



Staatlich anerkannte, private
**Fachhochschule des
Mittelstands (FHM)**



**Master of Arts (M.A.)
Mittelstandsmanagement**

FLEXIBEL &
INDIVIDUELL:
FERNSTUDIUM
AN DER
FHM

Mit dem FHM-Fernstudium zu Ihrem Karriereerfolg!

Die FHM

Die **Fachhochschule des Mittelstands (FHM)** ist eine staatlich anerkannte, private Fachhochschule.

► **Private Hochschule:** Die FHM ist eine 100%-ige Tochter der Stiftung Bildung und Handwerk mit Sitz in Paderborn. Stiftungszweck unserer Muttergesellschaft ist die Förderung der Bildung – insbesondere im Mittelstand. Diesem Zweck fühlt sich auch die FHM verpflichtet.

► **Staatliche Anerkennung & Institutionelle Akkreditierung:** Die Fachhochschule

des Mittelstands ist eine staatlich anerkannte Hochschule. Sie wurde im Jahr 2007 mit der höchstmöglichen Akkreditierungsdauer von 10 Jahren durch die FIBAA zertifiziert. Auf die institutionelle sowie die Programmakkreditierung jedes einzelnen FHM-Studiengangs sind wir stolz. Mit einem Studienabschluss der FHM erwerben Sie nicht nur eine fundierte und praxisnahe akademische Ausbildung, sondern auch einen international anerkannten Masterabschluss.

► **Fachhochschule:** Als Fachhochschule legen wir besonderen Wert auf ein praxisnahes, anwendungsorientiertes Studium. Um diesem Anspruch gerecht zu werden, engagieren wir zahlreiche Dozenten und Hochschullehrer aus der beruflichen Praxis.

Im Jahr 2011 gründete die FHM das Institut für Fernstudium (IfF). Seitdem betreut das Team des IfF alle Fernstudienangebote der FHM und entwickelt – orientiert an gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Entwicklungen – neue Studienangebote.



Prof. Dr. Christian von der Heyden
Leiter Institut für Fernstudium (IfF)



INVE



**BILANZ
STITION
GEWINN**

Aufnahmeverfahren

Eine Bewerbungsfrist gibt es an der FHM nicht. Die Bewerbung ist ganzjährig möglich. Sie sollten jedoch rechtzeitig Ihre Bewerbung abschicken, um sich Ihren Studienplatz zu sichern. Das Einreichen der Bewerbungsunterlagen ist auch vor dem Erwerb des Hochschulabschlusses möglich.

„Kleine und mittelständische Unternehmen ticken anders als Konzerne – auf diese Gegebenheit müssen sich zukünftige Führungskräfte einstellen. Der Master-Studiengang Mittelstandsmanagement vermittelt das dafür notwendige Wissen hervorragend.“

Fabian Krause
SAP hybris Consultant ,
itelligence AG

STUDIENSTART

- › Februar
- › Juni
- › Oktober

IMMATRIKULATION

- › Bearbeitung der Immatrikulationsunterlagen

AUSWAHLVERFAHREN

- › Fachspezifische Aufgabe
- › Englischtest
- › Kompetenzdiagnostik
- › Gruppenaufgabe
- › persönliches Auswahlgespräch

BEWERBUNG

- › online über die Webseite der FHM

www.fh-mittelstand.de/online-bewerbung

Studienablauf & Studieninhalte

LEGENDE

BÜ = Berufspraktische Übung K = Klausur MP = Mündliche Prüfung PP = Praktische Prüfung SA = Studienarbeit CP = Credit Points

1. Trimester	2. Trimester	3. Trimester	4. Trimester	5. Trimester	6. Trimester	7. Trimester	8. Trimester
Controlling & Finanzmanagement K	Struktur & volkswirtschaftliche Stellung des Mittelstands im internationalen Vergleich K	Studium in der Praxis (SIP) SA+MP	Personalmarketing & -bindung K	International Law K	Innovationsmanagement K	Masterphase SA+MP	
Leistungserstellung im Mittelstand K	Vertriebsplanung & -steuerung K	Führung & Zusammenarbeit K	Akquisitions- & Vertriebsstraining BÜ				
Business English K			Kompetenzmanagement K				
Quantitative & qualitative Verfahren der Mittelstandsforschung PP							
	Entrepreneurship- & Nachfolgemanagement SA						
	Marketing & Customer Relationship Management K						
Anzahl Prüfungen 1	3	3	1	3	2	2	1

Kompetenzbereich I: Mittelstandsmanagement

› Struktur und volkswirtschaftliche Stellung des Mittelstands im internationalen Vergleich (6 CP)

Volkswirtschaftliche Strukturdaten; Handelsbilanzen; Volkswirtschaftliche Prognoserechnungen; Konzeption der Sozialen Marktwirtschaft als wirtschafts- und gesellschaftliches Leitbild; Identifikation von Wachstums- und Zielmärkten; Marktstudien

› Leistungserstellung im Mittelstand (Einkauf/Logistik/Produktion/Dienstleistung) (6 CP)

Einkaufswirtschaft: Einkaufsorganisation, Einkaufsprozesse, Einkaufssysteme, Lieferantenauswahl und -bewertung; Produktion: Produktionsplanung und -steuerung, Maschinenbelegungsplanung und Fließbandabgleich, Lagerhaltung und Losgröße; Logistik: Materialwirtschaft, Industrielle Logistik, Betriebswirtschaftliche Logistik, Supply Chain Management; Dienstleistung: Kunden- und Servicetypologie, Integratives Dienstleistungsmanagement

› Controlling & Finanzmanagement (6 CP)

Grundlagen des Controllings; Controllinginstrumente; Finanzierungssituation und Herausforderungen für den Mittelstand bei der Finanzierung; Methoden der Finanzanalyse und der Finanzplanung; Finanzierungsansätze und -instrumente; Finanzentscheidungen unter steuerlichen Gesichtspunkten; Management der Vermögensstruktur; Berücksichtigung von Risikofaktoren im Finanzmanagement

› Innovations- und Change Management (5 CP)

Grundlagen und Definition des Innovationsmanagements: Bedeutung für den Mittelstand; Change Management: Grundlagen und Definition, Instrumente des Innovations- und Change Managements; Menschen in der Organisation; Innovationsmanagement als Querschnittsfunktion; Innovationsmanagement in der strategischen Unternehmensführung; Restriktionsanalysen

› International Law (6 CP)

Internationales Privatrecht (IPR); Freiheit des Waren-, Dienstleistungs-, Personen- und Kapitalverkehrs und die Niederlassungsfreiheit; Verhältnis von innerstaatlichem Recht und Gemeinschaftsrecht; Prinzipien gewerblicher Schutzrechte, des Wettbewerbsrechts und des Rechts selektiver Vertriebssysteme auf europäischer und internationaler Ebene; Arbeits- und Sozialrecht und Steuerrecht in der EU; Schwerpunkte des Internationalen Privat- und Wirtschaftsrecht bei grenzüberschreitenden Rechtsbeziehungen; UN-Kaufrecht

Kompetenzbereich II: Personalmanagement

»Personalmarketing und -bindung (5 CP)

Personalmarketing; Personalmarketinganalyse; Personalmarketingstrategie; Personalmarketingmix; Personalmarketinginstrumente; Employer Branding; Retention Management; Personalmarketing in mittelständischen Unternehmen

»Kompetenzmanagement, Personalentwicklung & Diversity Management (5 CP)

Grundlagen der modernen Personalentwicklung; Analyse des Personalentwicklungsbedarfs; Instrumente und Methoden der Personalentwicklung (u. a. Coaching, Mentoring, Training, Nachwuchskräfte-Zirkel, Traineeprogramme); Kompetenzmanagement; Bildungsmanagement; Talentmanagement; Führungskultur; Diversity Management

»Entrepreneurship- und Nachfolgemangement (8 CP)

Modelle der Entrepreneurshipforschung; Das Entrepreneurship-Entwicklungsmodell; Der Markt für Unternehmensgründungen; Unternehmensnachfolgemangement; „Management buy Out“ (MbO) und „Management buy In“ (Mbi); Finanzierungsmodelle der Unternehmensübernahme

»Führung und Zusammenarbeit in mittelständischen Unternehmen (5 CP)

Führung und Motivation; Führungsinstrumente und Führungsmodelle; Beurteilung; Förderung und leistungsbezogene Bezahlung; Führungskommunikation und Konfliktmodelle; Zusammenarbeit in Teams und Teamführung; Karrieremuster in Konzernen und im Mittelstand; Vorteil und Grenzen der Zusammenarbeit in familiengeführten Unternehmen

Kompetenzbereich III: Marketing/Vertrieb

»Marketing & Customer Relationship Management (6 CP)

Analyse der strategischen Ausgangssituation: Komponenten der Umwelt- und Umfeldanalyse, Methoden der Makro- und Mikro-Analyse, Methoden der internen Analyse; Marketingplanung; Customer Relationship Management (CRM): Funktionen und Formen des CRM, CRM als Leitfunktion im Unternehmen, Instrumente des CRM, Erfolgskontrolle von CRM-Maßnahmen

»Vertriebsplanung und -steuerung (5 CP)

Ausgangslage, Ziele und Inhalte der Vertriebsplanung und -steuerung; Grundlagen von Vertriebssystemen; Strategische Vertriebssteuerung; Operative Vertriebssteuerung; EDV-gestützte Vertriebssteuerungssysteme; Ansätze zur Vertriebsoptimierung

»Akquisitions- und Vertriebsstraining (5 CP)

Präsentationsformate: Elevator Pitch, Agentur Pitch, Produktpräsentation, Messen und Events; Dialogformate: Konsumentendiskussionsrunden, Problemlösungsorientierter Kundendialog; Abschlussformate: Ergebnisoffene Verhandlungsführung, Verkaufsgespräche, Gesprächs- und Verhandlungspsychologie, Verhandlungsführung, Abschlusssicherung; Akquisition und Vertrieb im Kontext von „Pre-Sales-“ und „After-Sales-Marketing“ und „Customer-Relationship-Management“; Strategien und Methoden eines nutzenbringenden Netzwerkmanagements

Kompetenzbereich IV: Forschung & Praxis

»Studium in der Praxis (SiP) (20 CP)

Das im Studium angeeignete Wissen wenden die Fernstudierenden während ihrer Praxisphase in einem Projekt an. Im Betrieb sollen die Studierenden konkrete Einblicke in praktische Betriebsabläufe, Führungsstrukturen und -prozesse erlangen. Die Studierenden sollen in ihrem Bestreben, selbstorganisiert zu lernen und zu arbeiten „vor Ort“ durch anspruchsvolle, über das Maß des bisher Gelernten hinausführende Aufgaben gefordert und unterstützt werden.

»Business English (english) (6 CP)

Global Current Affairs; Modern Marketing Techniques; Effective Negotiations – getting to ‚yes‘; Professional International Telephone Techniques; Presentations and Moderation; Company Description and Analysis; World Banking and Finance; International Trade; US & UK Political Systems

»Quantitative und qualitative Verfahren der Mittelstandsforschung (6 CP)

Marketing und Marktforschung; Marktforschungsprozess; Messen und Skalieren in der Wirtschafts- und Marktforschung; Grundlagen, Skalierungsverfahren, Güte von Skalierungsverfahren, Internationale Besonderheiten; Datenerhebung: Sekundärforschung, Primärforschung, Auswahl der Erhebungseinheiten, Internationale Besonderheiten; Qualitative Marktforschung: Theoretische Wurzeln, Methoden/Datenerhebung, Datenanalyse und Dateninterpretation; Statistische Datenauswertung mit SPSS: Einführung in SPSS, Datenaufbereitung (deskriptiv & induktiv)

Für Manager mit Visionen!



WIR
UMSATZ

Studienorganisation

Die FHM-Fernstudiengänge bieten Ihnen die Möglichkeit maximaler Flexibilität bei der Bearbeitung der Lerninhalte. Ein Maximum an Flexibilität bringt aber auch einen höheren Organisationsaufwand für den Studierenden mit sich. Damit Sie sich zu 100% auf Ihr Fernstudium fokussieren können, nimmt Ihnen die FHM einen Großteil der Studienorganisation ab:

» Studien- & Prüfungsplan:

In welcher Reihenfolge Sie die obligatorischen Fernstudienmodule erarbeiten, ist ab Beginn Ihres Studiums in einem Studien- und Prüfungsplan festgelegt.

» Begleitende Lehrveranstaltungen:

Zu jedem Studienmodul werden Ihnen je eine Einführungsveranstaltung zu Beginn des Trimesters und ein Repetitorium (Prüfungsvorbereitung) zum Ende des Trimesters angeboten. Diese finden i.d.R. online – und damit ortsunabhängig – statt und umfassen vier Unterrichtseinheiten (drei Zeitstunden).

» Veranstaltungszeiten:

Einführungsveranstaltungen finden i.d.R. in den ersten zwei bis sechs Wochen nach Trimesterbeginn statt. Die Repetitorien finden i.d.R. ein bis vier Wochen vor der Modulprüfung statt. Die Modulprüfung sind zum Trimesterende terminiert, i.d.R. die Monate September, Januar und Mai. Sowohl die Einführungsveranstaltungen, als auch die Repetitorien sind fakultativ. Einführungsveranstaltungen, Repetitorien sowie Prüfungstermine finden den Ansprüchen Berufstätiger entsprechend am späten Nachmittag bzw. in den Abendstunden sowie an Samstagen statt.

Die konkreten Termine aller Veranstaltungen und Prüfungen werden Ihnen mit einem planbaren Vorlauf mitgeteilt.

» Studienbriefe:

Zu jedem Studienmodul wird Ihnen zu Beginn des Trimesters ein Studienbrief



VERTRIEB TSCHAFT ZSTEIGERUNG



in gedruckter und digitaler Form zur Verfügung gestellt.

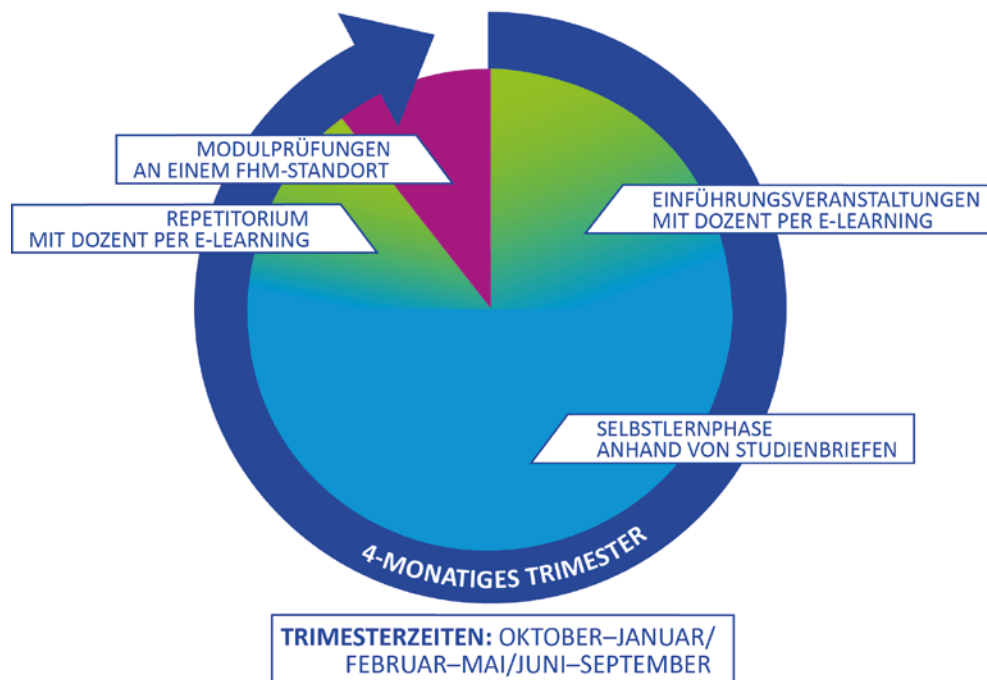
► Modulprüfungen:

Das Curriculum eines jeden FHM-Fernstudiengangs besteht aus einer obligatorischen Anzahl an Studienmodulen. Jedes Modul schließt mit einer

Modulprüfung ab.

► Virtuelles Campus-Management-System:

Im TrainEx können Sie Ihre Termine einsehen, an den Veranstaltungen im virtuellen Raum teilnehmen, Ihre Studienbriefe downloaden, web-based Trainings absolvieren, Ihre Noten einsehen und vieles mehr.



Studienform

Stand: Juni 2017

Onlinebasiertes Fernstudium

Prüfungszentren: Bielefeld, Köln, Pulheim, Hannover, Rostock, Schwerin, Bamberg, München, Berlin

Studienstart: Februar, Juni, Oktober

Studiendauer: 2 Jahre und 8 Monate (Teilzeit)

Zugangsvoraussetzungen: Betriebswirtschaftliches Erststudium

Gebühren: 285,00 € monatlich; 150,00 € Aufnahmegebühr (einmalig); 500,00 € Prüfungsgebühr (einmalig)

➤ 4-WÖCHIGE TESTPHASE



- **Unsere Servicehotline: 0521.96655-185**
(montags bis freitags von 09.00 - 16.00 Uhr)
- **Per Email: fernstudium@fh-mittelstand.de**
- **Online-Infoveranstaltung** – an jedem ersten Dienstag im Monat, 17.30 Uhr (Zugang über fh-mittelstand.de/fernstudium)