

## Inhalte Master Professional in Business Management

- 1 **Unternehmensspezifische Strategiefelder erkennen und ausgestalten**
- 1.1 **Eine von ethischen Grundsätzen geprägte Unternehmenspolitik formulieren**  
**Bestandteile der Qualifikationsinhalte**
- 1.1.1 Komponenten eines strategischen Managements
- 1.1.2 Strategien auf Grundlage von vorliegenden Analyseergebnissen
- 1.1.3 Integration der Strategien
- 1.1.4 Normatives und strategisches Controlling >
- 1.1.5 Risikomanagement
  
- 1.2 **Grundsätze einer verantwortungsvollen, transparenten und auf eine langfristige Steigerung des Unternehmenswerts ausgerichtete Unternehmensführung einhalten**
- 1.2.1 Corporate Governance als Teil der Unternehmensführung
- 1.2.2 Deutschen- und OECD- Corporate- Governance- Codex
- 1.2.3 Maßnahmen zur Steigerung des Unternehmenswertes
  
- 1.3 **Aus dem Unternehmensleitbild Unternehmensziele ableiten**
- 1.3.1 Einflussfaktoren auf den Zielbildungsprozess
- 1.3.2 Zielhierarchien
- 1.3.3 Zielsystem
  
- 1.4 **Maßstäbe und Standards als strategische Elemente für ein integriertes Management**
- 1.4.1 Strategische Vorgaben für das
- 1.4.2 Bestandteile eines integrierten Managements im Unternehmen
- 1.4.3 Verpflichtend und optionale Normen und Standards
- 1.4.4 Auswirkungen auf die Unternehmensstrategie
  
- 1.5 **Trends erkennen und in der Unternehmensstrategie berücksichtigen**
- 1.5.1 Trends signale im Makro- und Mikroumfeld
- 1.5.2 Relevanz für die Unternehmensstrategie
- 1.5.3 Auswirkungen auf die Unternehmensstrategie
  
- 1.6 **Formen der Marktforschung anwenden und Marktanalysen entsprechend den Gegebenheiten des Unternehmens entwickeln, durchführen und die Ergebnisse nutzen**
- 1.6.1 Konkreten Informationsbedarf im Rahmen der Marktforschung
- 1.6.2 Marktforschungskonzept
- 1.6.3 Prognosetechniken
- 1.6.4 Marktdaten und Informationen

- 1.7 **Compliance bei der Ausgestaltung der Strategiefelder berücksichtigen**
  - 1.7.1 Compliance-Managementsystem (CMS)
  - 1.7.2 Entstehung einer Compliance-Kultur
  - 1.7.3 Rechtliche Anforderung an ein CMS
  - 1.7.4 Implementierung eines CMS
  - 1.7.5 Strategiekonforme Umsetzung des CMS
  - 1.7.6 Weiterentwicklung des CMS
  
- 1.8 **Aus der Unternehmensstrategie abgeleitetes Personalmanagement ausgestalten**
  - 1.8.1 Auswirkungen demografischer Veränderungen und technischer Entwicklungen als strategischen Erfolgsfaktor
  - 1.8.2 Personalstrategie als der Teil der Unternehmensstrategie
  - 1.8.3 Wechselwirkung mit anderen Strategiefeldern
  - 1.8.4 Strategische Vorgaben für die Personalplanung
  - 1.8.5 Rahmenbedingungen für operatives Personalmanagement
  - 1.8.6 Einbindung des strategischen Personalcontrollings in das Controlling
  - 1.8.7 Entwicklung und Veränderungen
  
- 1.9 **Logistik als unterstützendes Element in der Unternehmensstrategie berücksichtigen**
  - 1.9.1 Stellung der Logistik als strategischer Erfolgsfaktor im Unternehmens
  - 1.9.2 Ökonomische, ökologische und ethische Rahmenbedingungen der Logistik
  - 1.9.3 Logistikstrategie als Teil der Unternehmensstrategie
  - 1.9.4 Umsetzung der Logistikstrategie im Unternehmen
  
- 2 **Normenbestimmte und finanzwirtschaftliche Rahmenbedingungen im Hinblick auf die Unternehmensstrategie bewerten**
  - 2.1 **Kulturelle, rechtliche und wirtschaftliche Besonderheiten bei der Umsetzung von Strategien auf Auslandsmärkten beachten**
    - 2.1.1 Kulturelle, rechtliche und wirtschaftliche Besonderheiten
    - 2.1.2 Konsequenzen für die operative Umsetzung
  - 2.2 **Grundlegende Entscheidungen vorbereiten**
    - 2.2.1 Entscheidung zur Rechtsform aus strategischer Sicht
    - 2.2.2 Entscheidung zum Standort aus strategischer Sicht
    - 2.2.3 Unternehmenszusammenschlüsse und –ausgründungen unter Berücksichtigung rechtlicher Rahmenbedingungen
  - 2.3 **Finanzierung und Liquidität im Hinblick auf strategische Entscheidungen sicherstellen**
    - 2.3.1 Finanzwirtschaftliche Zielkonflikte
    - 2.3.2 Chancen und Risiken auf Finanzmärkten zur Sicherstellung der Unternehmensfinanzierung und Liquidität
    - 2.3.3 Finanzierungsarten nach ihrer strategischen Zielsetzung und der Marktgegebenheiten am Kapitalmarkt

- 2.3.4 Investitions- und Liquiditätsplanung zur Sicherung der Zukunft und der regelmäßigen Zahlungsbereitschaft des Unternehmens
- 2.3.5 Investitionscontrolling zur strategischen Ausrichtung des Investitionsprozesses
- 2.3.6 Maßnahmen der Risikobegrenzung, -streuung und -steuerung
- 2.4 **Möglichkeiten der Rechtsanwendung, insbesondere auch der Gestaltung des Jahresabschlusses sowie des Lageberichts, für strategische Entscheidungen aufzeigen und bewerten**
  - 2.4.1 Jahresabschluss nach Handelsrecht inkl. Lagebericht unter Berücksichtigung der strategischen Entscheidungen
  - 2.4.2 Jahresabschluss nach Steuerrecht inkl. Lagebericht unter Berücksichtigung der strategischen Entscheidungen
  - 2.4.3 Jahresabschluss nach IFRS inkl. Lagebericht unter Berücksichtigung der strategischen Entscheidungen
  - 2.4.4 Konzernrechnung nach HGB und IFRS unter Berücksichtigung der strategischen Entscheidungen
  - 2.4.5 Strategieunterstützende Maßnahmen
  - 2.4.6 Ergebnisse unterschiedlicher Unternehmensbewertungen
- 2.5 **Auswirkungen steuerlicher Regularien auf die Unternehmensstrategie aufzeigen und bewerten**
  - 2.5.1 Rechtsformabhängige Komponenten der Besteuerung
  - 2.5.2 Ausmaß steuerlicher Belastungen in Abhängigkeit vom Unternehmensstandort (regional/national/EU)
  - 2.5.3 Auswirkungen von Doppelbesteuerungsabkommen in der EU auf die Steuerlast der Unternehmen
  - 2.5.4 Umfang der steuerlichen Bemessungsgrundlage in der Abhängigkeit von der Rechtsform
  - 2.5.5 Rechtsformwahl auf Basis eines Steuerbelastungsvergleich
  - 2.5.6 Auswahl von Finanzierungsalternativen im Hinblick auf die Auswirkungen auf die steuerliche Bemessungsgrundlage
- 2.6 **Ergebnisse des Controllings für strategische Entscheidungen nutzen**
  - 2.6.1 Kennzahlen
  - 2.6.2 Maßnahmen aus Kennzahlen
  - 2.6.3 Ergebnisse aus der Kosten- und Leistungsrechnung
  - 2.6.4 Budgetierungsmethoden
- 3 **Nationale und internationale Leistungsprozesse organisieren**
  - 3.1 **Marketingstrategien und Marketinginstrumente entsprechend den Anforderungen nationaler und internationaler Märkte entwickeln und einsetzen**
    - 3.1.1 Einflussfaktoren auf das strategische Marketing
    - 3.1.2 Strategien für B2C- und B2B- Märkte
    - 3.1.3 Marktchancen nationaler und internationaler Märkte
    - 3.1.4 Ergebnisse der Marktprognosen
    - 3.1.5 Ergebnisse aus der Markt- und Marketingforschung

- 3.1.6 Marktsegmentierung
- 3.1.7 Marketingziele auf Basis der übergeordneten Unternehmensziele
- 3.1.8 Marketingstrategien auf Basis der Marketingziele
- 3.1.9 Zielgruppenadäquate marketingpolitische Instrumente
- 3.1.10 Branding/Positionierung in ausgewählten nationalen und internationalen Märkten
- 3.1.11 Vertriebsstrategien für internationale Märkte
- 3.1.12 Controlling der Marketingaktivitäten
  
- 3.2 Möglichkeiten der Finanzierung internationaler Geschäfte analysieren und passende Finanzierungsinstrumente einsetzen**
- 3.2.1 Finanzierung internationaler Geschäftsprozesse
- 3.2.2 Entscheidungskriterien für die Auswahl von Finanzierungsmöglichkeiten im Export- und Importgeschäft
- 3.2.3 Möglichkeiten der kurz-, mittel und langfristigen Außenhandelsfinanzierung
- 3.2.4 Möglichkeiten der Außenhandelsabsicherung
  
- 3.3 Leistungsprozesse unter Beachtung der Einflüsse der nationalen und internationalen Märkte gestalten und organisieren**
- 3.3.1 Beschaffungsprozesse unter strategischen Gesichtspunkten
- 3.3.2 Produktions- und Dienstleistungsprozesse unter strategischen Gesichtspunkten
- 3.3.3 Logistikprozesse als Querschnittsfunktion unter strategischen Gesichtspunkten
  
- 3.4 Auswirkungen technologischer Entwicklungen auf das Unternehmens berücksichtigen und darauf bezogene Maßnahmen umsetzen**
- 3.4.1 Technologische Entwicklungen auf die Relevanz für das Unternehmen
- 3.4.2 Aktuelle Unternehmensprozesse im Hinblick auf die technologischen Entwicklungen
- 3.4.3 Optimierungsmöglichkeiten
- 3.4.4 Umsetzungskonzept
  
- 3.5 Qualitatives und quantitatives Personalmanagement sowie Personalführung gestalten**
- 3.5.1 Personalmanagement und Personalführung als Teil der strategischen Unternehmensführung in Bezug auf die betrieblichen Leistungsprozesse
- 3.5.2 Ethische Aspekte des Personalmanagements im nationalen und internationalen Umfeld
- 3.5.3 Personalführungskonzepte
  
- 3.6 Im Rahmen des Projektmanagements Projekte planen, steuern und kontrollieren**
- 3.6.1 Auf die Primärorganisation ausgerichtete Modelle und Instrumente der Projektplanung
- 3.6.2 Einbindung der Projektorganisation in die Unternehmensstruktur
- 3.6.3 Projektcontrolling

- 4 **Unternehmerorganisation zur Sicherstellung der Leistungs- und Unternehmensprozesse unter Berücksichtigung der strategischen Vorgaben gestalten**
- 4.1 **Beschlussvorlagen für strukturelle Entscheidungen, insbesondere hinsichtlich des Standortes, vorbereiten**
  - 4.1.1 Bestehende Unternehmensstrategie
  - 4.1.2 Rahmenbedingungen für strukturelle Entscheidungen
  - 4.1.3 Handlungsempfehlungen
- 4.2. **Maßnahmen der strategischen Personalressourcen- und Nachfolgeplanung steuern**
  - 4.2.1 Einflussfaktoren auf die strategische Personalressourcenplanung auf nationaler und internationaler Ebene
  - 4.2.2 Handlungsempfehlungen aus der Analyse der Einflussfaktoren
  - 4.2.3 Strategische Personalressourcenplanung
  - 4.2.4 Notwendigkeit der Unternehmensnachfolgeplanung
- 4.3 **Ausrichtung der Unternehmensorganisation an die Grundsätze einer verantwortungsvollen, transparenten und auf eine langfristige Steigerung des Unternehmenswertes orientieren Unternehmensführung sicherstellen**
  - 4.3.1 Kompatibilität der Unternehmensstrategie zur Compliance und zur Corporate Governance
  - 4.3.2 Relevanz nationaler und EU-Regelungen
  - 4.3.3 Relevanz internationaler Regelungen
- 4.4 **Organisationsentwicklung unter besonderer Berücksichtigung interkultureller und ethischer Aspekte ausrichten und überwachen**
  - 4.4.1 Einflüsse interkultureller Fragestellung auf die Organisationsentwicklung
  - 4.4.2 Einflüsse unternehmensspezifischer ethischer Aspekte auf die Organisationsentwicklung
  - 4.4.3 Konsequenzen für die Organisationsentwicklung
- 5 **Planung, Steuerung und Überwachung von Unternehmensprozessen wahrnehmen**
- 5.1 **Integrierte Managementsysteme ausgerichtet an den strategischen Vorgaben implementieren und weiterentwickeln**
  - 5.1.1 Ziele und Nutzen der Integration
  - 5.1.2 Unternehmensspezifische Managementsysteme
  - 5.1.3 Integrationsgrad der vorhandenen Managementsysteme
  - 5.1.4 Methoden und Instrumente zur Integration einzelner Managementsysteme
  - 5.1.5 Controlling der Integration
- 5.2 **Strategisches Controlling gestalten, überwachen und weiterentwickeln**
  - 5.2.1 Unternehmensspezifische Perspektiven des Zielsystems
  - 5.2.2 Risiko- und Chancen-Management als Bestandteil es strategischen Controllings
  - 5.2.3 Ergebnisse strategischer Controlling-Instrumente im Hinblick auf die Unternehmensstrategie
  - 5.2.4 Handlungsempfehlungen aus den Ergebnissen

- 5.3 **Informationssysteme an technologischen Entwicklungen ausrichten**
- 5.3.1 Ziele und strategische Aufgaben der unternehmensspezifischen Informationssysteme
- 5.3.2 Bestandsaufnahme der vorhandenen Informationssysteme
- 5.3.3 Interne und externe Anforderungen an zukünftige Systeme
- 5.3.4 Veränderungen der relevanten technologischen Umwelt
  
- 5.4 **Personalmanagement gestalten, überwachen und weiterentwickeln**
- 5.4.1 Personalmanagement entsprechend dem Wertesystem des Unternehmens
- 5.4.2 Personalcontrolling
- 5.4.3 Weiterentwicklung des Personalmanagements
  
- 5.5 **Prozesse eines an ethischen Aspekten ausgerichteten Wertmanagements überwachen**
- 5.5.1 Unternehmenswerte, Themenfelder und Anspruchsgruppen
- 5.5.2 Organisation des Wertmanagementsystems
- 5.5.3 Instrumente des Wertmanagementsystems
- 5.5.4 Funktionsfähigkeit des Wertmanagementsystems