

MBA Business Management

Wissen für den Erfolg





GRUSSWORT VON PROF. DR. JOACHIM HORNEGGER

Präsident der Friedrich-Alexander-Universität
Erlangen-Nürnberg (FAU)

„ Wissenstransfer und das Angebot berufsbegleitender Weiterbildungsstudiengänge zählt – neben den Kernaufgaben in Forschung und Lehre – im Sinne der ‚Third Mission‘ schon lange zu den wichtigsten Aktivitäten der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg (FAU). Der tiefgreifende digitale Wandel erfordert neues Wissen und zusätzliche Kompetenzen auf allen Ebenen. Die FAU bietet interessierten Berufstätigen die Möglichkeit, mit dem Weiterbildungsstudiengang ‚Master of Business Administration‘ (MBA) die notwendigen Kompetenzen zu erwerben.

Hochrangige Dozentinnen und Dozenten der FAU, unterstützt durch kompetente Expertinnen und Experten aus der Praxis, vermitteln einen ebenso umfassenden wie aktuellen Überblick über die Herausforderungen des Managements im digitalen Zeitalter. Der MBA-Weiterbildungsstudiengang ist sichtbarer Ausdruck der Tatsache, dass die FAU im Reuters-Ranking 2019 erneut als innovationsstärkste Universität in Deutschland und als ‚Nr. 2‘ in Europa ausgezeichnet worden ist.“

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'J. Hornegger'.

Prof. Dr. Joachim Hornegger
Präsident der FAU Erlangen-Nürnberg



DER WEG ZUM „MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION“

Unsere Arbeitswelt steht vor den Herausforderungen des digitalen Wandels und des gewinnorientierten Wirtschaftens unter Berücksichtigung der ökonomischen, ökologischen und sozialen Verantwortung.

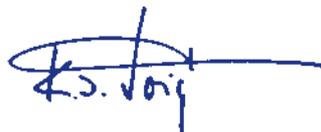
Unser Ziel ist es, Sie dabei zu unterstützen, diese Herausforderungen erfolgreich zu bewältigen und die Chancen der Digitalisierung und des nachhaltigen Wirtschaftens erfolgreich zu nutzen. Unser Executive MBA „Business Management“ vermittelt Ihnen die erforderliche Fachkompetenz und trainiert die wichtigen Führungsqualifikationen hierzu.

Mit dem MBA-Studium am Fachbereich Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (WiSo) der FAU entscheiden Sie sich für ein intensives, herausforderndes und inspirierendes Studium. Während der drei Studienhalbjahre durchlaufen Sie berufsbegleitend eine erstklassige Management-Ausbildung. Diese soll für Sie zu einer persönlich bereichernden Erfahrung werden und Ihre Karriere entscheidend fördern. Dazu tragen der intensive Austausch mit den Lehrenden, mit externen Expertinnen und Experten sowie mit den anderen Teilnehmerinnen und Teilnehmern aus verschiedenen Branchen, Unternehmen und Kulturräumen bei.

Und auch nach dem Studium wollen wir diesen Wissens- und Kompetenztransfer aufrecht erhalten und fördern: Werden Sie Teil unserer MBA-Alumni und pflegen Sie gemeinsam mit uns ein starkes Netzwerk von wertvollen Kontakten und Freundschaften.

Unser MBA-Programm bietet eine umfassende Management-Qualifikation im digitalen Zeitalter. Wenn Sie diese Chance nutzen möchten, freuen wir uns darauf, Ihr MBA-Studium professionell zu begleiten.

Ihr



Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
Vorsitzender des MBA-Vorstands
Director of Executive Education



DER STUDIENGANG

STUDIERN AUF SPITZENNIVEAU

Der berufsbegleitende MBA-Studiengang „Business Management“ rüstet seine Studierenden in einer zeitlich straff organisierten, ziel- und ergebnisorientierten Ausbildung für die Anforderungen des modernen Managements. Ziel dieser Weiterbildung sind Führungskräfte, die auch unter erhöhtem Veränderungs-, Kosten- und Zeitdruck in der Lage sind, in komplexen Zusammenhängen zu denken und verantwortungsvolle Entscheidungen zu übergreifenden Zielen zu treffen.

Diese Weiterbildung umfasst sowohl die fundierten wissenschaftlichen Grundlagen als auch die praktischen Lösungsansätze für konkrete Managementaufgaben. Sie befähigt die Studierenden, entscheidende Problemstellungen der Wirtschaftspraxis unter Zuhilfenahme neuester wissenschaftlicher Instrumentarien erfolgreich zu bearbeiten und zu lösen.

Dabei werden die Urteilsfähigkeit und Kompetenz zur kritischen Reflexion komplexer Sachverhalte vertieft und die Einordnung der Fragestellungen in übergeordnete Zusammenhänge vermittelt. Dies geschieht durch eine Kombination aus anspruchsvoller theoretischer Wissensvermittlung und gemeinsamem praxisorientierten Arbeiten.

BESONDERER FOKUS AUF DIGITALISIERUNG UND NACHHALTIGKEIT

Digitalisierung und Nachhaltigkeit sind die beiden großen Megatrends der Zukunft und die transdisziplinären Treiber der globalen Transformation. Sie werden deshalb in unserem MBA-Programm konsequent als modulübergreifende Querschnittsthemen behandelt. Zusätzlich werden sie, um ihre Potenziale optimal erkennen und nutzen zu können, vernetzt betrachtet. Denn: Die Digitalisierung konsequent an ökologischen, ökonomischen und sozialen Nachhaltigkeitskriterien auszurichten, bedeutet, Unternehmen langfristig zukunftsfest machen zu können.

Wie kann Digitalisierung gelingen? Wie lässt sich nachhaltig wirtschaften? Wie kann die Digitalisierung dabei einen Beitrag zu mehr Nachhaltigkeit leisten? Diese und viele weitere spannende Fragen diskutieren und beantworten wir im Rahmen Ihrer MBA-Ausbildung an der FAU, einer der TOP 15 innovationsstärksten Universitäten weltweit.

KONSEQUENTE INTERNATIONALISIERUNG

Die Wirtschafts- und Sozialwissenschaften der Friedrich-Alexander-Universität bringen ihr starkes Engagement in der internationalen „scientific community“ mit über 100 Partneruniversitäten in den MBA-Studiengang ein. Für eine konsequente Internationalisierung stehen:

- Die internationale Ausrichtung der Lehrinhalte
- Eine obligatorische europäische Exkursion, z.B. nach Paris, Wien oder Prag
- Fakultative weltweite Exkursionen, z.B. nach China, Russland oder Indien
- International orientierte und erfahrene Lehrkräfte
- Internationale Case Studies

THEORIEFUNDIERTE PRAXISORIENTIERUNG

Die Nürnberger Wirtschafts- und Sozialwissenschaften sind aufgrund ihrer Entstehungsgeschichte als ehemalige Handelshochschule der Stadt Nürnberg traditionell praxisorientiert ausgerichtet. Zugleich sind sie als universitärer Fachbereich theoriefundiert. Diese wertvolle Synthese aus Theorie und Praxis spiegelt sich in unserem MBA-Programm wider:

- In der auf wissenschaftlichen Erkenntnissen und Empfehlungen beruhenden Praxisausrichtung des Programms
- Im Bearbeiten und Lösen von realen Case Studies mit Hilfe wissenschaftlicher Instrumentarien und Methoden
- Im Transfer theoretischer Ansätze und Methoden in Werkzeuge und Leitfäden für die berufliche Anwendung
- Im Einsatz hervorragend ausgewiesener Universitätsprofessorinnen und -professoren mit nachweislich intensivem Praxisbezug
- In zusätzlichen Gastvorträgen von erfahrenen Führungspersönlichkeiten
- Im Einbringen der beruflichen Erfahrungen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

DIE TEILNEHMENDEN

ZWEI ZIELGRUPPEN

Die Digitalisierung erfasst immer mehr Bereiche unserer Arbeitswelt, der Wettbewerbsdruck auf Unternehmen wächst, die Anforderungen an den Einzelnen steigen. Wo in der Vergangenheit die Beherrschung technischer oder ökonomischer Methoden im Vordergrund stand, ist zunehmend die Integration beider Bereiche auf solider fachlicher Grundlage gefragt.

Neben Fachkräften aus den Bereichen Technik und Betriebswirtschaft sind auch solche aus der Naturwissenschaft, der Medizin, der Sozialwirtschaft und anderen Sektoren betroffen. Sie alle sind mit dem zunehmenden Innovations- und Kostendruck bei gleichzeitig steigenden Qualitätsanforderungen konfrontiert.

Unser MBA-Studiengang „Business Management“ spricht deshalb insbesondere zwei Zielgruppen an:

- Absolventinnen und Absolventen von Studiengängen, in denen keine oder nur wenige wirtschaftswissenschaftliche Kenntnisse vermittelt werden, die sich aber für Führungsaufgaben qualifizieren möchten. Gerade bei Führungskräften mit technischem, naturwissenschaftlichem, juristischem oder geisteswissenschaftlichem Hintergrund wird der Bedarf an ökonomischen, führungsspezifischen und interkulturellen Zusatzqualifikationen immer größer.
- Absolventinnen und Absolventen wirtschaftswissenschaftlicher Studiengänge, die eine betriebswirtschaftliche Höherqualifizierung anstreben oder sich auf leitende Managementpositionen vorbereiten möchten. Ihnen wird die Möglichkeit geboten, zusätzliche Managementkompetenzen zu erwerben und sich mit den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen vertraut zu machen.

VIELFALT DER TEILNEHMENDEN

Die Vielfalt der Teilnehmenden ist wichtiger Bestandteil eines guten MBA-Programms, denn sie fördert entscheidend den „Blick über den Tellerrand“ und eröffnet fruchtbare Diskussionen und inspirierenden Austausch. Die Teilnehmenden integrieren ihr persönliches Expertenwissen durch Diskussionen und Gruppenarbeiten in das Studiengeschehen und profitieren zugleich vom Wissens- und Kompetenztransfer.

Die Qualität und Akzeptanz unseres Programms spiegelt sich in der Zusammensetzung unserer MBA-Jahrgänge wider:

- Die Mehrheit der Teilnehmenden haben ein Erststudium in den Ingenieurs- oder Wirtschaftswissenschaften. Hinzu kommen Absolventinnen und Absolventen aus den Rechts-, Natur-, Sozial- und Geisteswissenschaften.
- Unsere Teilnehmenden sind bei Kursstart zwischen 25 und 40 Jahre alt. Das Durchschnittsalter liegt bei etwa 30 Jahren.
- Ihre Berufserfahrung reicht von einem bis zwölf Jahren, die durchschnittliche Berufspraxis beträgt fünf Jahre.
- Sie kommen aus mittelständischen Unternehmen und aus Großkonzernen, von öffentlichen Institutionen sowie aus der Selbstständigkeit.
- Unsere Teilnehmenden sind in vielen verschiedenen Branchen tätig, z.B. in der Automobilindustrie, im Maschinenbau, in der Elektrotechnik, der Medizintechnik, im Handel und in verschiedenen Dienstleistungsbranchen (IT-, Rechts- und Unternehmensberatung).
- Sie arbeiten bei folgenden Unternehmen (in Auswahl):





DAS CURRICULUM

| | | | | |
|--------------------------------------|--|-------------------------|----------------------------|----------------------------------|
| Europa-Exkursion | Management Fundamentals Seminar | | | Digitalisierung / Nachhaltigkeit |
| Soft Skills Seminare | LEADING (15 ECTS) | ACTING (15 ECTS) | ANALYZING (15 ECTS) | |
| Nachhaltigkeitsseminar | Strategy | Marketing | Finance | |
| Int. Business Exkursion (fakultativ) | Leadership | Innovation | Accounting | |
| | Controlling | Operations | Data & Process Analytics | |
| | Master Thesis (15 ECTS) | | | |

BASISMODUL „MANAGEMENT FUNDAMENTALS“

Das MBA-Programm umfasst 18 Monate und startet mit den „Management Fundamentals“. Dieses fakultative Basismodul (Dauer 3 Tage) wendet sich in erster Linie an die Non-Financials unter den MBA-Teilnehmenden und schafft ein gemeinsames ökonomisches Grundverständnis als Ausgangsbasis. Im Anschluss ist das obligatorische MBA-Curriculum zu absolvieren.

MODUL „LEADING“

Das Lehrmodul „Leading“ beschäftigt sich mit den grundlegenden Aufgaben verantwortungsvollen Managements. Hier werden Unternehmen strategisch, führungsorientiert sowie aus Controlling-Perspektive beleuchtet.

MODUL „ACTING“

Gegenstand des Lehrmoduls „Acting“ ist die Optimierung der Wertschöpfung aus ganzheitlicher Management-Perspektive. Im Zentrum stehen hier die drei wichtigen Funktionsbereiche Marketing, Operations sowie Innovation.

MODUL „ANALYZING“

Das Lehrmodul „Analyzing“ vermittelt die für das Management relevanten Analyse- und Steuerungsmethoden. Hier geht es darum, die Wertschöpfung zu analysieren und zu bewerten sowie Handlungsanweisungen für die optimale Steuerung des Unternehmens abzuleiten.

EUROPA-EXKURSION

Im ersten Studienhalbjahr unternimmt der MBA-Jahrgang eine im Preis inkludierte 3-tägige Europa-Exkursion an eine Partneruniversität der Friedrich-Alexander-Universität, z.B. an die Wirtschaftsuniversität Wien oder die Karls-Universität in Prag. Zusätzliche weltweite Business Field Trips, z.B. nach China, Russland oder Indien sind bei ausreichender Nachfrage gegen Aufpreis möglich.

MANAGEMENT SKILLS SEMINARE

Das Pflicht-Curriculum wird ergänzt durch fakultative Management Skills-Trainings zu ausgewählten und aktuellen Themen, z.B. Kommunikation, Präsentations- und Moderationstechniken, Verhandlungsführung, Rhetorik, Problemlösung, Decision-Making, Selbstcoaching oder Stressmanagement.

NACHHALTIGKEITS-SEMINAR

Verantwortung als Chance: Die ökologischen und sozialen Herausforderungen wachsen. Kunden, Investoren und Regulatoren fordern von Unternehmen zunehmend überprüfbare Nachhaltigkeit ein. Warum nachhaltiges Wirtschaften heute so wichtig ist, welche Herausforderungen es birgt, welche Chancen es bietet und wie die Umsetzung am besten gelingen kann, ist Thema dieses fakultativen Seminars.

MASTER THESIS

In den letzten vier Monaten des MBA-Studiums erfolgt die Erstellung einer Master Thesis. Hier sind in Abhängigkeit von der mittelfristigen persönlichen Zielsetzung der Teilnehmer drei unterschiedliche Ausrichtungen möglich:

- Ziel „Job-Development“: Praxis-Projektarbeit
- Ziel „Business Development“: Businessplan
- Ziel „Promotion“: wissenschaftliche Arbeit

MANAGEMENT FUNDAMENTALS

In diesem Startmodul erwerben die Teilnehmenden eine managementorientierte Wissensgrundlage für alle weiteren Module des MBA-Studiums. Basierend auf den Grundfunktionen von Unternehmen erarbeiten wir gemeinsam die wesentlichen betriebswirtschaftlichen Begriffe und Zusammenhänge.

- Konstitutive Grundlagen und Ziele des Unternehmens
- Strategie und strategisches Management
- Innovations- und Technologiemanagement
- Wertschöpfungsprozesse: Beschaffung, Produktion, Logistik
- Marketing, Marktergebnisse, Kundenbindung
- Finanzierung und Investition
- Internes und externes Rechnungswesen, insbesondere GuV und Bilanz als Visitenkarte des Unternehmens

STRATEGY

MBA-Absolventinnen und Absolventen sollen in Unternehmen strategische Führungsverantwortung übernehmen. „Strategy“ macht die Studierenden mit den wichtigsten Theorien, Konzepten und Instrumenten des strategischen Managements vertraut.

Zunächst werden elementare Begriffe, der Zweck sowie wichtige theoretische Grundlagen des strategischen Managements erläutert. Im Anschluss wird ein Prozessmodell des strategischen Managements präsentiert und dessen wesentliche Phasen ausführlich diskutiert. Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf der Diskussion aktueller strategischer Herausforderungen, die sich für Unternehmen und ihre jeweiligen Geschäftsfelder ergeben. In diesem Rahmen werden zunächst die Auswirkungen der Digitalisierung auf die Strategien und Geschäftsmodelle von Unternehmen beleuchtet. Es wird gezeigt, dass die Digitalisierung den gesamten Strategieprozess beeinflusst und verändert. Zudem werden die Konsequenzen der Globalisierung für die Strategieentwicklung diskutiert. Wichtige Instrumente und Entscheidungshilfen werden vorgestellt und anhand konkreter Praxisbeispiele verdeutlicht. Zudem wird die moralische Verantwortung von Unternehmen im internationalen Wettbewerb thematisiert, die eine Grundvoraussetzung für das nachhaltige Überleben im Markt darstellt. Sämtliche Inhalte werden durch Fallstudien ergänzt und anhand von Praxisbeispielen verdeutlicht.

- Problemlösung: Bewältigen komplexer strategischer Herausforderungen
- Prozessmodell: Analysieren der einzelnen Phasen des Strategieprozesses
- Digitalisierung: Erarbeitung digitaler Strategien
- Geschäftsfeld- und Unternehmensstrategie: Formulieren und Implementieren von Strategien für die einzelnen Geschäftsfelder und das Gesamtunternehmen
- Instrumente: Kennenlernen und Anwenden wichtiger Instrumente des strategischen Managements
- Verantwortung: Integration ethischer Reflexion in den Strategieprozess

LEADERSHIP

Im Laufe der beruflichen Karriere gewinnt die Führungskompetenz von Mitarbeitern gegenüber der Fachkompetenz zunehmend an Bedeutung. Dazu zählt die Auswahl, Entwicklung und Freisetzung von Mitarbeitern, deren Einsatz und Entlohnung sowie persönliche Führung. Zum zielgerichteten Einsatz dieser Instrumente des Leadership ist die Kenntnis der rechtlichen Rahmenbedingungen unabdingbar. Darüber hinaus wird auf die Besonderheiten der Führung im internationalen Kontext eingegangen.

Die einzelnen Aspekte werden mit aktuellen Beispielen verknüpft, um deren Anwendungsbezug und praktische Relevanz darzustellen.

Besonderes Augenmerk wird auf die aktuellen Megatrends Digitalisierung und Globalisierung gelegt. Dies betrifft sowohl die Inhalte (z.B. soziale Netzwerke und Bots bei der Rekrutierung von Mitarbeitern, virtuelle Teamführung, Big Data etc.) als auch die didaktische Gestaltung des Moduls (z.B. Einsatz von Videos, Learning Apps, Digital Cultural Assimulator Training etc.).

DIE FÄCHER

CONTROLLING

Die Wirtschaftspraxis erwartet, dass MBA-Absolventinnen und -Absolventen strategisches und operatives Controlling in den für die unternehmerische Steuerung und Führung wesentlichen Ausprägungsformen kennen und anwenden können. Der Kurs „Controlling“ behandelt nicht nur die konzeptionellen Grundlagen, sondern auch die für die Anwendung in analogen und digitalen Geschäftsmodellen bedeutsamen Instrumente, wie sie im Rahmen des wertorientierten Managements in der Wirtschaftspraxis Anwendung finden.

Im Bereich des operativen Controllings werden die bedeutendsten, in der Praxis genutzten finanz- und erfolgswirtschaftlichen Instrumente besprochen. Dazu zählen die Liquiditäts- und Finanzplanung, die Kosten- und Erlösrechnung, das moderne Kostenmanagement sowie die Erfolgssteuerung auf der Grundlage moderner Deckungsbeitragsrechnungen.

Die Erarbeitung der typischen Instrumente des wertorientierten Kennzahlen-Managements erweitert das vermittelte Wissen über das moderne Controlling. Ausführlich werden traditionelle Rentabilitätskennzahlen, moderne Erfolgskennzahlen und übergewinnorientierte bzw. cash-orientierte Kennzahlen sowie deren Einbettung in das wertorientierte Management aufgezeigt, methodisch untermauert und diskutiert.

Im strategischen Controlling erfolgt eine Fokussierung auf moderne Konzepte des Performance Managements. Für die in diesem Kontext genutzten Instrumente (Balanced Scorecard, OKR etc.) werden der theoretische Hintergrund, der Einführungsprozess und die praktische Anwendung aufgezeigt und diskutiert. Damit werden zugleich wesentliche Grundlagen für die Steuerung digitaler Geschäftsmodelle gelegt.

MARKETING

Marketing beabsichtigt, Märkte zu verstehen und zu gestalten sowie Akteure wie z. B. Kunden, Wettbewerber und Kooperationspartner zum Vorteil des eigenen Unternehmens zu beeinflussen. Der Kurs vermittelt zentrale Konzepte, Ansätze und Tools des marktbezogenen Managements. Hierzu gehören unter anderem marktgerichtete Strategien, die Gestaltung von Marketing-Mix-Maßnahmen im Hinblick auf Produkt, Preis, Kommunikation und Vertrieb sowie Maßnahmen zu Aufbau, Erhalt und Stärkung von Kundenbeziehungen. Ein besonderes Augenmerk wird hierbei auf Chancen und Herausforderungen im Zuge der Digitalisierung gelegt, z.B. Online- und Social Media Marketing, Dynamic Pricing und Multi-Channel Management.

OPERATIONS

Der Kurs Operations umfasst neben der Produktionsprogramm-, Potential- und Prozessgestaltung die integrativen Ansätze der Produktionsplanung und -steuerung bis hin zum Supply Chain Management. In diesem Kontext erlangt die Digitalisierung eine hohe Bedeutung. Im industriellen Bereich steht dafür das Schlagwort „Industrie 4.0“. Zentral ist dabei die Integration und Vernetzung der virtuellen und physischen Welt. Grundlage hierfür sind die sogenannten Cyber-Physischen Systeme. Diese Entwicklung wirkt in alle Bereiche der Produktion und Logistik hinein. Beispiele hierfür sind: Vernetzte Betriebsmittel in Produktion und Logistik, integrierte Informationsverarbeitung, Identifikation von Bauteilen und Fertigerzeugnissen mit Hilfe der RFID im Rahmen der Betriebsdatenerfassung sowie die zustandsabhängige vorbeugende Instandhaltung.

Durch das erworbene Wissen sollen die Teilnehmenden in der Lage sein, Gestaltungsaufgaben im Bereich des Operations Management eigenständig zu analysieren, Handlungsoptionen zu generieren und zu bewerten, auszuwählen und erfolgreich umzusetzen. Die zu erwerbende Fachkompetenz umfasst dabei betriebswirtschaftliche, insbesondere produktionswirtschaftliche Aspekte sowie deren inhaltliche Verknüpfung und Integration.

Durch die intensive Zusammenarbeit in Teams bei der Diskussion und Lösung der Fallstudien sind die Studierenden zudem in der Lage:

- zielorientiert mit anderen zusammenzuarbeiten und in komplexen Problemsituationen zu denken,
- sich rational und verantwortungsbewusst mit Interessens- und Kommunikationskonflikten im Rahmen der Gruppenarbeit auseinanderzusetzen sowie
- die gewonnenen Ergebnisse sprachlich und visuell ansprechend zu vermitteln und überzeugend zu präsentieren.

INNOVATION

Für Unternehmen im Wettbewerb ist ein leistungsfähiges Technologie- und Innovationsmanagement von entscheidender Bedeutung – gerade auch vor dem Hintergrund des digitalen Wandels. Im Technologiemanagement werden wichtige strategische Entscheidungen über die technologischen Grundlagen des Unternehmens getroffen. Das Erkennen und das Management disruptiver Technologien stehen dabei im Vordergrund – vor allem Optionen des Technologiezugangs und der Technologieverwertung.

Im Innovationsmanagement geht es darum, diese Technologien in erfolgreiche Innovationen umzusetzen: neue Produkte, neue Dienstleistungen und vor allem innovative Geschäftsmodelle. Gerade die fortschreitende Digitalisierung stellt bestehende Lösungen in Frage und erfordert innovative, neue Konzepte, zum Beispiel Plattformen und daten-getriebene Geschäftsmodelle. In diesem Kurs werden neue Strukturansätze zur Entwicklung von innovativen Geschäftsmodellen diskutiert und angewendet. Weiterhin werden aktuelle Managementansätze für ein erfolgreiches Innovationsmanagement vorgestellt und anhand konkreter Praxisbeispiele verdeutlicht. Ziel des Moduls ist ein umfassendes Verständnis der Bedeutung, Strukturierung und Methodik eines erfolgreichen Technologie- und Innovationsmanagements im digitalen Zeitalter.

- Technologien als Basis für den Unternehmenserfolg: Optionen der Technologieerschließung und -verwertung, IP-Strategien, Management des disruptiven technologischen Wandels
- Die Bedeutung von Innovation im Wettbewerb: Innovationsarten und -strategien, Messung des Innovationserfolgs
- Ideen als Ausgangspunkt erfolgreicher Innovationsprozesse: Organisationale Kreativität, Open and User Innovation, Design Thinking, Kriterien zur Ideenbewertung und -auswahl
- Von der Idee zur Umsetzung: effizientes R&D Management mit agilen Managementmethoden, professionelles Ramp-Up
- Business Model Innovations: Geschäftsmodelle analysieren und gezielt verändern, neue Geschäftsmodelle entwickeln und erfolgreich im Markt etablieren

FINANCE

Wie sollen sich Manager zwischen verschiedenen Investitionsoptionen unter Berücksichtigung von Risiko entscheiden? Wie kann man den Erfolg eines Projekts messen? Wie sollen Projekte, Geschäftsbereiche und Unternehmen finanziert werden? Die Beantwortung von Fragen wie diesen steht im Zentrum des Moduls „Finance“. Diskutiert wird dabei auch die Digitalisierung der Finanzfunktion (Softwaregestützte Investitionsrechnung und Risikoanalyse, Forecasting, Nutzung innovativer Finanzierungsquellen wie Crowdfunding) sowie die Finanzierung und Bewertung digitaler Geschäftsmodelle. An den Interessen der Eigentümer ausgerichtete Investitions-, Finanzierungs- und Ausschüttungsentscheidungen zielen ab auf die Steigerung des Unternehmenswerts und die Sicherstellung der Zahlungsfähigkeit des Unternehmens.

Der Kurs will u.a. auf Basis realitätsnaher Fallstudien folgende Fähigkeiten vermitteln:

- Lohnende Projekte identifizieren und deren Risiken analysieren
- Den Wertbeitrag von Handlungsoptionen und deren Flexibilität erkennen
- Finanzplanungen durchführen
- Finanzierungsquellen analysieren und auswählen
- Unternehmensbewertungen verstehen
- Ausschüttungsentscheidungen treffen



ACCOUNTING

Die Veranstaltung „Accounting“ beleuchtet das gesetzlich regulierte externe Rechnungswesen aus der Perspektive des General Managements. Dadurch sollen die Teilnehmenden die in den Jahresabschlüssen enthaltenen Informationen und ihren Aussagegehalt aus externer Sicht (Gesellschafter bzw. Aktionäre, Finanzanalysten, Banken, Ratingagenturen) verstehen und beurteilen können.

Dazu gehört das Verständnis konzeptioneller Grundlagen. Besonderes Gewicht wird auf mögliche Alternativen, Wahlrechte und Spielräume der Rechnungslegung gelegt (Bilanzpolitik). Ebenso nehmen die Techniken, Möglichkeiten und Grenzen der Bilanzanalyse eine zentrale Rolle ein.

- Basierend auf dem rechtlichen Rahmen und konzeptionellen Grundlagen werden die Auswirkungen zentraler Geschäftsvorfälle für den Jahresabschluss (Ausweis, Ansatz und Bewertung in der Bilanz; Erfolgsrechnung; Kapitalflussrechnung, Anhangsangaben) nach deutschem HGB und nach internationalen Rechnungslegungsstandards (IFRS) betrachtet. Neben gedruckte Jahresabschlüsse treten zunehmend digitale Formate wie E-Bilanz und ESEF.
- Auf dieser Basis schließt sich ein erster quantitativer Analyseteil an. Nach Aufbereitung der Daten (insbesondere Erfolgsspaltung) werden in einer Fallstudie Abschlusskennzahlen zur Rentabilität, Vermögensstruktur, Kapitalstruktur und Liquidität ermittelt. Ein Ratingurteil kann sich auch auf Data Mining und Maschinelles Lernen stützen.
- In einem zweiten qualitativen Analyseteil sollen Maßnahmen der Bilanzpolitik durch eine Analyse der Texte im Jahresabschluss aufgedeckt werden. In der Fallstudie zeigt sich die unverzerrte Rentabilität des Unternehmens. Qualitative Analysen wenden teilweise auch Verfahren des Text Mining an.
- Den Blick in die Zukunft erlaubt eine aus dem Jahresabschluss abgeleitete integrierte Mehrjahresplanung (Financial Modeling).

DATA & PROCESS ANALYTICS

Die Ausführung von Prozessen in Unternehmen wird mittlerweile fast immer durch Computer unterstützt oder sie erfolgt bereits komplett automatisiert. Dabei fallen große Datenmengen an. Data Analytical Thinking verweist auf einen modernen Managementansatz, bei dem diese Datenbestände und die riesigen Datentöpfe externer Akteure angezapft werden, um betriebliche Probleme zu lösen. Managerinnen und Manager in allen Unternehmenseinheiten brauchen Data-Analytical-Thinking-Kompetenzen, um einfache Auswertungen basierend auf Rohdaten eigenständig durchführen zu können. Noch häufiger werden Managerinnen und Manager mit Data-Science-Teams in Unternehmen zusammenarbeiten müssen und Analyseprojekte genehmigen und überwachen. Dieser Kurs vermittelt die Grundkonzepte und Prozeduren von „Data Analytics“, mit denen sie vertraut sein müssen. Wir fokussieren dann auf das Teilgebiet Process Analytics (auch bekannt als Process Mining). Wir diskutieren die technischen, organisatorischen und ökonomischen Aspekte von Prozessverbesserungsprojekten. Wir wenden Methoden und Software für das Process Mining an, um Prozessverbesserungen zu erreichen.



DIE DOZENTEN

INTERNE UND EXTERNE EXPERTINNEN UND EXPERTEN STEHEN FÜR VIELFALT UND QUALITÄT

Die Qualität unserer Lehrkräfte bürgt für die Qualität dieses MBA-Studiengangs. Deshalb legen wir besonderen Wert auf ihre sorgfältige Auswahl.

Unsere Dozentinnen und Dozenten sind ausnahmslos anerkannte Fachkräfte auf ihrem Gebiet, kennen aber auch die unternehmerische Praxis und sind im Bereich der Executive Education hervorragend ausgewiesen. Professorinnen und Professoren der Nürnberger Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, die hohe Reputation in Forschung, Lehre und Praxis genießen, bilden das Rückgrat unseres Weiterbildungsprogramms. Sie bieten den Teilnehmenden kontinuierliche Beratung vor Ort und sind zugleich ein wichtiger Garant für die hohe Programmidentität, die unseren MBA auszeichnet. Um eine optimale Besetzung zu gewährleisten, verpflichten

wir ergänzend ausgewählte Fachkräfte von anderen Hochschulen. Zusätzlich werden erfahrene Praxisreferentinnen und -referenten für Kurzvorträge eingesetzt. Die Verantwortung für Inhalt, Lehre und Prüfung tragen in diesem Programm aber ausschließlich Universitätsprofessorinnen und -professoren. Damit können wir die konstant hohe Programmqualität garantieren, die das Markenzeichen unseres MBA-Programms darstellt.



DER VORSTAND

Der MBA-Vorstand ist das Steuerungsgremium des Studiengangs und agiert formal zugleich als Prüfungsausschuss. Er trifft alle strategischen Entscheidungen und regelt die aktuellen Belange. Er bespricht u. a. Anfragen der Studierenden, wertet Feedbackrunden und Evaluationen aus, nimmt Dozentenbesetzungen und Exkursionsplanungen vor, klärt Fragen der Akkreditierung, der Programmaktualisierung und der Studienordnung. Die Mitglieder des MBA-Vorstands sind:



PROF. DR. KAI-INGO VOIGT

Vorsitzender des MBA-Vorstands
Inhaber des Lehrstuhls für
Industrielles Management

Arbeitsgebiete/Forschungsschwerpunkte:
Industrielles Management,
Technologie- und Innovationsmanagement, Digitale und Innovative Geschäftsmodelle, Operations Management, Unternehmensgründung und Entrepreneurship.
www.industry.rw.fau.de



PROF. DR. DIRK HOLTBRÜGGE

Stellvertretender Vorsitzender
des MBA-Vorstands
Inhaber des Lehrstuhls für
Internationales Management

Arbeitsgebiete/Forschungsschwerpunkte:
Allgemeine und Internationale Unternehmensführung, Multinationale Unternehmen, Interkulturelle Managementforschung, Management in Mittel- und Osteuropa, Personalmanagement, Internationalisierung von Klein- und Mittelbetrieben, Management in Asien.
www.im.rw.fau.de



PROF. DR. KLAUS HENSELMANN

Mitglied des MBA-Vorstands
Inhaber des Lehrstuhls für
Rechnungswesen und
Prüfungswesen

Arbeitsgebiete/Forschungsschwerpunkte:
Externe Rechnungslegung, Unternehmensbewertung, Jahres- und Konzernabschlussprüfung, Bilanzpolitik und -analyse, Sonderbilanzen und Sonderprüfungen.
www.pw.rw.fau.de

DIE VERANSTALTER

INNOVATIV UND WELTOFFEN

Friedrich-Alexander-Universität
Erlangen-Nürnberg (FAU)

Die 1743 gegründete Universität zählt international zu Deutschlands forschungstärksten, innovativsten und renommiertesten Hochschulen. Mit fünf Fakultäten, mehr als 550 Professorinnen und Professoren, über 6.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, 500 internationalen Hochschulpartnerschaften und 130 internationalen Forschungs-kooperationen mit Spitzenuniversitäten weltweit ist sie ein leistungsstarker Partner für die Wirtschaft.
www.fau.de

MARKTERPROBT UND DIENSTLEISTUNGSSTARK

WiSo-Führungskräfte-
Akademie (WFA)

Das Spin-off der Friedrich-Alexander-Universität ist erfolgreicher Anbieter und Dienstleister im Bildungs- sowie im Veranstaltungsmanagement. Für ihre Weiterbildungsprogramme wurde die WFA bereits wiederholt ausgezeichnet, zuletzt im Rahmen des Innovationswettbewerbs „365 Orte“ durch die Standortinitiative „Deutschland – Land der Ideen“ von Bundesregierung und deutscher Wirtschaft.
www.wfa-akademie.de

INTERNATIONAL UND PRAXISNAH

Fachbereich Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften (WiSo)

Die Nürnberger WiSo ist innovative Denkfabrik, attraktiver Praxistreff und internationaler Lernort zugleich. Sie zeichnet sich durch ihre hervorragende Vernetzung von wissenschaftlicher Forschung und praktischer Anwendung aus. Ihre internationale Ausrichtung sowie ihr weltweites Netzwerk mit über 100 aktiven Kooperationen machen sie zu einem gefragten Standortpartner für die Metropolregion und darüber hinaus.
www.wiso.rw.fau.de



DER WIRTSCHAFTSBEIRAT

GARANT DER AKTUALITÄT UND DER HOHEN PRAXISRELEVANZ

Unser MBA-Wirtschaftsbeirat ist mit hochkarätigen Unternehmensrepräsentanten besetzt. Er unterstützt die Verantwortlichen dabei, die hohe Praxisrelevanz des berufsbegleitenden Studienganges zu gewährleisten. Zu den Mitgliedern des MBA-Wirtschaftsbeirates zählen:



MICHAEL KEHYL

Gründer und CEO,
OPTICOM GmbH

„Als Gründer und Geschäftsführer eines High-Tech-Unternehmens benötige ich neben technischem Expertenwissen eine ebenso tiefgreifende Kompetenz im Finanzmanagement, in der Strukturierung von Managementprozessen und in Wettbewerbsstrategien. Nur so kann ich meinem Unternehmen die Technologieführerschaft im globalen Wettbewerb sichern. Das hochkompetente MBA-Programm der FAU war deshalb außerordentlich bereichernd für mich, und ich kann eine Teilnahme nur empfehlen. Ich freue mich, dass ich nun als Mitglied des Wirtschaftsbeirats zur kontinuierlichen Verbesserung dieses Programms beitragen kann.“



ANNETTE WAGNER

Senior Manager HR & Projects,
adidas AG

„In einer immer komplexeren Welt müssen sich Unternehmen schnell an neue Umstände anpassen. Damit das funktioniert, sind Mitarbeiter erfolgskritisch, die eine hohe Lernbereitschaft und Offenheit für Neues aufweisen. Dieses sog. „Growth Mindset“ zeigt sich nicht zuletzt, wenn sich ein Mitarbeiter für den berufsbegleitenden MBA „Business Management“ an der FAU entscheidet. Im MBA erweitern die Teilnehmer ihr fachliches Wissen in zentralen Managementbereichen, sie bilden ein persönliches Netzwerk über Branchen- und Funktionsgrenzen hinweg und haben außerdem die Möglichkeit, ihre Erfahrung aus der Praxis mit aktuellem, wissenschaftlich fundiertem Wissen anzureichern. Damit schafft der MBA optimale Voraussetzungen für eine nachhaltige berufliche Weiterentwicklung.“



DANIEL KRAUSS

Gründer und CIO,
FlixMobility GmbH

„Der MBA an der FAU in Nürnberg hat alles, um die notwendigen Kompetenzen für ein erfolgreiches Management zu vermitteln. Auch mein absolutes Lieblingsthema der Digitalisierung, die Veränderung von Führung, kommt in dem berufsbegleitenden Studiengang nicht zu kurz. In meiner Funktion als Wirtschaftsbeirat setze ich mich für die Verknüpfung der bestehenden Lehre mit greifbaren Praxisbeispielen – mit starkem Bezug zur Digitalisierung – ein.“



DIE PRAXISSTIMMEN



„Die Wirtschafts-, Arbeits- und Berufswelt steht aufgrund der Digitalisierung und der Vernetzung vor einem fundamentalen Wandel. Führungskräfte müssen diesen Wandel aktiv begleiten und gestalten. Ausgeprägte Fach-, Methoden- und Führungskompetenzen sind für die erfolgreiche Bewältigung deshalb zwingend. Der Executive MBA der FAU vermittelt genau diese Kompetenzen der Zukunft.“

Prof. Dr. Stefan Asenkerschbaumer

Stellvertretender Vorsitzender der Geschäftsführung
der Robert Bosch GmbH

„In Zeiten zunehmender Digitalisierung treten zukunftsfähige Technologien, die Bereitstellung und Vernetzung innovativer Produkte und Services immer mehr in den Vordergrund. Kunden von heute möchten zu diesen einfach, überall und jederzeit Zugang erhalten. Zukünftige Führungskräfte stellt das vor neue Anforderungen hinsichtlich ihrer Fach- und Führungskompetenzen. Das MBA-Programm der FAU bietet ihnen notwendiges Rüstzeug, um als ‚kluger Kopf von morgen‘ die Herausforderungen der digitalen Transformation erfolgreich meistern und die Zukunft gestalten zu können.“

Dr. Christiane Decker

Partnerin FREIBANKER Unternehmensberatung GmbH



„Die Anforderungen an den Führungsnachwuchs und damit an die Qualität der Lehre steigen kontinuierlich – die Konzeption des MBA-Studienganges „Business Management“ gibt gerade durch den Schwerpunkt der Internationalität und die starke Praxisorientierung eine zeitgemäße Antwort und bietet den Teilnehmerinnen und Teilnehmern eine bewährte Zusatzqualifikation sowie einen angesehenen Abschluss.“

Herbert Hainer

Präsident des FC Bayern München e.V.

„Mit der äußerst gelungenen Mischung von theoretischer Wissensvermittlung und praxisorientierter Fallbearbeitung ist dieser MBA-Studiengang hervorragend zum Erwerb praxisrelevanten Managementwissens geeignet. Mit dem MBA-Abschluss weisen die Absolventinnen und Absolventen die erworbenen Kompetenzen international anerkannt und renommiert nach.“

Prof. Dieter Kempf

Mitglied der Datenethikkommission der Bundesregierung



DIE ABSOLVENTINNEN UND ABSOLVENTEN

UNSERE MBA-ALUMNI – IHR ZUSATZNUTZEN

Das MBA-Studium ist mehr als nur eine Qualifikation. Es schafft zum einen eine persönliche Atmosphäre, die durch die Begeisterung und das Engagement aller Beteiligten geprägt ist. Es formt zum anderen eine Gruppe von leistungsstarken Führungspersönlichkeiten, die über das Studium hinaus miteinander verbunden bleibt.

In unserer stetig wachsenden MBA-Community engagieren sich ehemalige wie auch aktive Studierende. Dazu zählen Manager großer deutscher DAX-Unternehmen ebenso wie Forscher z.B. des Fraunhofer-Instituts oder Führungskräfte von KMU. Auf diese Weise bildet sich ein starkes, hochwertiges und dauerhaftes Beziehungsnetzwerk.

In der Alumni-Organisation „afwn e.V.“ des Fachbereichs Wirtschafts- und Sozialwissenschaften haben unsere Absolventinnen und Absolventen im „MBA-Netzwerk“ ein Zuhause gefunden. Hier können sie einerseits die bestehende Infrastruktur und die wertvollen Kontakte der Dachorganisation nutzen, andererseits können sie hier als eigenständige Sektion ihre MBA-Identität pflegen.

www.afwn.de



DIE TESTIMONIALS

„ Um die globalen Marktherausforderungen auch zukünftig erfolgreich bewältigen zu können, gewinnen ergänzende wirtschaftswissenschaftliche Kompetenzen für Absolventen technischer Studiengänge immer stärker an Bedeutung. Darüber hinaus ermöglicht die MBA-Teilnahme, aktuelle Methoden des strategischen Managements, der Personalführung und -entwicklung zu erlangen, welches sehr wichtige Bausteine zur Vorbereitung auf zukünftige Führungstätigkeiten sind. Dabei empfand ich die Bezüge zur Praxis und den direkten Austausch mit Kommilitonen und Professoren stets als äußerst wertvoll und die theoretischen Inhalte ideal ergänzend.“

Sonja Gehrish, Dipl.-Ing. Univ., MBA, Siemens Healthcare GmbH

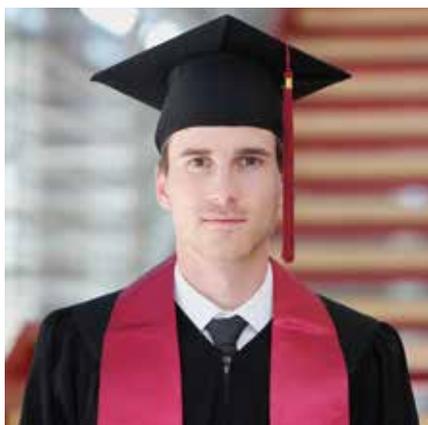


„ Als Manager in einer Unternehmensberatung im IT-/Automotive Bereich, werde ich sowohl mit technischen als auch mit wirtschaftlichen Fragestellungen konfrontiert. Die Kombination aus dem Erststudium der Wirtschaftsinformatik und dem MBA helfen mir dabei, beidem gerecht zu werden. Die Inhalte und Aufteilung der Seminarblöcke des MBA-Programms, gepaart mit dem kollegialen Arbeiten an Problemstellungen, sehe ich als ideale Grundlage, um Management-Zusammenhänge in der Theorie zu verstehen und die Schlussfolgerungen daraus erfolgreich in der Praxis umzusetzen. Ich kann das Programm deshalb nur wärmstens weiterempfehlen!“

Fabian Schlegel, B.Sc., MBA, MHP Management- und IT-Beratung GmbH

„ Mit Mitte Zwanzig war ich eine der jüngsten Teilnehmerinnen meines MBA-Jahrgangs. Mein Ziel war es, mich mit dem MBA optimal auf meine weitere berufliche Laufbahn vorzubereiten. Erfahrene Professoren und externe Referenten vermitteln hier mit engem Praxisbezug einen fundierten Überblick über alle zukunftsrelevanten Managementthemen und erarbeiten mit den Studierenden wirksame Lösungsansätze für Unternehmen und Führungskräfte. Damit eröffnet der MBA eine breite Karriereperspektive. Eine Teilnahme kann ich daher nur nachdrücklich empfehlen.“

Franziska Putz, B.A., MBA, Schaeffler Technologies AG & Co. KG



„ Ich habe mich bewusst für eine MBA-Ausbildung an einer für ihre Innovationsstärke ausgezeichneten TOP-Universitäten Europas entschieden. Der MBA der FAU macht seine Teilnehmer zielgerichtet fit für das General Management im digitalen Zeitalter. Auf Grundlage neuester Forschungsergebnisse sowie ausgewählter Best Practice-Lösungen vermittelt er die zentralen Managementkompetenzen auf fachlicher wie auch auf persönlicher Ebene. Er führte mich am Ende nicht nur zum begehrten Masterabschluss, sondern bot mir ein für die Zukunft äußerst wertvolles Netzwerk an Kommilitonen und Professoren. Danke für diese großartige Erfahrung und die sich mir daraus bietenden Möglichkeiten.“

Jakob Nassler, B.A., MBA, Novartis Pharma GmbH



DIE ORGANISATION DES MBA-PROGRAMMS

STUDIENDAUER UND -ZEITEN

Der berufsbegleitende MBA-Studiengang startet jährlich am 1. Oktober und ist auf eine Studiendauer von 18 Monaten ausgelegt. Seine Kursphase umfasst die ersten 14 Monate. In diesem Zeitraum finden an insgesamt 27 Wochenenden jeweils freitags von 15.00 bis 20.00 Uhr und samstags von 08.00 bis 18.00 Uhr obligatorische Lehrveranstaltungen statt. Im Anschluss an die Kursphase stehen den Studierenden vier Monate zur Erstellung der Master Thesis zur Verfügung.

STUDIENVORAUSSETZUNGEN

Folgende Voraussetzungen qualifizieren Sie für unseren MBA-Studiengang „Business Management“:

- Ein abgeschlossenes Hochschulstudium (mind. 180 ECTS)
- Eine mindestens einjährige qualifizierte Berufstätigkeit während oder nach Abschluss des Studiums
- Gute deutsche und englische Sprachkenntnisse
- Eine aussagekräftige Bewerbung

Darüber hinaus überzeugen Sie uns in einem persönlichen Auswahlgespräch.

STUDIENORT

Für berufstätige Studierende ist eine gute Infrastruktur sehr wichtig. Wir tragen dem Bedürfnis unserer Teilnehmenden Rechnung und führen die Lehrveranstaltungen in modernen Seminarräumen des Fachbereichs Wirtschafts- und Sozialwissenschaften in Nürnberg durch.

GRUPPENGROSSE

Um den hohen qualitativen Ansprüchen an unsere Management-Ausbildung gerecht zu werden, lassen wir jährlich 25 Teilnehmende zum MBA-Studium zu. Auf diese Weise können wir unser zentrales Anliegen umsetzen: den intensiven Dialog zwischen den Studierenden und den Lehrenden.

UNTERRICHTSSPRACHE

Wir konzentrieren uns auf die eigentliche Aufgabe eines guten MBA-Programms: die Vermittlung von Managementwissen und -kompetenzen. Die Unterrichtssprache ist deshalb bewusst Deutsch. Nur so steht das Fachliche uneingeschränkt im Mittelpunkt. Zusätzlich sind gute Englischkenntnisse für das Verständnis der internationalen Fachliteratur, Gastvorträge und Exkursionen erforderlich.

LEHR- UND LERNMETHODEN

Die in unserem MBA-Programm angewandten Lehr- und Lernmethoden sollen Eigenverantwortung und Eigeninitiative, Methoden- und Problemlösungskompetenz, Präsentations- und Verhandlungsfähigkeit ebenso weiterentwickeln wie allgemeine Führungs- und Teamfähigkeitskompetenzen. Wir kombinieren dazu die Stärken von kontinentaleuropäischer und US-amerikanischer Lehrtradition: Strukturierung und Systematik einerseits sowie Anschaulichkeit und Interaktion andererseits sind unsere Markenzeichen in der Weiterbildung.

METHODIK UND DIDAKTIK

Ein wichtiges Instrument zur Umsetzung unseres didaktischen Konzepts stellen Fallstudien dar, deren Bearbeitung überwiegend in Kleingruppen erfolgt. Durch diese intensive Zusammenarbeit fördern wir die Bildung von Netzwerken, die für die weitere Arbeit wertvoll werden.

Der den interaktiven Kurselementen vorangestellte erforderliche Input wird meist gemeinsam in Form eines modernen, dialogischen Lehrgesprächs erarbeitet. Auf diese Weise können die Teilnehmenden ihre berufspraktischen Erfahrungen einbringen und gleichzeitig in den Erfahrungsaustausch mit den anderen Kursmitgliedern treten.

DIE ORGANISATION DES MBA-PROGRAMMS

PRÜFUNGSLEISTUNGEN

Die Prüfungen erfolgen studienbegleitend und variieren je nach Fach in der Zusammensetzung. Präsentationen, Case Studies, Hausarbeiten und mündliche Prüfungen werden mit dem jeweiligen Fach abgeschlossen. Klausuren werden in der Regel eine Woche nach Ende des jeweiligen Faches geschrieben.

Zum Abschluss verfassen die Studierenden eine Masterarbeit. Dabei legen wir viel Wert auf eine hohe Signifikanz bezüglich der im Studium behandelten Themen. Für die Bearbeitungszeit der Master Thesis stehen vier Monate zur Verfügung.

AKADEMISCHER GRAD

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Studiengangs sind Sie berechtigt, den international anerkannten akademischen Grad „Master of Business Administration“ – kurz „MBA“ – zu führen.

EUROPEAN CREDIT TRANSFER SYSTEM (ECTS)

Dieser international anerkannte MBA-Studiengang vergibt für die Leistungen der Studierenden sog. ECTS-Punkte. Insgesamt sind 60 ECTS-Punkte zu erwerben: 45 ECTS für die Pflichtfächer und 15 ECTS für die Masterarbeit.

Ein ECTS-Punkt entspricht nach internationalem Standard 30 Stunden „workload“, d.h. Teilnahme an den Lehrveranstaltungen mit Vor- und Nachbereitung.

QUALITÄTSSICHERUNG

Unsere Qualitätssicherung beginnt bereits bei der Auswahl der Studierenden, denn diese haben entscheidenden Einfluss auf die konkrete Qualität der Lehre. Deshalb nehmen wir uns gerne Zeit für ein intensives Vorstellungsgespräch.

Sie setzt sich fort in einer kontinuierlichen Beurteilung aller Beteiligten und reicht von regelmäßigen schriftlichen Dozentevaluationen und Feedbackrunden mit den Teilnehmenden bis hin zu Alumni-Befragungen zur Messung des langfristigen Studienerfolgs.

AKKREDITIERUNG

Der MBA-Studiengang der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg ist durch das Bayerische Wissenschaftsministerium genehmigt worden. Überdies ist er integraler Bestandteil der Systemakkreditierung der Friedrich-Alexander-Universität. Die FAU konnte diese Akkreditierung als erste Einrichtung in Deutschland erfolgreich und ohne Auflagen abschließen. In deren Rahmen finden gleich drei hochrangige Qualitätsvorgaben Anwendung: die European Standards and Guidelines for Quality Assurance in Higher Education (ESG), die Vorgaben der Kultusministerkonferenz (KMK) sowie die Kriterien für die Verleihung des Gütesiegels durch den Akkreditierungsrat (AR).

INVESTITION

Das Studienentgelt wird marktgerecht erhoben und pro 18-monatigem Studiendurchgang festgesetzt. Die Informationen zu dem aktuell gültigen Studienentgelt finden Sie im beigefügten Bewerbungsformular. Es beinhaltet alle Lehreinheiten und Unterrichtsmaterialien (in Digital- und/oder Print-Version), Pausenverpflegung, externe Vorträge sowie die obligatorische europäische Team-Building-Exkursion.



MBA



MBA

www.mba-nuernberg.info