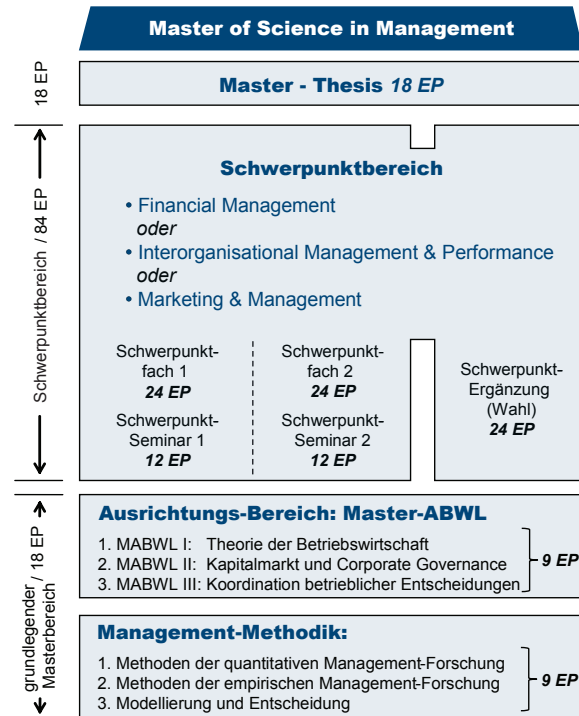


## AUFBAU DES HOHENHEIMER MASTER IN MANAGEMENT



## Bewerbung

Der Hohenheimer Master in Management startet im WS 2009/2010. Bewerben können Sie sich für diesen Master bis Anfang Juli 2009. Genauere Informationen zum Bewerbungsprozess stellen wir Ihnen im Frühjahr 2009 auf der Homepage der Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften der Universität Hohenheim zur Verfügung. Dort finden Sie dann auch Informationen zu den Zulassungsbedingungen, die in jedem Fall verschiedene Aspekte berücksichtigen und nicht etwa allein an der Abschlussnote ausgerichtet sind.

## Kontakt und Service

### Zentraler Ansprechpartner:

Universität Hohenheim | Institut für Betriebswirtschaftslehre  
 Prof. Dr. Markus Voeth | Geschäftsführender Direktor  
 Dipl. rer. com. Jeanette Loos  
 70593 Stuttgart | Deutschland  
 Tel. +49 (0)711 459 22925 | Fax +49 (0)711 459 23718  
 hmm@uni-hohenheim.de

### Ansprechpartner zu den Master- Schwerpunkten:

#### Financial Management:

Lehrstuhl für Rechnungswesen und Finanzierung  
 Prof. Dr. Dirk Hachmeister  
 Tel +49 (0)711 459 22913 | Fax +49 (0)711 459 22721  
 accounting@uni-hohenheim.de

#### Interorganisational Management & Performance:

Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik I  
 Prof. Dr. Mareike Schoop  
 Tel +49 (0)711 459 23345 | Fax +49 (0)711 459 23145  
 schoop@uni-hohenheim.de

#### Marketing & Management:

Lehrstuhl für Marketing  
 Prof. Dr. Markus Voeth  
 Tel +49 (0)711 459 22925 | Fax: +49 (0)711 459 23718  
 marketing@uni-hohenheim.de

UNIVERSITÄT HOHENHEIM  
 FAKULTÄT WIRTSCHAFTS-  
 UND SOZIALWISSENSCHAFTEN



## Institut für Betriebswirtschaftslehre Hohenheimer Master in Management



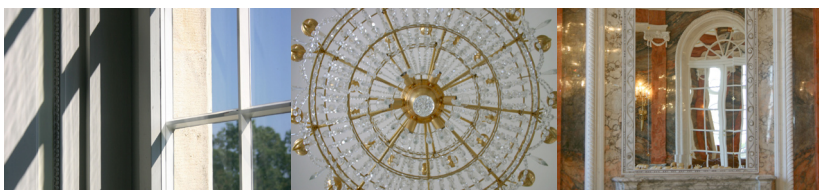
[www.wiso.uni-hohenheim.de](http://www.wiso.uni-hohenheim.de)

## ALLGEMEINE INFORMATIONEN ZUM HOHENHEIMER MASTER IN MANAGEMENT

Nachdem im Management von Unternehmen in der Vergangenheit erst Generalisten-Wissen und anschließend Spezialisten-Wissen (Finance, Marketing, Logistik etc.) gefordert war, wird heute im Management von Unternehmen beides benötigt: Manager müssen einerseits in der Lage sein, hoch spezialisierte Aufgabengebiete im Unternehmen zu führen. Andererseits müssen sie aber auch die Auswirkungen ihrer Aktivitäten auf andere Aufgabengebiete im Management berücksichtigen.

Auf diese aktuelle Herausforderung im Management bereitet der Hohenheimer Master in Management optimal vor: Die Studierenden erlernen unabhängig von ihrer gewählten Spezialisierung neuere betriebswirtschaftliche Theorien, Methoden und Managementtechniken (15 % der Studieninhalte). Für den übrigen Teil des Studiums wählen die Studierenden einen betriebswirtschaftlichen Schwerpunkt. Es stehen die Schwerpunkte „Financial Management“, „Interorganisational Management & Performance“ und „Marketing & Management“ zur Auswahl.

Das Institut für Betriebswirtschaftslehre der Universität Hohenheim, das den Hohenheimer Master in Management anbietet, ist eine der führenden betriebswirtschaftlichen Forschungsinstitutionen in Deutschland. Mit mehr als 15 Lehrstühlen deckt das Institut die gesamte Breite betriebswirtschaftlicher Teildisziplinen ab.



## DIE ANGEBOTENEN SCHWERPUNKTE IM MASTERSTUDIENGANG MANAGEMENT

### Financial Management

Den Betrieb von seiner Finanz- und Zahlenseite her verstehen, IFRS-Jahresabschlüsse und deutsche Steuerbilanzen analysieren, interpretieren und optimieren, betriebswirtschaftliche Zahlen für Entscheidungen aufbereiten, Entscheidungen auf Basis von Rechnungswesen-Zahlen treffen, die Funktion von Finanz- und Kapitalmärkten kennen und nutzen, moderne Finanzinstrumente durchschauen, Steuern verstehen und vermeiden – dies alles bietet Ihnen der Masterschwerpunkt Financial Management. Wählen Sie die für Sie passenden zwei Fächer innerhalb des Schwerpunkts aus und erwerben Sie das universitäre Wissen, um z. B. Leiter des Rechnungswesens, Steuerexperte, Finanzchef, Controller, Banker oder Wirtschaftsprüfer zu werden.

### Interorganisational Management & Performance

Ein wesentlicher Faktor für Unternehmenserfolg ist das gezielte Management zwischenbetrieblicher Relationen. Unternehmen gehen vielfältige Beziehungen zu Partnerunternehmen ein, tauschen Daten und Informationen aus und entwickeln unternehmensübergreifende Prozesse. Ausgehend vom Konzept der Supply Chain lernen Sie, zwischenbetriebliche Prozesse zu analysieren, zu entwerfen und zu entwickeln und auf Bereiche wie Logistik und elektronische Verhandlungen anzuwenden. Dabei berücksichtigen Sie auch innerbetriebliche Prozesse für den Erfolg des übergreifenden Managements und lernen, deren Performance zu analysieren und zu optimieren. Die moderne Informationstechnik wird dabei als zentrales Medium



des unternehmensübergreifenden Managements verstanden. Dieses Master-Profil wendet sich an Studierende, die nach Studienabschluss als IT-Berater, Unternehmensberater, Produktmanager oder in den Bereichen Logistik, Materialwirtschaft, Strategische Planung, Systementwicklung oder Informationsmanagement tätig sein möchten.

### Marketing & Management

In immer mehr Märkten stellt der „Markt“ den entscheidenden Knappheitsfaktor für Unternehmen dar. Erfolgreich können Unternehmen daher nur noch dann sein, wenn sie Marktanforderungen frühzeitig erkennen und bei ihren Management-Entscheidungen berücksichtigen. Im Master-Schwerpunkt „Marketing & Management“ lernen Sie, Märkte richtig zu verstehen und zu analysieren, Ihre Marktbearbeitung an den Besonderheiten von Märkten erfolgreich auszurichten sowie Ihre Organisation, Ihre Führungs- und Managementsysteme marktorientiert aufzustellen. Mit dem Master-Schwerpunkt „Marketing & Management“ richten wir uns an Studierende, die nach ihrem Studium als Unternehmer, Berater oder Geschäftsführungsassistenten tätig werden wollen oder in Unternehmen in den Bereichen Marketing, Business Development, Beratung, Personalmanagement, Strategische Planung oder Qualitätsmanagement arbeiten wollen.

