

**Studienplan
für den Masterstudiengang**

Innovation Management

mit dem Abschluss „Master of Arts“

**an der Fachhochschule Ludwigshafen am Rhein
Fachbereich I „Controlling, Management, HealthCare“**

Auf Grundlage von § 20 des Hochschulgesetzes in der Fassung vom 21. Juli 2003 (GVBl. 11 S. 167) hat der Rat des Fachbereichs I am 27.06.2007 den nachfolgenden Studienplan beschlossen. Er wurde vom Präsidenten der Fachhochschule Ludwigshafen am Rhein mit Schreiben vom 05.07.2007 genehmigt und wird hiermit bekannt gemacht.

1. Geltungsbereich	2
2. Leitidee	2
2.1 Studienziele	2
2.2 Berufsfeldbeschreibung.....	3
3. Verlauf und Inhalt des Studiums einschließlich Prüfungsleistungen	3
3.1 Studiengangsstruktur	3
3.2 Pflichtmodule.....	4
3.3 Schwerpunktmodule / Optional Modules.....	5
3.4 Übersicht über Module und Zuordnung zu Fachsemester	6
4. Studiengangspezifisches Qualitätsmanagement und Studienberatungsempfehlung.....	7
4.1 Studiengangspezifisches Qualitätsmanagement.....	7
4.2 Studienberatung.....	8

Redaktionelle Änderungen: 11. Februar 2009

1. Geltungsbereich

Diese Studienordnung regelt auf Grundlage der geltenden Masterprüfungsordnung vom 30.01.2008 Ziele, Inhalte, Aufbau und Verlauf des Studiums im grundständigen Masterstudiengang „Innovation Management“ im Fachbereich I an der Fachhochschule Ludwigshafen am Rhein.

2. Leitidee

2.1 Studienziele

Das Studium soll Sie befähigen, die vielfältigen Schnittstellen bei der Generierung und Umsetzung von Innovationen im Unternehmen zu einem erfolgreichen Marktergebnis zusammenzuführen. Die „Vielsprachigkeit“ der Wissensgebiete wie Marketing, Finanzen, Produktion und Forschung und Entwicklung werden abgebildet und befähigen Sie, Innovationen zu gestalten. Durch qualifiziertes Innovationsmanagement sichern Sie das Wachstum und den Erfolg von Unternehmen. Die Studierenden können entsprechend ihren späteren Berufswünschen in ihren Wahlfächern branchenspezifische Schwerpunkte wählen!

Neben der Vermittlung von Fachkenntnissen legt der Studiengang großen Wert auf die Weiterentwicklung von Problemlösungskompetenzen (z. B. Managerial Decision Making) sowie von Kommunikations-, Team- und interkulturellen Kompetenzen (Social Skills). Durch Exkursionen, viele praxisnahe Fallstudien und vielfältige Kontakte zur Wirtschaft findet eine enge Anbindung an die Praxis und deren Herausforderungen statt.

Schwerpunktgebiete sind

- Strategisches Management
- Marketing
- Projekt- und Prozessmanagement
- Knowledge Management und Business Information
- Technologiemanagement
- Soft Skills und Leadership

Außerdem berücksichtigen wir den unumkehrbaren Trend zur Internationalisierung, z. B. durch verschiedene Lehrveranstaltungen, die in englischer Sprache gehalten werden.

2.2 Berufsfeldbeschreibung

Das vermittelte Wissen und die erworbenen Kompetenzen qualifizieren für anspruchsvolle betriebswirtschaftliche Aufgaben in Linien-, Projekt- oder auch Stabsfunktionen. Aufgrund des generalistischen Ansatzes kommen Positionen sowohl in funktionalbereichsübergreifenden Projekten als auch in klassischen betrieblichen Funktionalbereichen (Marketing, F&E, Controlling, Logistik etc.) in Frage. Die Ausbildung bereitet die Absolventen des Masterstudiengangs ebenso für die Übernahme von Führungsverantwortung vor. Als spätere Arbeitgeber kommen vor allem Industrie- und auch innovative Dienstleistungsunternehmen in Frage.

Der Einstieg in das vorliegende Masterstudium ist auch nach einem längeren Praxiseinsatz in der Wirtschaft möglich.

3. Verlauf und Inhalt des Studiums einschließlich Prüfungsleistungen

3.1 Studiengangsstruktur

Das Studium gliedert sich in vier Semester und zehn Pflicht- sowie zwei Schwerpunktmodule / Optional Modules, mit dem Ziel einer industriespezifischen Vertiefung und Anwendung des Lehrgebietes. Ein Modul besteht in der Regel aus drei Lehrveranstaltungen mit einer Präsenzzeit von jeweils zwei Semesterwochenstunden und einem „Workload“ von $3 \times 90 = 270$ Stunden (entsprechend neun „Credits“). Im vierten Semester ist die Durchführung der Masterarbeit / Master-Thesis vorgesehen.

Studienjahr	Semester	Modul	SWS
1. Studienjahr	A-Module	Managerial Decision Making I (Strategic Management)	2
		Organizational Behavior & Soft Skills	6
		Project & Process Management	6
		New Product Marketing	6
	B-Module	Managerial Decision Making II (Technology Management)	2
		Project Valuation & Performance Measurement	6
		Business Information & Knowledge Management	6
		IT Strategy	6
2. Studienjahr	3	Managerial Decision Making III (Exercises & Cases in Decision Making)	2
		Corporate Finance	6
		Schwerpunktmodul I / Optional Module I (Wahl aus Pharmaceutical & Related Industries, Chemical & Related Industries und Discrete Industries)	6
		Schwerpunktmodul II / Optional Module II (Wahl aus Pharmaceutical & Related Industries, Chemical & Related Industries und Discrete Industries)	6
	4	Masterarbeit / Master-Thesis	

3.2 Pflichtmodule

Modul	Qualifikationsziel	Veranstaltungen
Organizational Behavior & Soft Skills	Die Studierenden sollen zum einen fundierte Kenntnisse über Individual- und Gruppenverhalten, organisatorische Prozesse und Strukturen sowie kulturelle Aspekte erwerben. Zum anderen werden für die genannten Themen entsprechende Managementansätze, -methoden und -instrumente vermittelt.	<ul style="list-style-type: none"> - Organizational Behavior & Change Management - Cross Cultural Management, Negotiations & Presentations - Business Ethics
Project & Process Management	Das operative Management von Projekten und Prozessen ist von zentraler Bedeutung für den Unternehmenserfolg. Die entsprechenden Konzepte und Methoden werden in Theorie und Praxis vermittelt.	<ul style="list-style-type: none"> - Project Management - Process & Quality Management - Exercises & Cases in Project & Process Management
New Product Marketing	Die zentralen Ansätze und Instrumente um Positionen in PR, Marketing und Marktforschung in innovativen Branchen zu übernehmen werden über Vorlesungen und Praxisfälle präsentiert.	<ul style="list-style-type: none"> - New Product Marketing - Special Issues in Marketing - Exercises & Cases in Marketing
Managerial Decision Making I	Grundlagen des strategischen Management; Unternehmensziele und Strategiewahl, Geschäftsfeldanalyse und Portfoliomanagement; theoretische und empirische Grundlagen, praxisnahe Fallstudien.	<ul style="list-style-type: none"> - Strategic Management
Project Valuation & Performance Measurement	Gerade Absolventen dieses Studiengangs sollen später über zentrale Projekte mitentscheiden. Um solche Entscheidungen auf einer adäquaten Basis zu treffen, sind die Projekte zu bewerten. Deshalb ist es erforderlich, dass die Studierenden befähigt werden <ul style="list-style-type: none"> • in Situationen mit unterschiedlicher Informationslage und Risiko die jeweils adäquate Bewertungstechnik auszuwählen und anzuwenden • nach der Entscheidung den Erfolg durch Performance Measurement Systeme auf operativer und finanzieller Ebene sicherzustellen 	<ul style="list-style-type: none"> - Advanced Project Valuation - Performance Measurement - Exercises & Cases in Project Valuation & Performance Measurement
Business Information & Knowledge Management	Die Wandlung von Unternehmen in Organisationen findet mit zunehmender Geschwindigkeit statt. Die Veranstaltung setzt sich aus einer ganzheitlichen Management-Perspektive mit Business-Intelligence und Wissensmanagement auseinander.	<ul style="list-style-type: none"> - Business Intelligence - Knowledge Management - Exercises & Cases in Business Intelligence & Knowledge Management
IT Strategy	Das Modul „IT Strategy“ soll die Studierenden befähigen, Geschäftsmöglichkeiten durch Informationstechnologie zu erkennen und erfolgreich zu realisieren. Dazu sollen die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • die Funktionsweise und Erfolgsfaktoren IT-gestützter Geschäftsmodelle entlang der Wertschöpfungskette kennenlernen • mit den rechtlichen Rahmenbedingungen und Möglichkeiten speziell im IT Umfeld vertraut gemacht werden 	<ul style="list-style-type: none"> - E-Commerce Management - E-Logistics Management - Internet Law
Managerial Decision Making II	Das Modul Managerial Decision Making stellt die zentralen Entscheidungen über Geschäftsfelder und Technologien in den Mittelpunkt. Die Studierenden erhalten detaillierte theoretische Kenntnisse über moderne Konzepte und Techniken.	<ul style="list-style-type: none"> - Technology Management

Managerial Decision Making III	Anhand verschiedener Fallstudien werden typische reale Entscheidungssituationen und –prozesse analysiert, alternative Lösungen und Vorgehensweisen erarbeitet und miteinander verglichen; die Analyse und die Präsentation erfolgt im Wesentlichen über Gruppenarbeiten.	- Exercises & Cases in Decision Making
Corporate Finance „shared module“	Die Studierenden sollen im Rahmen der Veranstaltung Life Cycle Financing sowohl vertiefende Kenntnisse in den Bereichen Finanzierung von international tätigen etablierten Unternehmen als auch von jungen Unternehmen erhalten. Die Veranstaltung Financial Management soll den Studierenden ermöglichen, die zentralen Elemente der finanziellen Unternehmenssteuerung kennen zu lernen.	- Life Cycle Financing - Financial Management - Exercises & Cases in Corporate Finance

3.3 Schwerpunktmodule / Optional Modules

Von den drei angebotenen Schwerpunktmodulen / Optional Modules müssen zwei Module gewählt werden.

Modul	Qualifikationsziel	Veranstaltungen
Pharmaceutical & Related Industries	Die Studierenden sollen die wesentlichen Problemgebiete und spezifischen Herausforderungen der pharmazeutischen und Medizinprodukte-Industrie kennenlernen. Vor allem zentrale Gestaltungsfelder wie marktorientiertes Innovationsmanagement und Werttreiber sowie daraus ableitbare Gestaltungsansätze und -methoden sollen vermittelt werden.	- Health Care Markets - Strategic Health Economics - Legal Environment
Chemical & Related Industries	Die Studierenden sollen wesentliche Problemgebiete der chemischen und verwandter Industrien kennenlernen. Vor allem zentrale Gestaltungsfelder wie SCM und Innovationsmanagement sowie entsprechende Gestaltungsansätze und -methoden dieser Industrien sollen vermittelt werden.	- Chemical Industries - Biotech Industries - Exercises & Cases in Chemical & Related Industries
Discrete Industries	Die Studierenden sollen wesentliche Problemgebiete der Discrete Industries (Automobil-, Maschinen- und Anlagenbau, Elektronik-, Mess- und Regeltechnik etc.) kennenlernen. Vor allem zentrale Gestaltungsfelder wie SCM und Innovationsmanagement sowie entsprechende Gestaltungsansätze und -methoden dieser Industrien sollen vermittelt werden.	- Innovation and R&D Management - Supply Chain Management - Exercises & Cases in Discrete Industries

3.4 Übersicht über Module und Zuordnung zu Fachsemester

Das Studium ist so geplant, dass es zügig in der Regelzeit abgeschlossen werden kann. In die Berechnung des Workloads bzw. Zeitbedarfs wurde außer dem Besuch der Lehrveranstaltungen auch deren selbstständige Vor- und Nachbereitung mit einbezogen. Die Prüfungsordnung sieht vor, dass die Modulprüfung in der Regel in dem laut Übersicht vorgesehenen Fachsemester, spätestens aber im Laufe des zweiten darauf folgenden Fachsemesters abzulegen ist (siehe § 13 Absatz 3 PO konsekutive Masterstudiengänge des FB I). Die Anmeldung zur Modulprüfung hat zu den vorgesehenen Terminen zu erfolgen. Der Besuch von Veranstaltungen der *Schwerpunktmodule / Optional Modules* erfordert die Anmeldung im vorausgehenden Semester. Mit Bezug auf die Prüfungsordnung wird deshalb darauf hingewiesen, dass die Anmeldung für die Schwerpunktmodule / Optional Modules in der Regel im zweiten Fachsemester (spätestens im vierten) zu erfolgen hat.

Seminar-, Haus- und Projektarbeiten sind Einzel- oder Gruppenarbeiten. Bei Gruppenarbeiten muss der als Prüfungsleistung zu bewertende Beitrag der einzelnen Studierenden deutlich unterscheidbar und bewertbar sein (siehe § 14 Absatz 7 PO konsekutive Masterstudiengänge des FB I). Sie beinhalten die eigenständige schriftliche Bearbeitung eines fachbezogenen Themas im Rahmen einer Lehrveranstaltung. Die Bearbeitungszeit beträgt zwischen 2 und 8 Wochen. Sie beginnt mit der Ausgabe des Themas durch die Lehrende oder den Lehrenden. Seminar-, Haus- und Projektarbeiten können durch die Studierenden präsentiert werden (siehe § 14 Absatz 5 PO konsekutive Masterstudiengänge des FB I).

Module	1. Studienjahr									
	A-Module					B-Module				
	Credits	Work-load	SWS	LN/ Form	Zeit in Min.	Credits	Work-load	SWS	LN/ Form	Zeit in Min.
Managerial Decision Making I (Strategic Management)	3	90	2	P	60					
Organizational Behavior & Soft Skills	9	270	6	P	180					
Project & Process Management	9	270	6	P	120					
New Product Marketing	9	270	6	P	120					
Managerial Decision Making II (Technology Management)						3	90	2	P	60
Project Valuation & Performance Measurement						9	270	6	P	120
Business Information & Knowledge Management						9	270	6	P	120
IT Strategy						9	270	6	P	Wird vom FB III festgelegt
Summen	30	900	20	4 P		30	900	20	4 P	

Module	2. Studienjahr									
	3. Semester					4. Semester				
	Credits	Work-load	SWS	LN/Form	Zeit in Min.	Credits	Work-load	SWS	LN/Form	Zeit in Min.
Managerial Decision Making III (Exercises & Cases in Decision Making)	3	90	2	P	60					
Corporate Finance	9	270	6	P	180					
Schwerpunktmodul I / Optional Module I	9	270	6	P	120					
Schwerpunktmodul II / Optional Module II	9	270	6	P	120					
Masterarbeit / Master-Thesis						30	900	-	P	
Summen	30	900	20	4 P		30	900		1 P	

P = Prüfung

LN = Leistungsnachweis

Studierende, die ihr Studium zum Wintersemester beginnen, leisten in Ihrem ersten Semester die B-Module ab und belegen dann in Ihrem zweiten Semester die A-Module; Studierende, die ihr Studium zum Sommersemester beginnen, leisten in Ihrem ersten Semester die A-Module ab und belegen dann in Ihrem zweiten Semester die B-Module. A- und B-Module bauen inhaltlich nicht aufeinander auf.

4. Studiengangsspezifisches Qualitätsmanagement und Studienberatungsempfehlung

4.1 Studiengangsspezifisches Qualitätsmanagement

Der Fachbereich I wird regelmäßig Studierendenbefragungen zu Studium und Lehre durchführen. So vergewissert sich der Fachbereich über den Erfolg seiner Absolventinnen und Absolventen u. a. über das alumni-Forum der Fachhochschule Ludwigshafen. Bei der Einstellung von Professoren und wissenschaftlichen Mitarbeitern wird verstärkt auf die hochschuldidaktische Qualifikation geachtet, indem jahrelange Erfahrung in der Lehre – z. B. im Rahmen von Lehraufträgen – eingefordert werden. Es wird die Möglichkeit zur hochschuldidaktischen (Weiter-)Qualifizierung für Lehrende genutzt. Der Forschungs- und Praxisbezug der Lehre wird durch vielfältige Kontakte der Lehrenden zu Kolleginnen und Kollegen von anderen Hochschulen sowie befruchtende Zusammenarbeit mit der Praxis in anwendungsbezogenen Projekten gewährleistet.

4.2 Studienberatung

Für die Organisation der Studienberatung ist der Fachbereich verantwortlich. Er benennt insbesondere die für die einzelnen Teilgebiete des Studiengangs zuständigen Fachvertreter.

Den Studierenden wird empfohlen, eine Studienberatung insbesondere in folgenden Fällen zu nutzen:

- bei wesentlicher Überschreitung der vorgesehenen Studienzeit,
- nach nicht bestandenen Prüfungen,
- bei Studiengangwechsel,
- vor der individuellen Festlegung der Schwerpunktmodule / Optional Modules.