



## Masterstudiengänge Betriebswirtschaftslehre

### Informationen zu den Studiengängen

- Marketing und Sales
- Produktions- und Logistikmanagement
- Personalmanagement und Organisation
- Controlling Finance Accounting
- Steuern und Unternehmensprüfung

# AGENDA

## A Übergreifende Informationen

1. Studiengangleitung/Ansprechpartner/innen
2. Rahmenbedingungen

## B Masterstruktur

1. Grundkonzept
2. Mission
3. Merkmale
4. Modulkonzept
5. Studienverlaufspläne
  - 5.1 Allgemein
  - 5.2 Marketing und Sales (MKT)
  - 5.3 Produktions- und Logistikmanagement (PL)
  - 5.4 Personalmanagement und Organisation (PO)
  - 5.5 Controlling Finance Accounting (CFA)
  - 5.6 Steuern und Unternehmensprüfung (StU)
6. Zulassungsvoraussetzungen
7. Fakten zum Studienstart
8. Berufsfelder

## STUDIENGANGSLEITUNG PROF. DR. STUTE

- 1998-2004 Studium der Betriebswirtschaftslehre und des Wirtschafts- und Steuerrechts an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster sowie der Ruhr-Universität Bochum
- 2004-2006 Mitarbeit und Promotion an der Helmut-Schmidt-Universität, Universität der Bundeswehr Hamburg
- 2007-2010 Tätigkeit im Bereich der Wirtschaftsprüfung
- 2007 Steuerberaterexamen
- Seit Sep. 2010:  
Professor für Unternehmensprüfung und Steuerlehre



**Raum C 313**  
**Tel. +49 (0) 521. 106 - 67397**  
**[andreas.stute@hsbi.de](mailto:andreas.stute@hsbi.de)**  
**Zoom: 480 543 7174**

## INHALTLICHE VERANTWORTUNG/ FACHGRUPPENREFERENTEN/INNEN

1. Prof. Dr. Kerstin Stender-Monhemius: Marketing und Sales
2. Prof. Dr. Gerald Oeser: Produktions- und Logistikmanagement
3. Prof. Dr. Sascha Armutat: Personalmanagement und Organisation
4. Prof. Dr. Ulrike Settnik: Controlling Finance Accounting
5. Prof. Dr. Andreas Stute: Steuern und Unternehmensprüfung

## STUDIERENDENSERVICE/ PRÜFUNGSANGELEGENHEITEN

M.A. Frau Jolanta Stolarzyk

**Raum A 210**

**Telefon +49.521.106-70985**

**Mobil +49.171.7671065**

**[jolanta.stolarczyk@hsbi.de](mailto:jolanta.stolarczyk@hsbi.de)**

## 2. RAHMENBEDINGUNGEN



Studienort: Bielefeld



## 2. RAHMENBEDINGUNGEN STANDORT: BIELEFELD

- Umfangreiche IT-Infrastruktur
- Mensa + Cafeteria
- Gruppengröße: ca. meist 40-50 Studierende
- Sehr gut ausgestattete Bibliothek
- **Umfassende Erfahrungen** mit Masterstudiengängen
- Spezifische **Kompetenzen** im Fachbereich (mehr als 45 Professorinnen und Professoren, mehr als 13 Studiengänge)
- Sprachkompetenz + **Internationale Vernetzung** mit über 100 Hochschulen weltweit und vielseitige Optionen um Auslandserfahrungen zu machen (Fullbright-Stipendien für praxisintegrierte Studierende, Auslandssemester,...)
- Große Akzeptanz in der Region



# AGENDA

## A Übergreifende Informationen

1. Studiengangsleitung/Ansprechpartner/innen
2. Rahmenbedingungen

## B Masterstruktur

1. Grundkonzept
2. Mission
3. Merkmale
4. Modulkonzept
5. Studienverlaufspläne
  - 5.1 Allgemein
  - 5.2 Marketing und Sales (MKT)
  - 5.3 Produktions- und Logistikmanagement (PL)
  - 5.4 Personalmanagement und Organisation (PO)
  - 5.5 Controlling Finance Accounting (CFA)
  - 5.6 Steuern und Unternehmensprüfung (StU)
6. Zulassungsvoraussetzungen
7. Fakten zum Studienstart
8. Berufsfelder

# 1. GRUNDKONZEPT

**5 miteinander verbundene Masterstudiengänge**

**Insgesamt ca. 60 Studienplätze, Einschreibung zum Wintersemester**

5 Studiengänge mit je 12 Studienplätzen:

- Marketing und Sales
- Produktions- und Logistikmanagement
- Personalmanagement und Organisation
- Controlling Finance Accounting
- Steuern und Unternehmensprüfung

## 2. MISSION

**Fachspezifische und  
praxisorientierte Ausbildung von  
Betriebswirten als Manager in einer  
globalisierten Welt**

### 3. MERKMALE

- Fachspezifische inhaltliche Ausbildung
- Fachübergreifende Managementausbildung
- Praxisorientierung
- Internationalität
- Innovatives Lehr- und Betreuungskonzept

## 4. MODULKONZEPT

Modultyp	Pflicht/Wahl	Anzahl Module
Basismodul	Pflicht	4
Schwerpunktmodul	Pflicht	3
Vertiefungsmodul	Pflicht	2
Ergänzungsmodul*	Wahl	2
Zusatzmodul	Pflicht/Wahl	2
Masterarbeit	Pflicht	1

\* Als Ergänzungsmodule stehen die Vertiefungsmodul der anderen Studiengänge sowie die Module „Consumer Marketing“, „Digital Business“ und „International Financial Reporting Standards“ aus dem Master IBM zur Verfügung

## 5. STUDIENVERLAUFSPLAN ALLGEMEIN

1. Semester				2. Semester				3. Semester				4. Semester			
Basismodul 1 (VL) CFA				Zusatzmodul 1 (SU) Volkswirtschaftslehre				Zusatzmodul 2 (SU) Übergreifende wirtschaftliche Fragestellungen				Masterarbeit			
4	SWS	ECTS	6	4	SWS	ECTS	6	4	SWS	ECTS	6	0	SWS	ECTS	30
Basismodul 2 (VL) P/L				Vertiefungsmodul 1 (SU)				Vertiefungsmodul 2 (SU)							
4	SWS	ECTS	6	4	SWS	ECTS	6	4	SWS	ECTS	6				
Basismodul 3 (VL) StU				Ergänzungsmodul 1 (SU)				Ergänzungsmodul 2 (SU)							
4	SWS	ECTS	6	4	SWS	ECTS	6	4	SWS	ECTS	6				
Basismodul 4 (VL) MKT und P/O															
4	SWS	ECTS	6												
Schwerpunktmodul 1 (SU)				Schwerpunktmodul 2 (S)				Schwerpunktmodul 3 (S)							
4	SWS	ECTS	6	4	SWS	ECTS	12	4	SWS	ECTS	12				
<b>20</b>	<b>Gesamt</b>	<b>30</b>	<b>16</b>	<b>Gesamt</b>	<b>30</b>	<b>16</b>	<b>Gesamt</b>	<b>30</b>	<b>0</b>	<b>Gesamt</b>	<b>30</b>				

## 5. STUDIENVERLAUFSPLAN ALLGEMEIN

1. Semester				2. Semester				3. Semester				4. Semester			
Basismodul 1 (VL) CFA				Zusatzmodul 1 (SU) Volkswirtschaftslehre				Zusatzmodul 2 (SU) Übergreifende wirtschaftliche Fragestellungen				Masterarbeit			
4	SWS	ECTS	6	4	SWS	ECTS	6	4	SWS	ECTS	6	0	SWS	ECTS	30
Basismodul 2 (VL) P/L				Vertiefungsmodul 1 (SU)				Vertiefungsmodul 2 (SU)							
4	SWS	ECTS	6	4	SWS	ECTS	6	4	SWS	ECTS	6				
Basismodul 3 (VL) StU				Ergänzungsmodul 1 (SU)				Ergänzungsmodul 2 (SU)							
4	SWS	ECTS	6	4	SWS	ECTS	6	4	SWS	ECTS	6				
Basismodul 4 (VL) MKT und P/O															
4	SWS	ECTS	6												
Schwerpunktmodul 1 (SU)				Schwerpunktmodul 2 (S)				Schwerpunktmodul 3 (S)							
4	SWS	ECTS	6	4	SWS	ECTS	12	4	SWS	ECTS	12				
<b>20</b>	<b>Gesamt</b>	<b>30</b>	<b>16</b>	<b>Gesamt</b>	<b>30</b>	<b>16</b>	<b>Gesamt</b>	<b>30</b>	<b>0</b>	<b>Gesamt</b>	<b>30</b>				

# MODULÜBERSICHT

Fachgruppe	Basismodule	Schwerpunktmodule	Vertiefungsmodule
MKT	Strategisches Personalmanagement und Strategisches Marketingmanagement	<ul style="list-style-type: none"> <li>Brandmanagement &amp; Customer Relationship Management</li> <li>2. und 3. Schwerpunktmodul MKT</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vertriebsmanagement und Retail-Marketing</li> <li>Industriegütermarketing &amp; Marketingcontrolling</li> </ul>
PO		<ul style="list-style-type: none"> <li>Corporate Learning and Innovation</li> <li>2. und 3. Schwerpunktmodul PO</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aufbauorganisation und Change Management</li> <li>Prozess- und Projektorganisation</li> </ul>
PL	Projektmanagement und Geschäftsprozessoptimierung	<ul style="list-style-type: none"> <li>Supply Chain Management</li> <li>2. und 3. Schwerpunktmodul PL</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Branchenlogistik</li> <li>Qualitäts- und Logistikmanagement</li> </ul>
CFA	Unternehmensplanung und -kontrolle	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wertorientiertes Controlling</li> <li>2. und 3. Schwerpunktmodul CFR</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kostenmanagement</li> <li>Corporate Financial Management</li> </ul>
StU	Unternehmensbesteuerung und Unternehmensprüfung	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vertiefung Besteuerungsverfahren und sonstiger Unternehmenssteuern</li> <li>2. und 3. Schwerpunktmodul StU</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vertiefung nationaler und internationaler Steuerlehre</li> <li>Vertiefung der Prüfungstheorie und angewandter Unternehmensprüfung</li> </ul>
VWL	<b>Zusatzmodul 1</b>	Entrepreneurship und Unternehmensdynamik	
Weitere FG	<b>Zusatzmodul 2</b>	Auswahl aus aktuellen und fachübergreifenden Fragestellungen	

## 5.2 STUDIENVERLAUFSPLAN MARKETING UND SALES

1. Semester					2. Semester				3. Semester				4. Semester			
Basismodul 1 Unternehmensplanung und -kontrolle 4 SWS ECTS 6					Zusatzmodul 1 Entrepreneurship und Unternehmensdynamik 4 SWS ECTS 6				Zusatzmodul 2 Übergreifende wirtschaftliche Fragestellungen 4 SWS ECTS 6				Masterarbeit 0 SWS ECTS 30			
Basismodul 2 Projektmanagement und Geschäftsprozessoptimierung 4 SWS ECTS 6					Vertiefungsmodul 1 Vertriebsmanagement und Retail-Marketing 4 SWS ECTS 6				Vertiefungsmodul 2 Industriegütermarketing & Marketingcontrolling 4 SWS ECTS 6							
Basismodul 3 Unternehmensbesteuerung und Unternehmensprüfung 4 SWS ECTS 6					Ergänzungsmodul 1 4 SWS ECTS 6				Ergänzungsmodul 2 4 SWS ECTS 6							
Basismodul 4 Strategisches Personal- und strategisches Marketingmanagement 4 SWS ECTS 6																
Schwerpunktmodul 1 Brandmanagement & Customer Relationship Management 4 SWS ECTS 6					Schwerpunktmodul 2 4 SWS ECTS 12				Schwerpunktmodul 3 4 SWS ECTS 12							
<b>20</b>	<b>Gesamt</b>	<b>30</b>	<b>16</b>	<b>Gesamt</b>	<b>30</b>	<b>16</b>	<b>Gesamt</b>	<b>30</b>	<b>0</b>	<b>Gesamt</b>	<b>30</b>					

## 5.3 PRODUKTIONS- UND LOGISTIKMANAGEMENT

1. Semester					2. Semester				3. Semester				4. Semester			
Basismodul 1 Unternehmensplanung und -kontrolle 4 SWS ECTS 6					Zusatzmodul 1 Entrepreneurship und Unternehmensdynamik 4 SWS ECTS 6				Zusatzmodul 2 Übergreifende wirtschaftliche Fragestellungen 4 SWS ECTS 6				Masterarbeit 0 SWS ECTS 30			
Basismodul 2 Projektmanagement und Geschäftsprozessoptimierung 4 SWS ECTS 6					Vertiefungsmodul 1 Branchenlogistik 4 SWS ECTS 6				Vertiefungsmodul 2 Qualitäts- und Logistikmanagement 4 SWS ECTS 6							
Basismodul 3 Unternehmensbesteuerung und Unternehmensprüfung 4 SWS ECTS 6					Ergänzungsmodul 1 4 SWS ECTS 6				Ergänzungsmodul 2 4 SWS ECTS 6							
Basismodul 4 Strategisches Personal- und strategisches Marketingmanagement 4 SWS ECTS 6																
Schwerpunktmodul 1 Supply Chain Management 4 SWS ECTS 6					Schwerpunktmodul 2 4 SWS ECTS 12				Schwerpunktmodul 3 4 SWS ECTS 12							
<b>20</b>	<b>Gesamt</b>	<b>30</b>	<b>16</b>	<b>Gesamt</b>	<b>30</b>	<b>16</b>	<b>Gesamt</b>	<b>30</b>	<b>0</b>	<b>Gesamt</b>	<b>30</b>	<b>0</b>	<b>Gesamt</b>	<b>30</b>		

## 5.4 PERSONALMANAGEMENT UND ORGANISATION

1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester
<b>Basismodul 1</b> Unternehmensplanung und -kontrolle 4 SWS ECTS 6	<b>Zusatzmodul 1</b> Entrepreneurship und Unternehmensdynamik 4 SWS ECTS 6	<b>Zusatzmodul 2</b> Übergreifende wirtschaftliche Fragestellungen 4 SWS ECTS 6	<b>Masterarbeit</b> 0 SWS ECTS 30
<b>Basismodul 2</b> Projektmanagement und Geschäftsprozessoptimierung 4 SWS ECTS 6	<b>Vertiefungsmodul 1</b> Aufbauorganisation und Change Management 4 SWS ECTS 6	<b>Vertiefungsmodul 2</b> Prozess- und Projektorganisation 4 SWS ECTS 6	
<b>Basismodul 3</b> Unternehmensbesteuerung und Unternehmensprüfung 4 SWS ECTS 6	<b>Ergänzungsmodul 1</b> 4 SWS ECTS 6	<b>Ergänzungsmodul 2</b> 4 SWS ECTS 6	
<b>Basismodul 4</b> Strategisches Personal- und strategisches Marketingmanagement 4 SWS ECTS 6			
<b>Schwerpunktmodul 1</b> Corporate Learning and Innovation 4 SWS ECTS 6	<b>Schwerpunktmodul 2</b> 4 SWS ECTS 12	<b>Schwerpunktmodul 3</b> 4 SWS ECTS 12	
<b>20 Gesamt 30</b>	<b>16 Gesamt 30</b>	<b>16 Gesamt 30</b>	<b>0 Gesamt 30</b>

## 5.5 CONTROLLING FINANCE ACCOUNTING

1. Semester					2. Semester				3. Semester				4. Semester			
Basismodul 1 Unternehmensplanung und -kontrolle 4 SWS ECTS 6					Zusatzmodul 1 Entrepreneurship und Unternehmensdynamik 4 SWS ECTS 6				Zusatzmodul 2 Übergreifende wirtschaftliche Fragestellungen 4 SWS ECTS 6				Masterarbeit 0 SWS ECTS 30			
Basismodul 2 Projektmanagement und Geschäftsprozessoptimierung 4 SWS ECTS 6					Vertiefungsmodul 1 Kostenmanagement 4 SWS ECTS 6				Vertiefungsmodul 2 Corporate Financial Management 4 SWS ECTS 6							
Basismodul 3 Unternehmensbesteuerung und Unternehmensprüfung 4 SWS ECTS 6					Ergänzungsmodul 1 4 SWS ECTS 6				Ergänzungsmodul 2 4 SWS ECTS 6							
Basismodul 4 Strategisches Personal- und strategisches Marketingmanagement 4 SWS ECTS 6																
Schwerpunktmodul 1 Wertorientiertes Controlling 4 SWS ECTS 6					Schwerpunktmodul 2 4 SWS ECTS 12				Schwerpunktmodul 3 4 SWS ECTS 12							
<b>20</b>	<b>Gesamt</b>	<b>30</b>	<b>16</b>	<b>Gesamt</b>	<b>30</b>	<b>16</b>	<b>Gesamt</b>	<b>30</b>	<b>0</b>	<b>Gesamt</b>	<b>30</b>	<b>0</b>	<b>Gesamt</b>	<b>30</b>		

## 5.6 STEUERN UND UNTERNEHMENSPRÜFUNG

1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester
<b>Basismodul 1</b> Unternehmensplanung und -kontrolle 4 SWS ECTS 6	<b>Zusatzmodul 1</b> Entrepreneurship und Unternehmensdynamik 4 SWS ECTS 6	<b>Zusatzmodul 2</b> Übergreifende wirtschaftliche Fragestellungen 4 SWS ECTS 6	<b>Masterarbeit</b> 0 SWS ECTS 30
<b>Basismodul 2</b> Projektmanagement und Geschäftsprozessoptimierung 4 SWS ECTS 6	<b>Vertiefungsmodul 1</b> Vertiefung nationaler und internationaler Steuerlehre 4 SWS ECTS 6	<b>Vertiefungsmodul 2</b> Vertiefung der Prüfungstheorie und angewandter Unternehmensprüfung 4 SWS ECTS 6	
<b>Basismodul 3</b> Unternehmensbesteuerung und Unternehmensprüfung 4 SWS ECTS 6	<b>Ergänzungsmodul 1</b> 4 SWS ECTS 6	<b>Ergänzungsmodul 2</b> 4 SWS ECTS 6	
<b>Basismodul 4</b> Strategisches Personal- und strategisches Marketingmanagement 4 SWS ECTS 6			
<b>Schwerpunktmodul 1</b> Vertiefung Besteuerungsverfahren und sonst. Unternehmenssteuern 4 SWS ECTS 6	<b>Schwerpunktmodul 2</b> 4 SWS ECTS 12	<b>Schwerpunktmodul 3</b> 4 SWS ECTS 12	
<b>20 Gesamt 30</b>	<b>16 Gesamt 30</b>	<b>16 Gesamt 30</b>	<b>0 Gesamt 30</b>

## 6. ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN

### Grundvoraussetzungen für alle fünf BWL-Masterstudiengänge

Bachelorabschluss der Betriebswirtschaftslehre oder eines ähnlichen Studiengangs mit mindestens der Gesamtnote 2,5.

### Zusätzliche spezifische Voraussetzungen für die einzelnen Masterstudiengänge

Marketing und Sales		30	Einschlägige Bachelorarbeit
Steuern und Unternehmensprüfung	ECTS - Punkte aus einschlägigen Bachelor-Modulprüfungen	36	
Personalmanagement und Organisation		30	
Controlling Finance Accounting		36	
Produktions- und Logistikmanagement		24	

15 CP dürfen bei Bewerbungsschluss noch ausstehend sein. Bachelorzeugnis und – urkunde sind bis zum 30.11. nachzureichen.  
[§ 3 Master PO Zulassungsvoraussetzungen]

## 7. FAKTEN ZUM STUDIENSTART

- Studienbeginn: Jeweils zum Wintersemester
- Studienplätze: 12 Plätze je Studiengang, d.h. insgesamt 60 Studienplätze jährlich
- Bewerbungen:
  - Online-Bewerbungen ab Anfang Juni
    - ↗ <https://www.hsbi.de/studium/bewerbung>
  - Mit Ausländischen Zeugnissen über uni-assist
    - ↗ <https://www.hsbi.de/studienbewerbung/auslaendische-zeugnisse>
  - Bewerbungsschluss: 15. Juli

## 8. BERUFSFELDER

■ Gesamtes Aufgabenspektrum von Führungskräften in Unternehmen

■ Mögliche Einsatzfelder:

- Finanz- und Rechnungswesen
- Personalwesen
- Marketing und Vertrieb
- Logistik
- Controlling
- Organisation und Datenverarbeitung
- Unternehmensberatung
- Wirtschaftsprüfung und Steuerberatung
- International agierende Unternehmen im In- und Ausland

# ÜBERBLICK MASTER FACHBEREICH WIRTSCHAFT

- ▮ M.A. International Business Management (Vollzeit) - englischsprachig
- ▮ M.Sc. Wirtschaftsinformatik (Vollzeit)
- ▮ M. Sc. Wirtschaftspsychologie (Vollzeit)
- ▮ LL.M. Wirtschaftsrecht (Vollzeit)
  
- ▮ MBA Management für Ingenieur- und naturwissenschaften (berufsbegleitend)
- ▮ MBA General Management (berufsbegleitend)



# Ihre Fragen!?



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!  
Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre

Weitere Informationen:

➤ <https://www.hsbi.de/studiengaenge>