

Studienverlauf des Masterstudiengangs Strategisches Management

Säulen Semester	Strategische Entscheidungen	Arbeitsmärkte, Personal & Organisation	Absatzmärkte & Kunden-/ Lieferantenbeziehungen	Gesellschaftliche & rechtliche Rahmenbedingungen	Kapitalmärkte & Investor Relations	Wissenschaftliche Methoden
1	Marktorientierte Entscheidungsfindung	Unternehmenskultur & Diversity Management	Marketingmanagement & Absatz-/ Lieferantenmärkte	Staatliche Rahmenbedingungen	Finanzentscheidungen im Unternehmen	Empirische Methoden und Wissenschaftstheorie
2a	Nachhaltiges Management	Schwerpunkt Dienstleistungswirtschaft				Anwendungsprojekt Wissenschaftliche Methoden im Schwerpunkt
		Rechtsaspekte im Dienstleistungsmanagement	Ausdifferenzierung im Dienstleistungsmarketing	Int. Steuerrecht für Dienstleistungsunternehmen	Strukturierung und Publizität von Unternehmensgruppen der Dienstleistungswirtschaft	
2b		Schwerpunkt Tourismuswirtschaft				
		Prozess- & Projektmanagement im Tourismus	Entwicklung von Tourismuskäufen & -produkten	Management von Wandel & touristischen Risiken	Finanzielle Aspekte im Tourismus	
3	Masterarbeit und Kolloquium					

Alle Module umfassen 2 SWS und 5 ECTS. Die Masterarbeit mit Kolloquium umfassen 30 ECTS.