

Qualifikationsprofil: Master „Management & Entrepreneurship“

FACHLICHE KOMPETENZEN

Die Studierenden verfügen über das Fachwissen, die Fähigkeiten und das Verantwortungsbewusstsein sich großen Herausforderungen zu stellen. Sie sind in der Lage, Probleme zu erkennen, angeeignetes Wissen zu bewerten und weiterzuentwickeln sowie auf Herausforderungen in Wirtschaft und Gesellschaft anzuwenden.

Die Studierenden haben vertiefte Fachkenntnisse in qualitativen und quantitativen Forschungsmethoden, Entrepreneurial Psychology und Strategy, Corporate Finance (u.a. Anreizmechanismen, Venture-Kapital, Marktunvollkommenheiten) sowie Innovationsmanagement und Marketing bzw. Innovation und Schaffung von Märkten erworben. Sie haben sich mit Changemanagement, mit Verhandlungspsychologie (Kernkonzepte der Wirtschaftspsychologie, Verhandlungsführung) sowie mit Entrepreneurship in Zusammenhang mit institutionellen Veränderungen bzw. Change Communication befasst. Sie sind versiert im Bereich Management und Digitalisierung und kennen aktuelle Problemstellungen und Themen der Fachbereiche Management und Entrepreneurship.

In einem Forschungsprojekt haben die Studierenden an einem theoretischen oder empirischen Forschungsprojekt zu einer ausgewählten Fragestellung aus dem Feld Management und Entrepreneurship gearbeitet.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden haben gelernt, mit Hilfe von fortgeschrittenen wissenschaftlichen quantitativen und qualitativen Methoden, einschl. einschlägiger Software (z.B. STATA, R), adäquate Problemlösungsstrategien zu entwickeln und anzuwenden.

INFORMATIONSKOMPETENZ

Die Studierenden haben ausgeprägte Kenntnisse in der Datenverarbeitung, das heißt sie haben die Fähigkeit Daten zu recherchieren, zu speichern und zu nutzen. Sie sind es gewohnt, mit digitalen Kollaborations- und Kommunikationstools umzugehen und digitale Inhalte in unterschiedlichen Formaten zu erstellen. Sie haben vielfältige Kenntnisse in Software-Anwendungen und sind vertraut mit Sicherheitsanforderungen im Internet und dem Schutz von Daten. Durch ihren Studienalltag sind sie versiert darin, digitale Inhalte zu recherchieren, zu verarbeiten und zu evaluieren sowie in digitalen Räumen zu kommunizieren und zusammenzuarbeiten.

FORSCHUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben im Rahmen der Masterarbeit eine Forschungsfrage oder Problemstellung mit Einsatz fortgeschrittener wissenschaftlicher Methoden systematisch untersucht und dabei wissenschaftliche Befunde hinsichtlich ihrer praktischen Relevanz und ethischen Bedeutung reflektiert.

REFLEXIONS- UND ARGUMENTATIONSKOMPETENZ

Die Studierenden können auf fortgeschrittenem Niveau Theorien und Debatten lesen, rekonstruieren und diskutieren, die Relevanz und diskursive Aktualität in der Managementforschung aufweisen. Sie können sich forschungsgeleitet, selbstständig und fundiert mit aktuellen Fragen aus den Fachbereichen Management und Entrepreneurship auseinandersetzen.

KOMMUNIKATIONS- UND FREMDSPRACHENKOMPETENZ

Die Studierenden haben einen reflektierten Umgang mit Sprache in Wort und Schrift erlernt. Die Lehr- und Prüfungssprache ist ausschließlich Englisch. Neben ihrer Muttersprache verfügen sie daher über hervorragende Englisch-Sprachkenntnisse mindestens auf dem Niveau C1 sowie ggf. über weitere Fremdsprachenkenntnisse.

PRÄSENTATIONS- UND MODERATIONSKOMPETENZ

Die Darstellung und Präsentation von Fachwissen aus den Fachbereichen Management und Entrepreneurship sowie Argumentationssystemen und Diskurse der Managementdisziplin waren ein kontinuierlicher Bestandteil des Studiums.

SOZIALKOMPETENZ

Die Studierenden können ihr Handlungsrepertoire im Hinblick auf Interaktions-, Kommunikations- und Konfliktkompetenzen in forschungsbezogenen, fachwissenschaftlichen, internationalen und (inter-) kulturellen Settings anwenden.