

Bachelor-Studium

Bachelor of Arts (B.A.)

Business Administration

Dieser Studiengang richtet sich an Berufstätige in den Bereichen:

- ▶ Marketing
- ▶ Vertrieb
- ▶ Personalmanagement
- ▶ Finanzen und Controlling
- ▶ Einkauf oder Logistik
- ▶ sowie generell an Berufstätige in Unternehmen jeglicher Größe und Branche, z. B. in Industrie- und Handelsunternehmen

und qualifiziert Sie für folgende Aufgaben:

- ▶ **Management- und Führungstätigkeiten**
- ▶ **Marketing & Vertrieb:** Planung von Vertriebs- und Verkaufsaktivitäten
- ▶ **Personalwesen:** Personalauswahl und -entwicklung
- ▶ **Controlling:** Optimierung von Einkaufsprozessen
- ▶ **Finanzwesen:** Finanzplanung für einzelne Unternehmensbereiche
- ▶ **Einkauf und Logistik:** Transportmanagement
- ▶ **Handel:** Handelsmarketing
- ▶ **Medienmanagement:** Social Media Planung
- ▶ **Entrepreneurship:** Unternehmensführung

Bachelor of Arts (B.A.) Business Administration

Dieses betriebswirtschaftliche Studium qualifiziert Sie generalistisch und praxisnah: Sie erwerben Fachwissen aus verschiedenen betrieblichen Funktionsbereichen sowie die wichtigsten Kompetenzen, die angehende Manager und Führungskräfte ausmachen.

Ab dem fünften Semester stehen Ihnen zwei Wege offen. Einerseits können Sie sich mit der Vertiefungsrichtung „Management“ zu einem betriebswirtschaftlichen „Allrounder“ weiterentwickeln und sich so vielfältige Karriereperspektiven verschaffen. Andererseits können Sie durch die Wahl einer Fachvertiefung wie beispielsweise „Marketing & Vertrieb“ oder

„Personal“ Ihre fachspezifischen Kenntnisse auf dem jeweiligen Gebiet weiter ausbauen, um sich für einen bestimmten Unternehmensbereich zu profilieren.

Als Absolvent des Studiengangs Business Administration haben Sie also beste berufliche Perspektiven¹⁾. Zusätzlich zu Ihrem fachübergreifenden Know-how können Sie – abhängig von der gewählten Vertiefungsrichtung – zum Beispiel Vertriebsaktivitäten planen und umsetzen, Personal auswählen und entwickeln, Einkaufsprozesse optimieren oder Finanzpläne erstellen.

Tim Becker

Controller bei der
medl GmbH



»Das Tolle an diesem Studiengang ist, dass ich mir Grundlagenwissen zu allen wichtigen Unternehmensbereichen aneigne und lerne, wie die unterschiedlichen Bereiche strategisch, inhaltlich und organisatorisch zusammenhängen. So bin ich optimal auf vielfältige berufliche Einsatzfelder vorbereitet.«

Auf einen Blick

Zulassungsvoraussetzung: Allgemeine Hochschulreife (Abitur), Fachhochschulreife oder sonstige als gleichwertig anerkannte Vorbildung und aktuelle Berufstätigkeit (in Ausnahmefällen kann davon abgewichen werden²⁾)

Dauer: 7 Semester

Gebühren: 12.390 €, zahlbar in 42 Monatsraten à 295 €, zzgl. einmaliger Prüfungsgebühr in Höhe von 300 €

Leistungsumfang: 180 Credit Points nach ECTS

Akkreditierung: Die FOM ist von der FIBAA systemakkreditiert. Damit ist auch dieser Bachelor-Studiengang akkreditiert.



Semesterferien Abend- und Samstags-Studium: August und Mitte bis Ende Februar

Semesterferien Tages-Studium: Juli/August und Februar.
Tages-Studium in Dortmund: August und Mitte bis Ende Februar.

Studienbeginn im Wintersemester

Abend- und Samstags-Studium

Aachen | Berlin | Bonn | Bremen | Dortmund | Frankfurt a. M. | Hamburg | Hannover | Leipzig | Mannheim | Marl | München | Neuss | Nürnberg | Siegen | Stuttgart

freitags 18:00-21:15 Uhr und samstags 08:30-15:45 Uhr
Augsburg | Bochum | Duisburg | Düsseldorf | Essen | Hagen | Kassel | Köln | Münster | Wesel | Wuppertal
2-3 Abende/Woche (Mo.-Fr.) 18:00-21:15 Uhr
und 2 Samstage/Monat 08:30-15:45 Uhr

Tages-Studium

Aachen | Bonn | Bremen | Frankfurt a. M. | Hamburg | Köln | Mannheim | München | Münster | Nürnberg | Stuttgart | Wuppertal

1.-7. Sem.: 2 Tage/Woche (Mo.-Fr.) 08:30-15:45 Uhr
Berlin | Duisburg | Düsseldorf | Essen | Siegen | Wesel
1.-4. Sem.: 2 Tage/Woche (Mo.-Fr.) 08:30-15:45 Uhr
5.-7. Sem.: 1 Tag/Woche (Mo.-Fr.) & samstags 08:30-15:45 Uhr
Dortmund
1.-7. Sem.: 1 Tag/Woche (Mo.-Fr.) 14:00 - 17:00 Uhr
1 Tag/Woche (Mo.-Fr.) 08:15 - 17:00 Uhr
Bochum | Hagen
1.-3. Sem.: 1 Tag/Woche (Mo.-Fr.) 13:45-17:00 Uhr
und samstags 08:30 - 15:45 Uhr
4.-7. Sem.: 2 Tage/Woche (Mo.-Fr.) jew. von 08:30 -15:45 Uhr

Studienbeginn im Sommersemester

Abend-Studium

Aachen | Berlin | Bonn | Bremen | Dortmund | Essen | Frankfurt a. M. | Hamburg | Hannover | Mannheim | München | Münster | Neuss | Nürnberg | Siegen | Stuttgart
3 Abende/Woche (Mo.-Fr.) 18:00-21:15 Uhr

Abend- und Samstags-Studium

Duisburg | Düsseldorf | Köln | Wesel | Wuppertal |
2-3 Abende/Woche (Mo.-Fr.) 18:00-21:15 Uhr
und 2 Samstage/Monat 08:30-15:45 Uhr
Augsburg
freitags 18:00-21:15 Uhr und samstags 08:30-15:45 Uhr

Tages-Studium

Berlin | Düsseldorf | Essen
1.-4. Sem.: 2 Tage/Woche (Mo.-Fr.) 08:30-15:45 Uhr
5.-7. Sem.: 1 Tag/Woche (Mo.-Fr.) und Samstag 08:30-15:45 Uhr
Frankfurt a. M. | Hamburg | Köln | München
1.-7. Sem.: 2 Tage/Woche (Mo.-Fr.) 08:30-15:45 Uhr

1) „Berufseinstieg für Wirtschaftswissenschaftler“, Springer-Verlag, 2014, 2) Für Informationen zur Zulassung steht Ihnen unsere Studienberatung gerne zur Verfügung.

Studienverlaufsplan

1. SEMESTER

Management Basics

- Grundlagen der BWL, VWL, Recht und Entrepreneurship
- Einführung wissenschaftliches Arbeiten

Human Resources

- Personalmanagement
- Personalmarketing
- Personalauswahl und -entwicklung
- Personalführung

Kompetenz- & Selbstmanagement

- Berufserfolg und -anforderungen
- Persönlichkeit
- Kompetenzen
- Selbstmanagement

Einführung Mathematik

- Finanzmathematik
- Lineare Algebra
- Integralrechnung

2. SEMESTER

Kostenrechnung & Buchführung

- Kosten- und Leistungsrechnung
- Doppelte Buchführung
- EDV-gestützte Buchführung

Mikroökonomik & Neue Institutionenökonomik

- Haushalts-, Unternehmens- und Handelstheorie
- Preisbildung auf Märkten
- Transaktionskosten

Wirtschafts- & Privatrecht

- BGB Allgemeiner Teil
- Schuldrecht Allgemeiner Teil
- Handelsrecht

Wissenschaftliches Arbeiten

- Ablaufplanung - Selbst-/Zeitmanagement
- Formvorschriften
- Forschungsmethoden

3. SEMESTER

Beschaffung, Fertigung & Marketing

- Supply Chain Management
- Fertigung
- Grundlagen Marktforschung
- Operatives Marketing

Bilanzen & Steuern

- Grundzüge IFRS
- Bilanzanalyse
- Steuerlehre

Finanzierung & Investition

- Stakeholder, Shareholder Management
- Finanz- und Businessplanung
- Unternehmensbewertung

Wirtschaftspsychologie

- Finanzpsychologie
- Arbeitspsychologie
- Organisationspsychologie
- Markt- und Konsumpsychologie

4. SEMESTER

Strategisches Management

- Internationale und globale Strategie
- Instrumente des strategischen Managements (BCG Matrix, Ansoffs Matrix)

Makroökonomik & Wirtschaftspolitik

- Konjunktur, Wachstum, Arbeitsmarkt
- Geld, Kredit und Inflation
- Wettbewerbspolitik
- Internationaler Handel

Wirtschafts- / Unternehmensethik

- Moral und Ethik
- Werte
- Philosophische Grundlagen
- Ethik und Ökonomie

Wissenschaftliche Methoden – quantitative Datenanalyse

- Statistische Software
- Durchführung einer quantitativen wissenschaftl. Analyse

Die neun Vertiefungen

5. SEMESTER

6. SEMESTER

	Management	oder	Marketing & Vertrieb	oder	Finance	oder	Unternehmensrechnung & Controlling	oder	Entrepreneurship
	Finanzmanagement <ul style="list-style-type: none"> • Share-/Stakeholder Value Management • Private Equity • Risikomanagement 		Vertriebsmanagement <ul style="list-style-type: none"> • Vertriebsformen und -konzepte • Channel Management • Handelsmarketing 		Finanzmanagement <ul style="list-style-type: none"> • Share- / Stakeholder Value Management • Private Equity • Risikomanagement 		Internationale Rechnungslegung <ul style="list-style-type: none"> • Verlautbarungen und Prinzipien der IFRS • Grundlagen des Konzernabschlusses • Bilanzierung nach IFRS/IAS 		Entrepreneurship Innovation <ul style="list-style-type: none"> • Phasen und Erfolge Entrepreneurship • Bedeutung von Innovation und Technologie • Steuerung, Zielsetzung von Innovationen
	Marketingmanagement <ul style="list-style-type: none"> • Marketingstrategien • B2B-Marketing • Konsumentenverhalten 		Marketingmanagement <ul style="list-style-type: none"> • Marketingstrategien • B2B-Marketing • Konsumentenverhalten 		Finanzpsychologie <ul style="list-style-type: none"> • Ursachen für Spekulationsblasen • Behavioral Finance in der Unternehmensführung 		Strategisches Controlling <ul style="list-style-type: none"> • Strategische Analyse vom Unternehmensumfeld • Risikomanagement und -controlling 		Marketingmanagement <ul style="list-style-type: none"> • Marketingstrategien • B2B-Marketing • Konsumentenverhalten
	Unternehmensorganisation/Personalführung <ul style="list-style-type: none"> • Organisationsgestaltung • Unternehmenskultur • Führungstheorien und -modelle 		Unternehmenskommunikation <ul style="list-style-type: none"> • Markenkommunikation • Social Media • Kommunikationscontrolling 		Konzernabschluss <ul style="list-style-type: none"> • Aufstellungspflicht eines Konzernabschlusses • Konzernanhang und -lagebericht 		Konzernabschluss <ul style="list-style-type: none"> • Aufstellungspflicht eines Konzernabschlusses • Konzernanhang und -lagebericht 		Unternehmensorganisation/Personalführung <ul style="list-style-type: none"> • Organisationsgestaltung • Unternehmenskultur • Führungstheorien und -modelle
	Trendforschung & Innovation <ul style="list-style-type: none"> • Praktische Trendforschung (praktisch-beratend/Think Tanks) • Innovationsmanagement 		Online-Marketing <ul style="list-style-type: none"> • Konzeption eines Online-Marketingplans (Case Studies) • Zusammenarbeit mit Dienstleistern 		Unternehmensbewertung <ul style="list-style-type: none"> • Bewertungsanlässe/-motive • Einflussfaktoren • Unternehmensbewertungsmethoden 		Unternehmensbewertung <ul style="list-style-type: none"> • Bewertungsanlässe/-motive • Einflussfaktoren • Unternehmensbewertungsmethoden 		Unternehmensbewertung <ul style="list-style-type: none"> • Bewertungsanlässe/-motive • Einflussfaktoren • Unternehmensbewertungsmethoden

5. SEMESTER

Wählen Sie eine aus den neun Vertiefungsrichtungen* (Inhalte siehe unten)

Management
oder
Marketing & Vertrieb
oder
Finance
oder
Unternehmensrechnung & Controlling
oder
Entrepreneurship
oder
Personal
oder
Medienmanagement
oder
Einkauf & Logistik
oder
Handel

Wahlmodul (unabhängig von der gewählten Fachvertiefung)

Verhandlungsführung

- Verhandlungspositionen und Interessen
- Kommunikation in der Verhandlung - verbal und non-verbal
- Manipulationstechniken

oder

Business English¹⁾

- Dictionary skills
- Introduction to business communication
- Introduction to business vocabulary & functions

oder

Business Communication Skills²⁾

- Managing discussions
- Producing well structured short reports
- Adapting behaviour and language across cultures

Operatives Controlling

- Plankostenrechnung
- Von der Kostenrechnung zum Kostenmanagement (Prozesskostenrechnung, Target Costing, Life Cycle Costing)

6. SEMESTER

Projektmanagement & IT-Grundlagen

- Einführung in die Wirtschaftsinformatik
- Grundlagen der Informationstechnologie
- Softwarewerkzeuge für das Projektmanagement

Wissenschaftliche Methoden – Qualitativ

- Zentrale Prinzipien der qualitativen Forschung
- Gütekriterien der qualitativen Forschung
- Praktische Umsetzung der qualitativen Forschung

7. SEMESTER

Turnaround Management

- Turnaround Analyse / Bestandsaufnahme
- Außergerichtliches vs. Gerichtliches Verfahren
- Krisenfrüherkennung

Bachelor-Thesis/Kolloquium

Schriftliche Abschlussarbeit und Kolloquium

Hochschulabschluss:

Bachelor of Arts (B.A.)

Studiengang:

Business Administration

Vertiefungsrichtungen*:

Entrepreneurship	oder	Personal	oder	Medienmanagement	oder	Einkauf & Logistik	oder	Handel
Entrepreneurship & Innovationsmanagement • Erfolgsfaktoren • Innovationsmanagement • Personalentwicklung und Innovationsprozesse		HR Management • Personalplanung • Employer Branding • Internationales HR-Management		Social-Media- & Digital-Media-Management • Medien- und Software-Ergonomie • Social-Media-Management • Collaboratingsoftware		Transportmanagement & Verkehrssysteme • Internationale Transportabwicklung • Kooperationsmanagement • Nachhaltigkeit und CSR		Handelsmarketing • Einzelhandel im Marktumfeld • Multi-Channeling • Sortimentspolitik • Politik der Verkaufsraumgestaltung
Management • Personalmanagement • Personalentwicklung		Arbeitsrecht • Aufgaben, Rechte & Pflichten des Betriebsrats • Tarifautonomie und Tarifvertragsrecht		Marketingmanagement • Marketingstrategien • B2B-Marketing • Konsumentenverhalten		Beschaffungs- & Distributionsnetzwerke • Beschaffung • Distribution • Produktion		Personalführung im Handel • Entwicklungen im Handel und Konsequenzen für die Personalarbeit • Personalwirtschaftliche Funktionen • Arbeitsrechtliche Grundlagen
Unternehmensorganisation • Organisationsgestaltung • Unternehmenskultur • Führungstheorien und -modelle		Unternehmensorganisation/Personalführung • Organisationsgestaltung • Unternehmenskultur • Führungstheorien und -modelle		Medien-Konzeption & -Planung • Medientheorie und Medientechnik • Ästhetische Gestaltungsprinzipien zur Evaluation des Corporate Design • Text-, Bild- und Filmgestaltung		Intralogistik, SCM und Distributionsmanagement • Auto-ID • Bullwhip, SCEM • Logistikcontrolling		Verkaufsflächenmanagement • Wahl des richtigen Standorts • Ausgestaltung des Standorts • Finanzwirtschaftliche Aspekte
Management • Personalmanagement • Personalentwicklung		Trendforschung & Innovation • Praktische Trendforschung (praktisch-beratend/Think Tanks) • Innovationsmanagement		Trendforschung & Innovation • Praktische Trendforschung (praktisch-beratend/Think Tanks) • Innovationsmanagement		Einkauf • Operativer und strategischer Einkauf • E-Procurement • Supply Relationship Management		Trendforschung & Innovation • Praktische Trendforschung (praktisch-beratend/Think Tanks) • Innovationsmanagement

»Wir sind ganz nah dran an der Praxis.«

Herr Prof. Löhr, im Hochschulbereich Wirtschaft und Management gibt es den klassischen, allgemeinen Studiengang Business Administration und spezialisierte Studiengänge, wie Banking & Finance. Was spricht für den allgemeinen, was für einen spezialisierten Studiengang?

Mit dem allgemeinen betriebswirtschaftlichen Studiengang **Business Administration** stellen Sie sich breit auf – Sie erlangen Wissen in zentralen Unternehmensbereichen, von Rechnungswesen bis Personal. Wenn Sie zunächst prüfen möchten, was am besten zu Ihnen passt, dann ist das der richtige Studiengang für Sie, weil Sie sich dadurch viele berufliche Tätigkeitsfelder öffnen. Im Anschluss an das Studium bietet sich Ihnen zudem der Zugang zu zahlreichen Master-Studiengängen, wodurch Sie sich gezielt weiter spezialisieren können. Wer bereits genau weiß, wo er seine berufliche Zukunft sieht, für den eignen sich die spezialisierten Studiengänge, wie **Banking & Finance** oder **International Management**.

Was macht das betriebswirtschaftliche Studium im FOM Hochschulbereich Wirtschaft & Management aus Ihrer Sicht attraktiv?

Die FOM blickt auf mehr als 20 Jahre Erfahrung in der Durchführung betriebswirtschaftlicher Studiengänge zurück. Die FOM hat deutschlandweit die **größte wirtschaftswissenschaftliche Fakultät** mit einem riesengroßen Pool an Wissenschaftlern. Das ist ein gewaltiger Wissens- und Erfahrungsschatz, von dem unsere Studenten natürlich profitieren. Die



Prof. Dr. Andreas Löhr

Sprecher des Hochschulbereichs
Wirtschaft & Management

Institute und KompetenzCentren der FOM forschen unter anderem zu Themen wie Personal- und Organisationsentwicklung, Marketing, Logistik und Verhaltensökonomie. Die Erkenntnisse aus dieser **anwendungsorientierten Forschung** fließen unmittelbar in die wissenschaftliche Ausbildung ein. Das bedeutet: Wir sind ganz nah dran an der Praxis.

Was können die Studierenden von ihren Dozenten erwarten?

Da sich die FOM als **praxisnahe Hochschule** versteht, achten wir darauf, dass unsere Lehrenden nicht nur in Sachen Forschung up to date sind, sondern zudem über umfassende Praxiserfahrungen verfügen. Jeder Dozent an der FOM ist in der Lage, die Fragen seiner Studierenden aus der Wirtschaftspraxis in seine Lehrveranstaltungen zu integrieren und konkrete Bezüge zwischen den Studieninhalten und den alltäglichen Herausforderungen im Unternehmen herzustellen. Und: Sie sind gute Didaktiker, die es vermögen, anspruchsvolle Sachverhalte entsprechend zu vermitteln. Auch wenn es in der Öffentlichkeit manchmal etwas anders rüberkommt: Ein BWL-Studium kann durchaus auch Spaß machen.

Lenker und Macher gesucht

Deutschlands Wirtschaft wird von etwa 2,2 Millionen kleinen und mittelständischen Unternehmen, 1,8 Millionen Kleinstfirmen und 16.000 Konzernen vorangetrieben. Die Köpfe hinter diesen Unternehmen sind zumeist Volks- oder Betriebswirte, die es verstehen, innovative Geschäftsideen zu entwickeln, profitable Geschäftsbereiche auszubauen und ihre Unternehmen verantwortungsvoll für die Herausforderungen der Zukunft zu rüsten.

Doch nicht nur in den Chefetagen ist die Kompetenz der Betriebswirte gefragt – nahezu jede Fachabteilung im Unternehmen, vom Einkauf über das Personalwesen bis zum Vertrieb und Controlling, braucht Fachleute, die Kosten kalkulieren, Bedarfe identifizieren, interne Prozesse optimieren oder Projekte zur Erreichung unternehmerischer Ziele planen und realisieren können.

Laut der Studie JobTrends des Staufenberg Instituts rechnet fast jeder zweite Personalverantwortliche mit einer steigenden bis stark steigenden Nachfrage nach Wirtschaftsabsolventen in den nächsten fünf Jahren.



Deutschland gehört weltweit zu den

Top 5

Wirtschaftsstandorten. Europaweit zu den Top 3.¹⁾

Fast

50 %

aller mittelständischen Weltmarktführer kommen aus Deutschland.²⁾

Im Juli 2014 haben deutsche Unternehmen Waren im Wert von

100 Mrd. €

exportiert.³⁾

Hochschulbereich

Wirtschaft & Management

Der Hochschulbereich Wirtschaft & Management an der FOM bietet Berufstätigen die Möglichkeit, sich breites Know-how in Betriebswirtschaft und Management oder fachbezogenes Expertenwissen, ergänzt um ökonomische Kenntnisse, anzueignen, um unternehmerische Prozesse ganzheitlich und strategisch zu gestalten oder als Experte den eigenen Funktionsbereich nachhaltig weiterzuentwickeln.



free phone: 0800 1 95 95 95



fom.de



studienberatung@fom.de

 /fom



 /FOMHochschule



/company/fomhochschule

 /FOMChannel



Aachen | Augsburg | Berlin | Bochum | Bonn | Bremen | Dortmund | Duisburg |
Düsseldorf | Essen | Frankfurt a.M. | Gütersloh | Hagen | Hamburg | Hannover |
Kassel | Köln | Leipzig | Mannheim | Marl | München | Münster | Neuss | Nürnberg |
Siegen | Stuttgart | Wesel | Wuppertal

