

Bachelor of Arts (B.A.) Business Administration



»Neben den fachlichen Kenntnissen entwickeln die Bachelor-Studierenden auch sprachliche und persönliche Fähigkeiten. Beispielsweise in Case Studies, das heißt praxisbezogenen Aufgaben, die im Team gelöst und vor der Gruppe präsentiert werden, trainieren die Studierenden ihre

Sozialkompetenz. Eine wichtige Fähigkeit für alle, die später Führungsaufgaben übernehmen wollen. Das macht die Bachelor-Studiengänge besonders.« Klaus Röttger | Bertelsmann SE & Co. KGaA, Leiter Zentrale Bildung

Von Controlling bis Personalmanagement – Business Administration-Absolventen stehen alle Türen offen.

Im Rahmen des Bachelor-Studiengangs Business Administration eignen Sie sich die Kompetenzen an, um für Unternehmen aller Größen und Branchen betriebswirtschaftliche Lösungen zur Effizienzsteigerung von Geschäftsprozessen zu entwickeln. In den ersten Semestern erlangen Sie betriebs- und volkswirtschaftliche Grundkenntnisse und erhalten Einblicke in wichtige Unternehmensbereiche wie Personal, Recht und Rechnungswesen. Begleitend trainieren Sie Ihre sozialen und persönlichen Kompetenzen beispielsweise in den Bereichen Konfliktmanagement, Teamfähigkeit und Selbstorganisation und setzen sich mit gesellschaftlichen Werten und Rahmenbedingungen auseinander. Im 4. Semester wählen Sie eine Vertiefungsrichtung und geben damit Ihrem weiteren Studium einen thematischen Schwerpunkt. Grundsätzlich stehen Ihnen hierfür folgende Vertiefungsrichtungen zur Wahl: Management, Marketing & Vertrieb, Personal, Unternehmensrechnung & Controlling, Finance, Handel, Einkauf & Logistik, Medienmanagement oder Entrepreneurship. **Sie beenden Ihr Studium mit dem akademischen Grad Bachelor of Arts (B.A.).**

Als Absolvent sind Sie qualifiziert, wirtschaftliche Bedarfe von Unternehmen zu ermitteln und strategische Ziele für das Unternehmen zu definieren. Sie können betriebliche Organisationsstrukturen analysieren, Schwachstellen identifizieren und Optimierungsprozesse einleiten. Darüber hinaus sind Sie in der Lage, die Finanzplanung z. B. für den Bereich Produktion zu übernehmen. Mit Ihrem Know-how sind Sie für Unternehmen aller Größen und Branchen ein attraktiver Mitarbeiter, der in den unterschiedlichsten Funktionsbereichen des Unternehmens verantwortungsvolle Aufgaben übernehmen kann.

Auf einen Blick

Zulassungsvoraussetzungen: Allgemeine Hochschulreife (Abitur), Fachhochschulreife oder sonstige als gleichwertig anerkannte Vorbildung **und** aktuelle Berufstätigkeit (Vollzeit- sowie Teilzeittätigkeit) oder betriebliche Ausbildung, Traineeprogramm, Volontariat. Sollten Sie aktuell nicht berufstätig sein, jedoch eine Berufstätigkeit anstreben, kontaktieren Sie bitte unsere Studienberatung. Gerne prüfen wir gemeinsam Ihre individuellen Möglichkeiten der Zulassung.

Dauer: 7 Semester

Leistungsumfang: 180 Credit Points nach ECTS

Gebühren: 12.390 €, zahlbar in 42 Monatsraten à 295 €, zzgl. einmaliger Prüfungsgebühr in Höhe von 300 €¹⁾

Semesterferien Abend- und Samstags-Studium:

August und Mitte bis Ende Februar

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

Studienzeitmodelle:

Die FOM bietet je nach Studienort und Studienbeginn (Winter- oder Sommersemester) unterschiedliche Vorlesungszeiten an. Studienortspezifische Informationen zu Semesterbeginn und Vorlesungszeiten erhalten Sie unter www.fom.de oder bei der Zentralen Studienberatung.

Abend- und Samstags-Studium

Zeitmodell 1:

1, 2 oder 3 Abende/Woche (Mo.–Fr.) 18:00–21:15 Uhr und 2 oder 3 Samstage/Monat 08:30–15:45 Uhr

Zeitmodell 2:

freitags 18:00–21:15 Uhr und samstags 08:30–15:45 Uhr

Die durchschnittliche Vorlesungszeit beträgt ca. 9 Stunden pro Woche.²⁾

Abend-Studium

3 Abende/Woche (Mo.–Fr.) 18:00–21:15 Uhr

Tages-Studium

2 Tage/Woche (Mo.–Fr.) i. d. R. 08:30–15:45 Uhr oder 1 Tag/Woche und samstags i. d. R. 08:30–15:45 Uhr

Studienorte:

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

1. SEMESTER	2. SEMESTER	3. SEMESTER	4. SEMESTER
Management Basics <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der BWL, VWL, Recht und Entrepreneurship • Einführung wissenschaftliches Arbeiten 	Kostenrechnung & Buchführung <ul style="list-style-type: none"> • Kosten- und Leistungsrechnung • Doppelte Buchführung • EDV-gestützte Buchführung 	Beschaffung, Fertigung & Marketing <ul style="list-style-type: none"> • Supply Chain Management • Fertigung • Grundlagen Marktforschung • Operatives Marketing 	Strategisches Management <ul style="list-style-type: none"> • Internationale und globale Strategie • Instrumente des strategischen Managements (BCG Matrix, Ansoffs Matrix)
Human Resources <ul style="list-style-type: none"> • Personalmanagement • Personalmarketing • Personalauswahl und -entwicklung • Personalführung 	Mikroökonomik & Neue Institutionen-ökonomik <ul style="list-style-type: none"> • Haushalts-, Unternehmens- und Handelstheorie • Preisbildung auf Märkten • Transaktionskosten 	Bilanzen & Steuern <ul style="list-style-type: none"> • Grundzüge IFRS • Bilanzanalyse • Steuerlehre 	Makroökonomik & Wirtschaftspolitik <ul style="list-style-type: none"> • Konjunktur, Wachstum, Arbeitsmarkt • Geld, Kredit und Inflation • Wettbewerbspolitik • Internationaler Handel
Kompetenz- & Selbstmanagement <ul style="list-style-type: none"> • Berufserfolg und -anforderungen • Persönlichkeit • Kompetenzen • Selbstmanagement 	Wirtschafts- & Privatrecht <ul style="list-style-type: none"> • BGB Allgemeiner Teil • Schuldrecht Allgemeiner Teil • Handelsrecht 	Finanzierung & Investition <ul style="list-style-type: none"> • Stakeholder, Shareholder Management • Finanz- und Businessplanung • Unternehmensbewertung 	Wirtschafts-/Unternehmensethik <ul style="list-style-type: none"> • Moral und Ethik • Werte • Philosophische Grundlagen • Ethik und Ökonomie
Einführung Mathematik <ul style="list-style-type: none"> • Finanzmathematik • Lineare Algebra • Integralrechnung 	Wissenschaftliches Arbeiten <ul style="list-style-type: none"> • Ablaufplanung - Selbst-/Zeitmanagement • Formvorschriften • Forschungsmethoden 	Wirtschaftspsychologie <ul style="list-style-type: none"> • Finanzpsychologie • Arbeitspsychologie • Organisationspsychologie • Markt- und Konsumpsychologie 	Wissenschaftliche Methoden – quantitative Datenanalyse <ul style="list-style-type: none"> • Statistische Software • Durchführung einer quantitativen wissenschaftlichen Analyse

Die neun Vertief

5. SEMESTER

6. SEMESTER

Management	Marketing & Vertrieb	Finance	Unternehmensrechnung & Controlling	Entrepreneurship & Innovation
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 Erfindungsprozesse • Bedeutung von Innovation und Technologie • Steuerung, Zielsetzung und Bewertung 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

Studieninhalte und Vertiefungsrichtungen können je nach Studienort variieren. Änderungen vorbehalten.

1) Das Zustandekommen der Vertiefungsrichtungen ist abhängig von einer Mindestteilnehmerzahl. Weitere Vertiefungsrichtung: Aviation Management.

Für Informationen hierzu steht Ihnen unserer Studienberatung gerne zur Verfügung.

2) Empfehlung: vorhandenes Sprachniveau Level A2

3) Zugangsvoraussetzung: Sprachniveau Level B2 (Nachweis bis Ende des 4. Semesters)

5. SEMESTER

Wählen Sie eine aus den neun Vertiefungsrichtungen¹⁾ (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 English²⁾**
- Dictionary skills
 - Introduction to business communication
 - Introduction to business vocabulary & functions

oder

- Business Communication Skills³⁾**
- 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

Vertiefungsrichtungen¹⁾:

Entrepreneurship	oder	Personal	oder	Medienmanagement	oder	Einkauf & Logistik	oder	Handel
Entrepreneurship & Innovationsmanagement • Erfolgsfaktoren • Entrepreneurship • Innovationen • Innovationsmanagement • Weiterbildung und Berufswahl • 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 • Standortpolitik • Politik der Verkaufsräumgestaltung
Management • Strategien • Unternehmensverhalten		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 & Personalführung • 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, SCQM • Logistikcontrolling		Verkaufsflächenmanagement • Wahl des richtigen Standorts • Ausgestaltung des Standorts • Finanzwirtschaftliche Aspekte
Unternehmensforschung & Innovation • Analyse/motive • Bewertungsmethoden		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

Hochschulbereich

Duales Studium

Der Hochschulbereich Duales Studium ist spezialisiert auf die Durchführung dualer Studiengänge. Angesprochen werden (Fach-)Abiturienten, Schüler und Berufseinsteiger, die sich für ein duales Studium an der FOM interessieren, aber auch Unternehmen, die sich als attraktiver Arbeitgeber positionieren und einen wesentlichen Beitrag zur eigenen Nachwuchskräfte-sicherung leisten wollen.



free phone: 0800 195 95 95



fom.de



studienberatung@fom.de



/fom



/FOMHochschule



/company/fomhochschule



/user/FOMChannel



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

