

Master-Studiengang Wirtschaftswissenschaften

Profil MIM (Management, Innovation, Marketing) und seine Module

*Vorstellung des Profils „MIM“ WS 2021/22
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Fred G. Becker*

Vorstellung des Profils

**„Management, Innovation, Marketing“ (MIM)
im fachwissenschaftlichen Masterstudiengang
der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften**

Profil „Management, Innovation, Marketing“ (MIM)

Ziele des Profils:

- Angebot unterschiedlicher Ansatzpunkte zum Umgang mit **betrieblichen Entscheidungsproblemen** in (Familien-)Unternehmen wie auch in anderen Organisationen
- Vermittlung von Kompetenzen zum **M für Management von (Familien-)Unternehmen** sowie **Personal-Management**, **I für Innovations- und Technologiemanagement**, **M für Marketing**

sowohl für die **Organisationspraxis**
als auch für die **Forschung**



Profil MIM: Modulverantwortliche

M



Professor Becker
**Personal-
management**

mit Prof. Dr. Kai Bormann

Professorin Hoon
**Führung von Fami-
lienunternehmen**

I



Professor Stummer
**Innovations- und
Technologiema-
nagement**

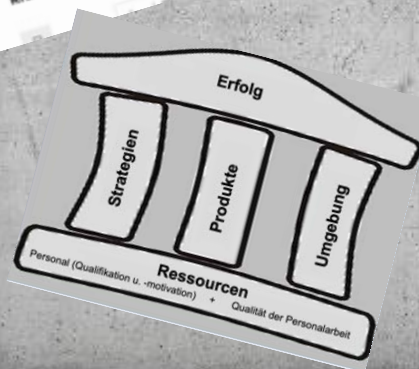
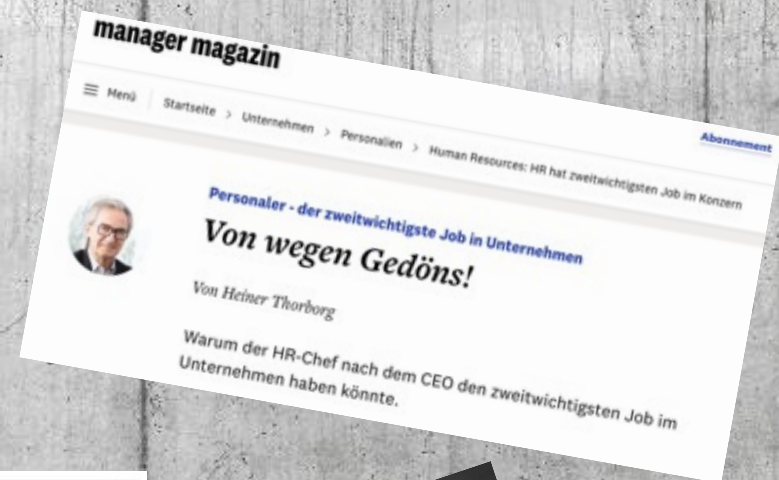
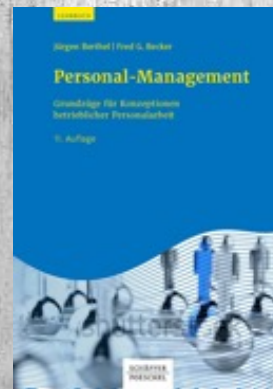
mit J.Prof'in Dr. Nicola Bilstein

M



Professor Decker
Marketing

Profilmodul 31-MM31: „Personal und Management“



Profilmodul: „Personal und Management“

Fachvertreter: Professoren Dr. Fred G. Becker und Kai Bormann

Zugangskriterien

(Vor-) Wissen

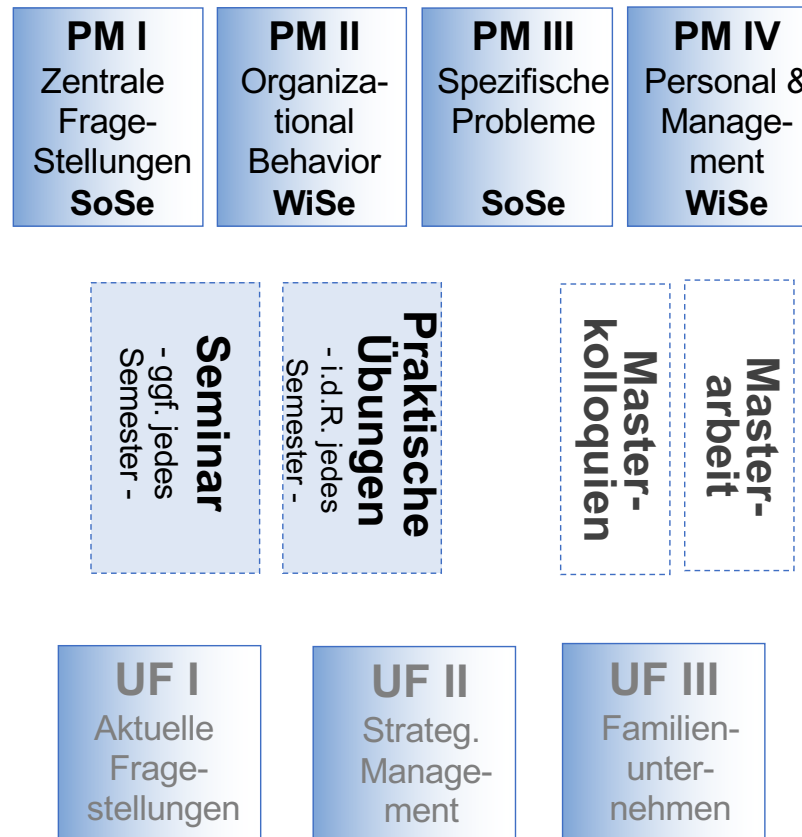
(i. S. v.: Kenntnis der Basisliteratur)

- Grundlagen der Unternehmensführung
- HR I: Verhalten in Organisationen
- HR II: Personalfunktion (ersatzweise vergleichbare Veranstaltungen an anderen Hochschulen)

Darüber hinaus

- Bereitschaft aktiv mitzuwirken
- Fachliches Interesse
- Fähigkeit zum wissenschaftlichen Arbeiten

Modulveranstaltungen



Zielkompetenzen

Fachkompetenzen

- Personalmanagement
- Management

Methodenkompetenzen

- Fachmethodiken
- Lernmethodiken
- Präsentationsmethodiken
- Diskursmethodiken

Sozialkompetenzen

- Sensitivität für Menschen
- Effiziente Mitwirkung in Arbeitsgruppen

Selbstkompetenzen

- Lernen
- Disziplin u. a.

Profilmodul „Personal und Management“

Begeistert. Persönlich. Erfolgreich.

Wir sind ein weltweit führender Hersteller und Händler von Verbindungselementen und Verarbeitungssystemen. Als familiengeführtes Unternehmen stehen wir für langfristigen Erfolg durch hochqualifizierte Mitarbeiter, innovative Produkte und kundenorientierte Dienstleistungen.

Zur Stärkung unseres Unternehmensbereiches Wille GmbH & Co. KG suchen wir für unseren Standort in Bielefeld

Personalreferenten (m/w)

Ihr Aufgabengebiet:

- Beratung und Betreuung der Vorgesetzten und Mitarbeiter in allen personalrelevanten und arbeitsrechtlichen Angelegenheiten
- Rekrutierung neuer Mitarbeiter
- Selbstständige Bearbeitung aller anfallenden Personalprozesse
- Gestaltung eines anforderungs- und leistungsgerechten innerbetrieblichen Entgeltgefüges
- Offene und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit den Betriebsräten

Ihre Qualifikation ist gefragt:

- Betriebswirtschaftliches Studium mit Schwerpunkt Personal oder kaufmännische Ausbildung mit Zusatzqualifikation, z.B.

personal manager
ZEITSCHRIFT FÜR HUMAN RESOURCES

- Proaktive, strukturierte und ergebnisorientierte Arbeitsweise
- Kommunikationsstärke, diplomatisches Geschick und ein sicheres Auftreten

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

Ihre aussagekräftigen Unterlagen senden Sie uns bitte unter Angabe des frühestmöglichen Eintrittstermins und Ihrer Gehaltsvorstellung zu. Oder bewerben Sie sich online.

Begeisterung für erfolgreiche Verbindungen

Böhlhoff Gruppe | Zentrales Personalwesen
Archimedesstraße 1-4 | 33649 Bielefeld
Telefon: 0521 4482-01 | www.boellhoff.com

BÖLLHOFF

Main.

Gernie können Sie auch die [Online-Bewertungsmöglichkeit](#) auf unserer Homepage nutzen.

www.helaba.de

Helaba
Banking auf dem Boden der Tatsachen.

...riere bei Accenture wird bemerkenswert sein. So wie die Persönlichkeiten, Projekte und Aktivitäten beim führenden Anbieter von Consulting-, Technologie- und Outsourcing- Lösungen. Die Fähigkeiten, die Wissen und Erfahrung miteinander teilen. Die Projekte, in denen wir Unternehmen in die Zukunft führen. Und die Perspektiven, in einem internationalen Umfeld mit Arbeitszeiten individuelle Pläne zu verwirklichen.

Accenture Consulting sind Sie Teil eines Expertenteams mit einer gemeinsamen Leidenschaft: nehmen auf ein neues Innovations- und Performance-Level zu heben. Hierfür arbeiten Sie im der Industrien – und lassen unser betriebliches Know-how einfließen.

Senior-Berater (m/w) Management Consulting

Jobnummer 00210324

Frankfurt, Düsseldorf, München, Heidelberg ⌚ Vollzeit/Festanstellung 🎓 Einstiegsposition

Starten Sie Ihre eindrucksvolle Karriere als Junior Management Berater/In für unsere Kunden aus unterschiedlichen Industrien oder des

- Implementierung einer digitalen Markteintrittsstrategie für Großkonzerne.
- Im Bankenumfeld koordinieren Sie Branchen-

Seien Sie selbst Experte/Expertin

Ihrer Kunden vor Ort als Teil eines hochmotivierten Teams und identifizieren und entwickeln neue Ideen, um wertschöpfenden Mehrwert für unsere Kunden zu generieren.

- Supply-Chain Management, Finance & Enterprise Planning, Financial Services, Human Capital Management
- Erste praktische Erfahrung- idealerweise im Beratungsumfeld
- Sehr gute analytische und konzeptionelle Fähigkeiten, Kommunikationsstärke und Kreativität in der Lösungsfindung
- Flexibilität und projektbezogene Mobilität
- Sehr gute Deutsch- und Englischkenntnisse in Wort und Schrift

Ihre Aufgaben

- Optimierung von Bewertungsprozessen verschiedener Geschäftsmodelle sowie die Entwicklung von Reorganisations- und Kostensenkungsprogrammen, oder

Sollten Sie Fragen haben, wenden Sie sich bitte an das Accenture Recruiting Team: recruiting.germany@accenture.com oder **00800 45045045**

APPLY NOW

Profilmodul 31-MM33: „Führung von Familienunternehmen“

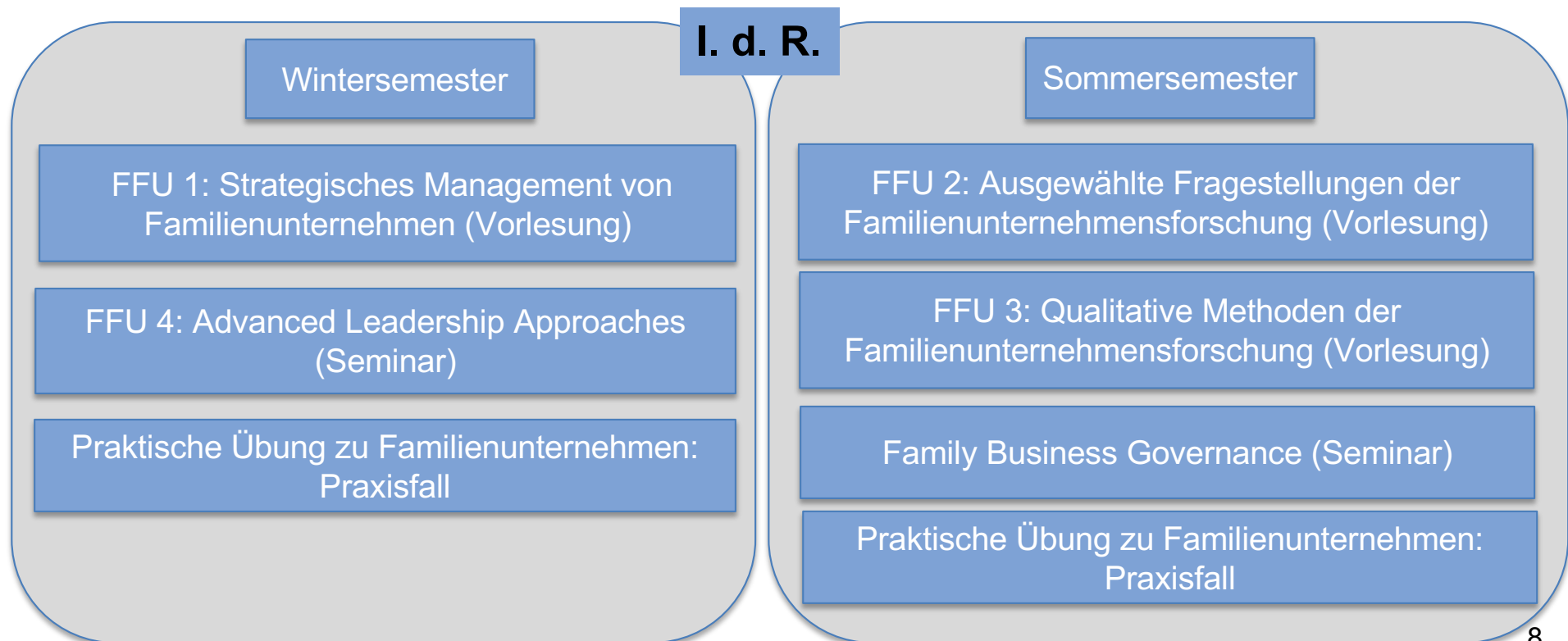


„Das Familienunternehmen
der Zukunft wird anders sein“



Profilmodul: „Führung von Familienunternehmen“ (FFU) Fachvertreter|innen: Professoren Dr. Christina Hoon und Kai Bormann

- Ziele:** - Vermittlung von Kenntnissen u. Kompetenzen zu **Führung von Familienunternehmen**, insb. **Strategisches Management, Führungsentscheidungen, Business Governance, Personalführung**
- 3 aus FFU 1 - 4



Profilmodul „Führung von Familienunternehmen“

Das Modul „Führung von Familienunternehmen“ ist für Studierende interessant, die

- ein „**Querschnittsfach**“ mit Anknüpfungspunkten zu allen Unternehmensbereichen und Managementfunktionen suchen,
- sich gerne mit **theoretisch-konzeptionellen Fragestellungen** beschäftigen *und* einen **hohen Anwendungsbezug** schätzen,
- sich gerne in Teams Inhalte **selbständig** erarbeiten,
- Projektarbeit **mit Unternehmen aus der Region** schätzen (Praktische Übung),
- **Masterarbeiten in Zusammenarbeit** mit Praxispartnern schreiben,
- neugierig sind auf Lehrveranstaltungen in Kooperation **mit internationalen Forschern**,
- are aware of the fact that addressing the issues of family business management inevitably comes along with the usage of **English-language literature** 😊!

Profilmodul „Führung von Familienunternehmen“

Berufsperspektiven (Beispiele)



Das Technologie-Netzwerk:
Intelligente Technische Systeme
OstWestfalenLippe



Die porta-Unternehmensgruppe nimmt heute mit ihren über 140 Standorten und mehr als 7.000 Beschäftigten in Deutschland, Tschechien und der Slowakei eine Spitzenstellung im europäischen Möbelhandel ein. Und sie haben die Chance mit dabei zu sein! Zum nächstmöglichen Termin suchen wir einen qualifizierten und engagierten

TRAINEE EINKAUF (m/w)

Sie wollen mit uns Vollgas geben und erfolgreich in die Zukunft starten? Dann bewerben Sie sich jetzt für das 18-monatige Traineeprogramm in unserer Zentrale in Porta Westfalica!

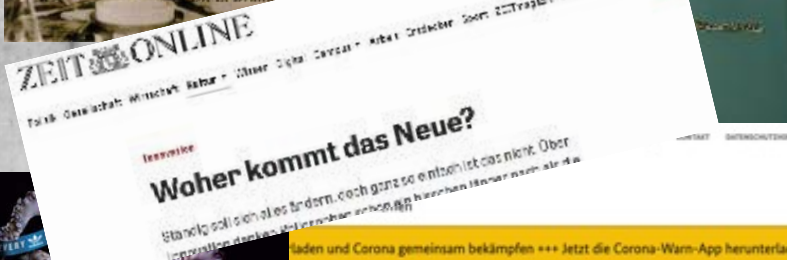
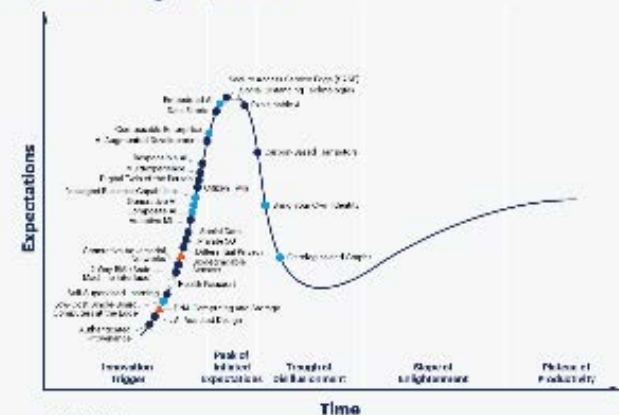
Ihr Profil:

- Abgeschlossenes Fach-/ Hochschulstudium eines wirtschaftswissenschaftlichen Studienganges, idealerweise mit den Schwerpunkten Handel, Beschaffung oder Marketing
- Entsprechende Praxisorientierung durch Praktika, vorzugsweise im Handel
- Ausgeprägte Kommunikationsfähigkeit, Verhandlungs- und Durchsetzungsvermögen sowie Leistungsbereitschaft
- Begeisterung für den Handel (Möbelhandel)

Profilmodul 31-MM8: „Innovations- & Technologiemanagement“



Hype Cycle for Emerging Technologies, 2020



Profilmodul: „Innovations- & Technologiemanagement“

Fachvertreter|innen: Professoren Dr. Christian Stummer und Nicola Bilstein

Wintersemester	Sommersemester
Strategisches ITM	Operatives ITM
Taktisches ITM	Internationales ITM (engl.)
Management intelligenter Produkte	Spezialgebiete des ITM (evtl.)
Praktische Übung	Praktische Übung (evtl.)
Seminar	Seminar (evtl.)

- **Beliebige Kombination** (3 aus 6) von Strat. ITM, Operat. ITM, Takt. ITM, Internat. ITM, Spezialgebiete des ITM und Management intelligenter Produkte sind möglich.
- Alle Veranstaltungen haben **interaktive Lehr-/Lernelemente** mit studienbegleitenden Prüfungen und sind deswegen **teilnehmerbegrenzt.**

Profilmodul „Innovations- & Technologiemanagement“

Warum das ITM-Modul interessant sein könnte?

- „**Querschnittsfach**“ mit Anknüpfungspunkten zu allen anderen BWL-Fächern.
→ Inhalte sind in allen Unternehmensbereichen/Managementfunktionen nützlich
- Hoher **Anwendungsbezug** mit zahlreichen Beispielen aus der Praxis
- Häufig **selbstständige Erarbeitung** von Inhalten, meist Teamarbeiten, viele Präsentationen und Diskussionen, kaum Frontalunterricht
- **Projektarbeit** mit konkreten Fragestellungen aus und in Zusammenarbeit mit Unternehmen (in der LV „Spezialgebiete des ITM“)
- Unternehmens**planspiel** (in der Praktischen Übung [in Präsenzsemestern])
- **Exkursionen** in (fast) jedem Semester [entfällt während der Corona-Zeit]
- Wahlmöglichkeiten (3 aus 6 LV)
- Veranstaltungsbegleitende Prüfungen

ABER: Vergleichsweise hoher **Arbeits-/Zeitaufwand**

Profilmodul „Innovations- & Technologiemanagement“

Berufsperspektiven: Statements von Absolvent/innen

„Das ITM-Modul war rückblickend zu meinem Studium an der Uni Bielefeld das spannendste und lehrreichste Modul, das ich gewählt habe. [...] Ich würde das ITM-Modul jederzeit wieder wählen, da es einen sehr guten Einblick in die verschiedenen Inhalte des Innovations- und Technologiemanagements bietet. Darüber hinaus verfolgt das Modul einen wertvollen, interdisziplinären Ansatz wirtschaftswissenschaftlicher Themengebiete und ermöglicht somit, die verschiedenen Zusammenhänge gut nachzuvollziehen.“

„Ich bin derzeit bei einem IT-Dienstleister als Produktmanagerin tätig. In meiner derzeitigen Position helfen mir die Kenntnisse aus dem ITM-Modul insbesondere

„Während des Masters bot die Vorlesung „Spezialgebiete des Innovations- und Technologiemanagements“ eine besondere Möglichkeit, das Erlernte im Studium und Praxis zu verbinden. [...] Auch jetzt kann ich in meinem Beruf als Marktforscherin bei einem Hochtechnologieunternehmen auf die gelernten Inhalte des ITM-Mastermoduls zurückgreifen, was zu einem besseren Verständnis von komplexen Innovationen und Produkten führt.“

bei der Entwicklung von Neuprodukten und der Weiterentwicklung bestehender Produkte.“

„Ich bin [...] im Bereich Produktmanagement tätig und kann dort regelmäßig auf Inhalte meines ITM-Studiums zurückgreifen. Insbesondere die Praxisnähe der Vorlesungen erleichtert es mir heute im Berufsalltag, Sachverhalte kritisch zu bewerten und aus der Vielfalt verschiedener Ansätze eine optimale Vorgehensweise zu wählen - ganz nach dem Motto „Das kennst du doch irgendwoher!“

„Innovationen bestimmen natürlich den beruflichen Alltag in jedem Unternehmen. Neue Produkte sind überall Thema und essentiell für wirtschaftlichen Erfolg. Für mich habe ich das Wissen für mein Praktikum im Produktmanagement für zukünftige Fahrzeuge bei Mercedes Benz einsetzen können. Hier bewegten wir uns produktseitig ca. 2-3 Jahre vor Markteinführung. Die Rolle des Produktmanagers war hier die Schnittstellenfunktion zwischen Vertrieb (Marktbedürfnissen) und technischer Entwicklung. Hochspannend! [...] Im aktuellen beruflichen Umfeld bewege ich mich als Sales Manager im Bereich von industriellen Energielösungen [...]. Da heißt es dann auch besonders die Rolle des Werbers für neue Technologien zu übernehmen. - Ich denke, hier hat mir das Innovations- und Technologiemanagement viele Türen geöffnet um in beruflich spannende, stets dynamische Felder zu gelangen.“

Profilmodul 31-MM11: „Marketing“



Profilmodul „Marketing“

Fachvertreter|innen: Professoren Dr. Reinhold Decker und Nicola Bilstein

Lerninhalte und Kompetenzen

- Vermittlung von Kenntnissen und Kompetenzen zur **Vorbereitung** und **Durchführung** von **Marketingentscheidungen**
- Systematische **Gewinnung** und **Auswertung** von **Marktinformationen** zur **Entscheidungsunterstützung**
- **Marktorientierte Ausgestaltung** von Maßnahmen des **Marketing-Mix**

Veranstaltungen

Marketing und Marktforschung
(WiSe)

Quantitative Methoden der
Marketingforschung
(SoSe)

Sonderformen des Marketings
(WiSe und evtl. zusätzlich im SoSe)

Praktische Übung zum Marketing
(WiSe oder SoSe)

Profilmodul „Marketing“

Warum Sie das Modul „Marketing“ besuchen sollten ...

- Hohe **inhaltliche Vielfalt** (z. B. Markenführung, Social-Media-Marketing, Customer Experience Management, Methoden der Konsumentenforschung) in Form von „klassischen“ Vorlesungen
- Lehrinhalte mit hohem **Praxisbezug** und zahlreichen, aktuellen Anwendungsbeispielen aus der unternehmerischen Praxis (z. B. in Form von Gastvorträgen) oder innerhalb der Praktischen Übung (z. B. aus der Automobilindustrie)
- **Problemzentrierte Methodenvermittlung** in den Lehrveranstaltungen
- **Selbstständiges Bearbeiten wissenschaftlicher Fragestellungen** in Seminar- und Masterarbeit mit intensiver Betreuung
- Anleitung zum **problemorientierten** und **analytischen Denken**

Aber auch wegen der ...

- hohen **Relevanz** von **Marketing** und **Marktforschung** für die Unternehmenspraxis
- vielfältigen und facettenreichen **beruflichen Perspektiven**

Profilmodul „Marketing“ Berufsperspektiven (Beispiele)

Master und dann...

„Was fange ich mit meinen Marketing-Kenntnissen an?“



Brand Manager (m/w/d)



Ihre Aufgaben:

- In Ihrer Funktion entwickeln Sie die Corporate Identity weiter und unterstützen das Markenmanagement.
- Die strategische Führung der Marke WAGO in Zusammenarbeit mit dem Leiter Brand Management und der Geschäftsleitung Marketing gehört ebenfalls zu Ihren Aufgaben.
- Die Überführung der Markenstrategie in internationale, interne und externe Kommunikationsmaßnahmen ist Teil Ihrer Aufgabe.
- Weiterhin planen, steuern und führen Sie markenrelevante Projekte durch
- Die Konzeption, Planung und Umsetzung von internationalen Kampagnenmaßnahmen sowie die Kampagnenanalyse in Zusammenarbeit mit dem Marketing-Controlling runden Ihre Aufgaben ab.

Ihr Profil:

- Erfolgreich abgeschlossenes betriebswirtschaftliches Studium mit dem Schwerpunkt Marketing, Kommunikations- und Medienwissenschaften, Brand Management oder einer vergleichbaren Ausrichtung
- Erfahrungen in Brand Development, Brand Management und klassischer Markenkommunikation
- Erfahrung im Umgang mit internationalen Teams und Dienstleistern
- Gute Englischkenntnisse in Wort und Schrift
- Gute MS-Office Kenntnisse

Sonstiges mit Relevanz für MIM

- **Seminare:** Lernen u./od. Verbessern des wissenschaftlichen Arbeitens
- **Masterarbeit:** Förderung der Kompetenz, ein (auch praxisrelevantes) Thema selbstständig und wissenschaftlich (gestützt) zu erarbeiten
- **Engagement** bspw. bei:



Backup

Profil „Management, Innovation, Marketing“ (MIM) Beschreibung des Profils

S. auch: http://phoenix.wiwi.uni-bielefeld.de/studium/studierende/masterstudiengaenge/master_wiwi

Das Profil beschäftigt sich mit zentralen Fragestellungen der **Managementlehre** – allgemein wie bezogen auf **Familienunternehmen**. Behandelt werden bspw. die **Analyse und Gestaltung von Absatzmärkten**, die Umsetzung eines **effektiven und effizienten Innovationsprozesses** von der Ideengenerierung bis hin zur Markteinführung, die Formulierung und Begründung einer **Produkt-Markt-Strategie** oder die verschiedenen strukturellen wie interaktiven **Personalführungsaufgaben** auf strategischer wie operativer Ebene. Dementsprechend vielfältig sind die Themenbereiche sowie die vermittelten bzw. vertieften **Fach-, Methoden- und Sozialkompetenzen**.

The specialization in „Management, Innovation, Marketing“ provides deeper insight into many vital management issues – in general as for family businesses. Sample topics include the analysis and development of markets, the management of an efficient and effective innovation process from idea generation to market introduction, the formulation and motivation of an appropriate product market strategy, or the performance of various strategic and operational tasks in structural and interactive personnel management. Accordingly, subject areas are rather diverse and transferred skills with respect to professional competences, methodological competences, and social competences are multifaceted.