimierung besprochen.

Change- und Projektmanagement

- Es werden die Herausforderungen des Wirtschaftslebens für die konkrete Gestaltung von Veränderungsprozessen behandelt.
 - Nach einer Strukturierung des typischen Veränderungsphasen werden zur Ableitung geeigneter Instrumente organisationale Lerntheorien und diagnostische Verfahren eingeführt.
 - Es sollen Handlungskompetenzen auf horizontaler und individueller Ebene als Change Agent und Projektleitung erlangt werden.
 - Es handelt sich um seminaristischen Unterricht mit Vorlesungselementen, Diskussionen und Fallstudien sowie Vorträgen der Studierenden und individuellen Übungen.
-

STUDIENINHALTE

LERNZIELE/LEHRINHALTE

Kompetenzblock Versicherung (Pflichtbereich)

- In diesem betriebswirtschaftlich ausgerichteten Studiengang liegt der Fokus auf der Steuerung, Führung und Produkt- und Prozessgestaltung in Versicherungsunternehmen.
- Es wird ein umfangreiches Fachwissen über den Versicherungsmarkt und seine Mechanismen vermittelt.
- Dazu gehören regulatorische Anforderungen und deren Übersetzung in die Steuerungswelt von Versicherungsunternehmen.
- Neben der Produktgestaltung und Tarifikalkulation und der Gestaltung von Geschäftsprozessen werden auch aktuelle und künftige Herausforderungen an das Versicherungsmanagement behandelt.

Versicherungsaufsicht und Marktregulierung

- Hier werden Grundlagen und Prinzipien von Solvency II erläutert.
- Dabei werden verschiedene Risikomodule der Standardformel analysiert und die Komponenten und Funktionsweisen des Governancesystems ausführlich dargestellt.
- Zudem werden veröffentlichte Berichte der Säule III analysiert.
- Außerdem werden weitere Aspekte der Marktregulierung betrachtet.

Wertorientierte und finanzielle Steuerung

- In diesem Modul werden Handlungsoptionen eines Versicherers zum Umgang mit den übernommenen Risiken und Versicherungsverpflichtungen dargestellt.
- Die Studierenden erarbeiten sich im Laufe der Vorlesung ein Wertetreibersystem.
- Dabei werden Besonderheiten der Versicherungswirtschaft, deren Wertschöpfungsprozesse und Kapitalerfordernisse vermittelt und anhand von Praxisbeispielen vertieft.
- Es werden wertorientierte Theorie-Konzepte mit Zielen, Instrumenten und Methoden vorgestellt und auf konkrete Fallbeispiele in der Personen- und Kompositversicherung angewendet.
- Auf dieser Basis werden wertorientierte Steuerungsgrößen und Kennzahlen diskutiert.
- Im Rahmen der wertorientierten Steuerung wird die Komplexität des Kostenmanagements behandelt.

Versicherungsökonomie

- Zunächst wird die Theorie des Angebots und der Nachfrage von Versicherungsprodukten behandelt.
- Dabei werden die Situationen der symmetrischen und asymmetrischen Informationsverteilung hergeleitet.
- Es werden Auswirkungen einer sogenannten unfairen Prämie auf die Versicherungsnachfrage analysiert.
- Zudem wird auch die empirische Relevanz des Phänomens der sogenannten vorteilhaften Selektion für Versicherungsmärkte erarbeitet.
- Dann schließt sich die Analyse von Versicherungszyklen und die Diskussion ihrer Bedeutung für Versicherungsunternehmen an.
- Die sich ergebenden Erkenntnisse werden dann in einem Planspiel angewendet.

STUDIENINHALTE

LERNZIELE/LEHRINHALTE

Prozessorientierte Organisation des Versicherungsgeschäftes

- Dieses Modul behandelt Konzepte und Methoden der Prozessmodellierung und Prozessoptimierung grundlegend und anhand versicherungsspezifischer Geschäftsprozesse.
- Die strategische Relevanz einer prozessorientierten Sichtweise wird deutlich gemacht, wobei konkrete Handlungsoptionen unter Berücksichtigung von Effizienz-, Qualitäts- und Kostenzielen analysiert werden.
- Zusätzlich werden Wechselwirkungen mit anderen Managementkonzepten theoretisch und anhand von praktischen Beispielen diskutiert und aufgearbeitet.

Produktentwicklung auf der Grundlage aktueller Methoden

- Im Fokus steht die im Zusammenhang mit der Produktentwicklung relevante Kalkulation von Versicherungsprodukten und -risiken.
- Es wird die Bewertung und Einschätzung der zu versichernden Risiken besprochen.
- Zudem werden Kalkulationsgrundlagen der Tarifierung in den Sparten Lebens- und Schadenversicherung unter Anwendung aktueller Methoden erlernt.
- Neben einem Einblick in geeignete statistische Modelle und wichtige Modellansätze werden die Besonderheiten der jeweiligen Versicherungssparten erarbeitet und gegenüber gestellt.
- Außerdem wird die Bedeutung adverser Selektion, moralischen Risikos und aktueller Herausforderungen für die Kalkulation diskutiert.

Aktuelle Herausforderungen für die Führung von Versicherungsunternehmen

- Die Veranstaltung gibt vertiefende Einblicke in aktuelle Entwicklungslinien und externe Effekte in der Versicherungsbranche.
 - Es werden ausgewählte praktische und wissenschaftliche Fragestellungen des Versicherungsmanagements diskutiert.
 - Bereits erworbene theoretische Kenntnisse sollen anhand von konkreten Problemstellungen vertieft und kritisch hinterfragt werden.
 - Dabei werden aus Sicht des Versicherungsmanagements diverse aktuelle Trends wie Digitalisierung, Klimawandel oder Demografie und ihre Auswirkungen auf die verschiedenen Bereiche eines Versicherungsunternehmens betrachtet.
 - Die Studierenden lernen, Innovationspotentiale zu ermitteln und Auswirkungen auf Ziele, Strategien und Strukturen zu erkennen.
 - Der seminaristische Unterricht mit Übungen und Fallstudien wird ergänzt durch Vorträge externer Referenten aus der Unternehmenspraxis.
-

STUDIENINHALTE

LERNZIELE/LEHRINHALTE

| | |
|---|--|
| Wahlpflichtbereich | Auswahl aus einem der folgenden Kompetenzblöcke: <ul style="list-style-type: none"> • Controlling • Finanzen und Risiko • Marketing • Vertrieb |
| Kompetenzblock Controlling (Wahlpflichtbereich) | <ul style="list-style-type: none"> • Controlling wird aus verschiedenen Blickrichtungen und mit allen maßgeblichen Teildisziplinen vertieft. • Nach Absolvierung der verschiedenen Lehrveranstaltungen ist ein breites und tiefes Verständnis zu Strategien, Instrumenten und operationalen Umsetzungen der wesentlichen Controlling-Instrumente vorhanden. |
| Ausgewählte Instrumente des operativen und strategischen Controlling | <ul style="list-style-type: none"> • Die Grundlagen des operativen und strategischen Controllings werden im Rahmen der koordinationsorientierten Controllingkonzeption vertieft. • Im Mittelpunkt steht die Analyse der Informationssysteme und Instrumente für die operative und strategische Führung der Unternehmen. • Betrachtet werden u.a. Integrierte Budgetierungssysteme, Instrumente des Kostenmanagements, das Erfahrungskurvenkonzept, interne Verrechnungspreise, die Strategieumsetzung mit der Balanced Scorecard und Instrumente des Projektcontrollings. |
| Prozessorientiertes Controlling | <ul style="list-style-type: none"> • Ausgangspunkt ist die Bestimmung der betrieblichen Prozesse und ihrer Prozessgrößen (Kostentreiber) im Rahmen des Stakeholder Value Ansatzes. • Darauf aufbauend werden die Prozesskostenrechnung, das Prozessbenchmarking und Konzepte wie Kaizen, Six Sigma, das Target Costing vertiefend betrachtet. • Die Studierenden bearbeiten konkrete Fallstudien zur Prozessanalyse und -optimierung im Rahmen von Fallstudien. • In der Abschlusspräsentation werden die Ergebnisse vorgestellt und vertreten. |
| Wertorientiertes Controlling | <ul style="list-style-type: none"> • Vor dem Hintergrund eines integrierten wertorientierten Managementkonzepts rücken die Determinanten des Wertbetrags (Werttreiber) in den Fokus. • Zur Umsetzung der Werttreiber und zur Effizienzsteigerung des Managementprozesses werden Performance Measurement-Ansätze, Anreizsysteme und die wertorientierte Berichterstattung betrachtet. • Die Studierenden beurteilen und bewerten fallbasiert aktuelle Entwicklungen zum Shareholder Value mit Hilfe des analytischen Instrumentariums des wertorientierten Controlling. |

STUDIENINHALTE

LERNZIELE/LEHRINHALTE

Internationale Rechnungslegung und Controlling

- Zu Beginn werden die controlling-relevanten Grundlagen der IFRS-Rechnungslegung behandelt.
- Hierauf aufbauend wird vermittelt, wie sich das Rollenverständnis und die Aktionsfelder der Controller unter IFRS vieler praxisrelevanter Fallbeispiele an der Schnittstelle zwischen externem Rechnungswesen, Controlling und Risikomanagement erweitern.

Konzern-Bilanzierung und Bilanzierung von Sicherungsbeziehungen

- Für Karriereschritte in Richtung Konzerncontrolling und kaufmännischer Leitung werden die Grundlagen und Probleme der Konzernrechnungslegung nach HGB und IFRS vermittelt und in controlling-spezifische Fragestellungen überführt.
- Darauf aufbauend werden spezifische risikopolitische Instrumente im finanzwirtschaftlichen Bereich von Unternehmen thematisiert: gängige Methoden zur Steuerung von Marktpreisrisiken über Derivate werden mit ihren bilanziellen Auswirkungen nach HGB und IFRS dargestellt.
- Darüber hinaus werden Maßnahmen zur Steuerung des operationellen Risikos im Treasury und Risikocontrolling behandelt.

Innovationen und Trends im Controlling

- Ausgewählte Praktiker aus Unternehmen und Beratungshäusern geben fundierte Einblicke in aktuelle Fragestellungen des Controlling, der Finanzierung und des Risikomanagements.
- Behandelt werden aktuelle Fragestellungen rund um die Digitalisierung, Social Media, Nachhaltigkeit und volatile Märkte und ihre Auswirkungen auf Controlling, Finanzierung und Risikomanagements.
- Die Studierenden reflektieren die vorgestellten Themen in einer schriftlichen Hausarbeit.

Kompetenzblock Finanzen und Risiko (Wahlpflichtbereich)

- Risikomanagement und Finanzierungsfragestellungen werden aus verschiedenen Blickrichtungen und mit allen maßgeblichen Teildisziplinen vertieft.
- Nach Absolvierung der verschiedenen Lehrveranstaltungen ist ein breites und tiefes Verständnis zu Strategien, Instrumenten und operationalen Umsetzungen von Risikomanagementsystemen und Finanzierungsstrategie vorhanden.

Strategisches und operatives Risikomanagement

- Die Studierenden werden mit den Grundlagen des Risikomanagements und mit den verschiedenen Phasen des Risikomanagementprozesses anhand gängiger Risikomanagementkonzepte und -standards (Three-Lines-of-Defence, COSO Enterprise Risk Management, COSO Internal Controls und ISO 31000) vertraut gemacht.
- Schwerpunkte liegen auf der Systemgestaltung und -umsetzung unter Berücksichtigung der rechtlichen Rahmenbedingungen.
- Der in jeder Branche anwendbare Prozess des Risikomanagements wird anhand real- und finanzwirtschaftlicher Beispiele diskutiert.

STUDIENINHALTE

LERNZIELE/LEHRINHALTE

Modellierung und Steuerung von Risiken

- Die Modellierung und Steuerung ausgewählter Risikoarten wird anhand einer umfangreichen Fallstudie für F&E-, Beschaffungs-, Produktions- und Absatzrisiken sowie das Outsourcing diskutiert.
- Ein Modellrahmen zur Aggregation von Einzelrisiken zu einem Gesamtrisiko und den Abgleich mit der Risikotragfähigkeit von Unternehmen wird entwickelt.

Modellierung und Steuerung finanzwirtschaftlicher Risiken

- Aufgaben und Ziele des finanzwirtschaftlichen Risikomanagements werden als Teilaufgabe eines umfassenden Risikomanagements dargestellt.
- Marktpreisrisiken, Adressrisiken, Liquiditätsrisiken und operationelle Risiken werden ausführlich diskutiert und Methoden der Messung und Steuerung der einzelnen Risikoarten vorgestellt.
- Am Beispiel von Aktienkurs- und Zinsrisiken werden die verschiedenen Methoden und Steuerungsansätze vertiefend dargestellt.

Moderne Konzepte der Unternehmensfinanzierung

- Verschiedene Aspekte moderner Finanzierungsinstrumente zur Unternehmens- und Projektfinanzierung (Crowd Funding, FinTech, Mezzanine, etc.) werden vorgestellt und in den Gesamtkontext einer modernen, risikoorientierten Unternehmensfinanzierung und -bewertung eingeordnet.
- umfangreiche Übungselemente und Praxisreflexionen zum Financial Modelling ermöglichen eine praxisrelevante Anwendung der Themenstellungen in selbst gewählten Fallstudien.

Quantitative Methoden der Datenanalyse

- Nach einer Einführung in die multivariate Statistik werden Lineare Regression, Faktorenanalyse, Hauptkomponentenanalyse, Varianzanalyse und Diskriminanzanalyse anhand von Fallstudien aus der betriebswirtschaftlichen Praxis betrachtet.

Business Intelligence

- Datenanalysen sind ein immer wichtigerer Bestandteil der Aufgaben von Risikomanagern und Controllern.
- Es werden theoretische und praktische Grundlagen zu den Arten von Daten und zum Datenmanagement, der Daten- und IT-Architektur und einem erforderlichen IKS sowie zu Datenmodellen und Datenanalysen vermittelt.

Kompetenzblock Marketing (Wahlpflichtbereich)

- Marketing wird aus verschiedenen Blickrichtungen und mit allen maßgeblichen Teildisziplinen behandelt.
- Nach Absolvierung der verschiedenen Lehrveranstaltungen ist ein breites und tiefes Verständnis zu Strategien, Instrumenten und operationalen Umsetzungen der wesentlichen Marketing-Instrumente vorhanden.

STUDIENINHALTE

LERNZIELE/LEHRINHALTE

Quantitative Methoden der Marktforschung

- In der vertiefenden Veranstaltung werden Methoden der uni-, bi- und multivariaten Datenanalyse gelehrt.
- Das vermittelte Wissen deckt die wesentlichen Methoden der empirischen Markt- und Sozialforschung ab.
- Neben den statistischen Methoden werden auch die elementaren Grundlagen eines Forschungsdesign und des Berichtswesen zur Marktforschung thematisiert.

Konzeption und Durchführung eines Marktforschungsprojekts

- Es wird ein konkretes Projekt aus der Marktforschungspraxis umgesetzt.
- Es wird eine Forschungsfragestellung erarbeitet und in ein Marktforschungsdesign überführt.
- Die Studierenden erheben die Daten im Feld und werten Sie unter Zuhilfenahme eines statistischen Softwarepakets eigenständig aus.
- In der Abschlusspräsentation werden die Ergebnisse vorgestellt und vertreten.

Produktmanagement und Markenführung

- Das Produktmanagement wird in seinen Ausprägungen betrachtet und thematisiert.
- Zweiter Schwerpunkt ist die Markenführung, die aus wissenschaftlicher und praktischer Sichtweise behandelt wird.
- Die Veranstaltung wird regelmäßig von Praxisbeispielen und mit Praxisvorträgen angereichert, um die dynamische Perspektive stärker herausarbeiten zu können.

Kundenbindung und Rückgewinnung

- Kundenbindung wird als Paradigma des Marketings vorgestellt.
- Die verschiedenen Optionen der Kundenbindung werden durchgesprochen.
- Zusätzlich wird das Beschwerdemanagement herausgearbeitet, um weitere Optionen für Zusatzumsätze zu haben.
- Die Veranstaltung wird regelmäßig von Praxisunternehmen unterstützt, die ihre realen Kundenbindungsherausforderungen kreativ durch akademischen Input angehen wollen.

Kommunikationsallokation und klassische Kommunikationsinstrumente

- Die Kommunikationsplanung steht bei der Veranstaltung zu Beginn im Mittelpunkt und greift u. a. Werbewirkungszusammenhänge und Budgetierungsansätze auf.
- In weiterer Folge werden die wesentlichen Kommunikationsinstrumente diskutiert, die neben dem Hype um digitale Medien auch heute noch eine große Relevanz besitzen.
- Unter anderen sind dies Print, Bewegtbild, Audio und Out-of-Home.

STUDIENINHALTE

LERNZIELE/LEHRINHALTE

Digitale Kommunikationsinstrumente

- Eine komplette Veranstaltung wird den Instrumenten zur digitalen Kundenansprache gewidmet.
- Die etablierten Instrumente Homepage, Display- und E-Mail-Marketing bilden das Fundament.
- Einen Schwerpunkt legt die Veranstaltung auf alle Aspekte des Social Medias.
- Auch neuere Trendthemen werden betrachtet, um einen Überblick zu den Strömungen des digitaken Marketing zu erhalten.

Preismanagement

- Das Preismanagement wird in dieser Veranstaltung sowohl strategisch wie operativ betrachtet.
- Anschauliche Rechenbeispielen stellen die kurz- und langfristigen Effekte eines Preismanagements dar.
- Moderne Verfahren der Preissetzung werden zur Vervollständigung des Themengebiets diskutiert.

Kompetenzblock Vertrieb (Wahlpflichtbereich)

- Die Veranstaltungen zum Vertriebsmanagement steigen in die drei wesentlichen Aspekte des Vertriebs ein: Ablauf und Strukturen des Vertriebs, die Psychologie hinter absatzseitigen Maßnahmen und der Personalführung, da Vertrieb personalintensiv ist.

Gestaltung des Vertriebsprozesses

- Die erste Veranstaltung legt das Fundament für einen strukturierten Vertrieb.
- Alle wesentlichen Schritte eines erfolgreichen Vertriebs werden diskutiert und analysiert.
- Die Gestaltung und Steuerung einer passenden Vertriebsorganisation wird ergänzend thematisiert.
- Diese Veranstaltung wird i. d. R. zusammen mit Praxisunternehmen gestaltet, so dass das Wissen direkt zur Anwendung kommen kann.

Methoden der Absatzsteuerung

- Aufbauend auf die Veranstaltung „Gestaltung des Vertriebsprozesses“ greift diese Veranstaltung jetzt die Vertriebssteuerung auf.
- Dabei wird als Ausgangsbasis das Lead-Management betrachtet, was sich aus dem digitalen Marketing kommend heute als grundlegende Betrachtung des Kontaktmanagements in Vertriebsmanagement etabliert hat.
- Der zweite Teil der Veranstaltung beschäftigt sich mit dem Absatzkanalmanagement, um die Kanalsteuerung als zentrales Entscheidungsfeld des Vertriebs herauszuarbeiten.

STUDIENINHALTE

LERNZIELE/LEHRINHALTE

Anreiz- und Motivationssysteme

- Vertrieb ist bei vielen Unternehmen sehr personalintensiv aufgestellt, dem trägt die Planung mit 2 Veranstaltungen Rechnung.
- Grundlegend werden in der ersten Veranstaltung Motivationsprozesse und Theorien betrachtet.
- Mit diesem Wissen ausgestattet findet die erste Veranstaltung als geblocktes Wirtschaftsspielspiel statt, bei dem die Studierenden anhand eines wirtschaftlich orientierten Brettspiels an der Realität angelehnte Unternehmenssituationen meistern müssen.

Personalführung im Vertrieb

- Die zweite Veranstaltung beschäftigt sich dann strukturiert und linear mit einem großen Kanon an Erklärungsansätzen zur Personalführung.
- Alle Theorien werden anhand verschiedener Fallstudien zur Anwendung gebracht und die Studierenden erarbeiten sich eine methodische und praktische Kompetenz zur Lösung von Personalführungssituationen.

Verhaltens- und Verkaufspsychologie I + II

- Die aktivierenden Prozesse des menschlichen Verhaltens werden als Grundlage der Gestaltung von Austauschbeziehungen aus Vertriebsicht erarbeitet.
- In der zweiten Veranstaltung wird dann dieses Wissen auf die Kaufentscheidung übertragen, um Möglichkeiten der positiven Beeinflussung zu identifizieren .

Master Thesis (Pflichtbereich)

- Durchführung eines Projekts mit hohem Komplexitätsgrad.
- Instrumentale Kompetenz: Es können anspruchsvolle Theorien und Methoden aus allen besuchten Modulen auf eine konkrete Fragestellung angewendet werden.
- Systemische Kompetenz: Die Erkenntnisse müssen in einen wissenschaftlichen Kontext eingeordnet werden.
- Kommunikative Kompetenz: Die verwendeten theoretischen Grundlagen und praktischen Lösungen des Projekts müssen in wissenschaftlich angemessener Weise und auf einem hohen Abstraktionsniveau schriftlich dargestellt werden und mündlich verteidigt werden.

Kolloquium zur Master-Thesis (Pflichtbereich)

- Präsentieren, Verteidigen und Diskutieren der Inhalte der Master-Thesis und benachbarter Themengebiete.
- Betriebswirtschaftliche und technische Aussagen der Thesis in einem gesamtgesellschaftlichen Zusammenhang reflektieren.