



UNIVERSITÄT
HOHENHEIM



Hohenheimer Management- Master (HMM)

Studienstart: Wintersemester 2023/2024



Programm

01

Teil I: Begrüßung

Professor Dr. Markus Voeth,
Studiengangsleiter der Fakultät
Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

02

Teil I: Warum der HMM?

Professor Dr. Markus Voeth,
Studiengangsleiter der Fakultät
Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

03

Teil I: Der Aufbau im Hohenheimer Management Master

Prof. Dr. Markus Voeth,
Studiengangsleiter des Hohenheimer
Management-Masters

04

Teil I: Vorstellung der Schwerpunkte im HMM

Vorgestellt durch die
Schwerpunktbereichsverantwortlichen

06

Teil II: Bewerbung und Zulassung im HMM

Agatha Maisch,
Öffentlichkeitsarbeit und
Kommunikation





Programm

01

Teil I: Begrüßung

Professor Dr. Markus Voeth,
Studiengangsleiter der Fakultät
Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

02

Teil I: Warum der HMM?

Professor Dr. Markus Voeth,
Studiengangsleiter der Fakultät
Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

03

**Teil I: Der Aufbau im Hohenheimer
Management Master**

Prof. Dr. Markus Voeth,
Studiengangsleiter des Hohenheimer
Management-Masters

04

**Teil I: Vorstellung der
Schwerpunkte im HMM**

Vorgestellt durch die
Schwerpunktbereichsverantwortlichen

06

**Teil II: Bewerbung und
Zulassung im HMM**

Agatha Maisch,
Öffentlichkeitsarbeit und
Kommunikation





Das aktuelle THE World University Ranking sieht die Universität Hohenheim unter den besten 12% der Universitäten der Welt.

Möglichkeit zum internationalen
Doppel-Master-Abschluss

Breite **Managementausbildung**

Vielfältiges Lehrangebot

Akkreditiert

Lange **Tradition**

Expertenwissen

Innovation

Persönliche Betreuung

Schöner **Campus**

Sehr gute

Interdisziplinarität

Berufsaussichten

Hohenheim-**App**

Nachhaltigkeit

Maßgeschneidertes Studium

Internationalität

Fachspezifisches Angebot

Möglichkeiten einer **Großstadt**

Wirtschaftsstarker Standort



Warum der HMM? – Ein vielfältiges Studienangebot für ein breites Berufsspektrum

Es gibt national und international ein breit gefächertes Angebot an betriebswirtschaftlichen Master-Studiengängen.



→ Alles und nichts

Die meisten Angebote sind entweder sehr spezialisiert (z. B. Master of Finance der London Business School) oder sehr allgemein (z. B. Master General Management der Universität Tübingen) ausgerichtet.



Die perfekte Balance

Der Hohenheimer Management-Master (HMM) positioniert sich zwischen diesen beiden Extremen: Das Studium enthält sowohl allgemeine, für alle verbindliche Studienangebote als auch spezielle, an den jeweiligen Neigungen ausgerichtete Wahlbestandteile.



SECRETARY



SEO EXPERT



ART DIRECTOR



DESIGNER



MANAGER



ACCOUNTANT



ANALYST

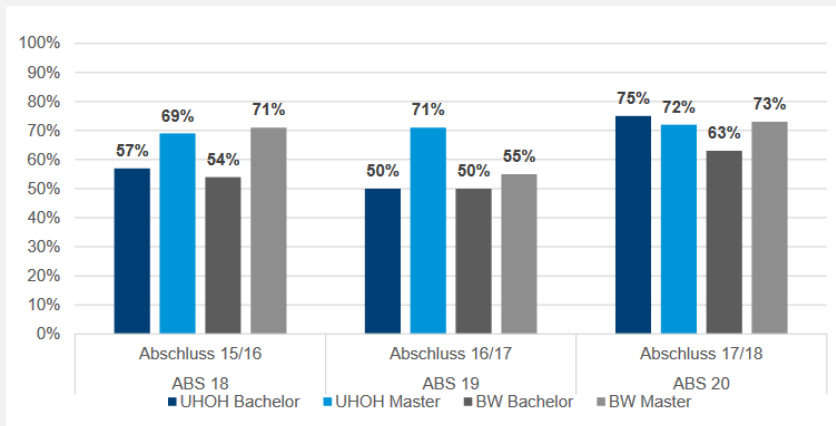


BUSINESS WOMAN

Warum der HMM? – Warum überhaupt einen Masterabschluss anstreben und warum hier?



Berufliche Situation ist in sehr hohem oder in hohem Maße der Ausbildung angemessen



Quelle: Absolventenbefragung der Universität Hohenheim 2018 (n=304), 2019 (n=230-232), 2020 (n=254) und gemeinsame Absolventenbefragung aller Universitäten Baden-Württembergs 2018 (n=2728), 2019 (n=3086) und 2020 (n=2981)

Quelle: Absolventenbefragung Universität Hohenheim, 2020.



Programm

01

Teil I: Begrüßung

Professor Dr. Markus Voeth,
Studiengangsleiter der Fakultät
Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

02

Teil I: Warum der HMM?

Professor Dr. Markus Voeth,
Studiengangsleiter der Fakultät
Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

03

Teil I: Der Aufbau im Hohenheimer Management Master

Prof. Dr. Markus Voeth,
Studiengangsleiter des Hohenheimer
Management-Masters

04

Teil I: Vorstellung der Schwerpunkte im HMM

Vorgestellt durch die
Schwerpunktbereichsverantwortlichen

06

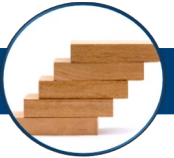
Teil II: Bewerbung und Zulassung im HMM

Agatha Maisch,
Öffentlichkeitsarbeit und
Kommunikation





Aufbau HMM



MASTER-THESIS (24 Credits)

SCHWERPUNKT (78 Credits)

Freier Wahlbereich (24 Credits)

Schwerpunktbereich (7 Module = 42 Credits)

Auswahl eines Schwerpunkts aus den folgenden fünf Schwerpunkten:

Accounting, Controlling & Taxation | Digital Business Management |
Entrepreneurship, Innovation & Sustainability | Finance | Health Care
and Public Management | Marketing | Organizational Behavior

Schwerpunktseminar (6 Credits)

Schwerpunktseminar (6 Credits)

GRUNDLEGENER MASTERBEREICH (18 Credits)

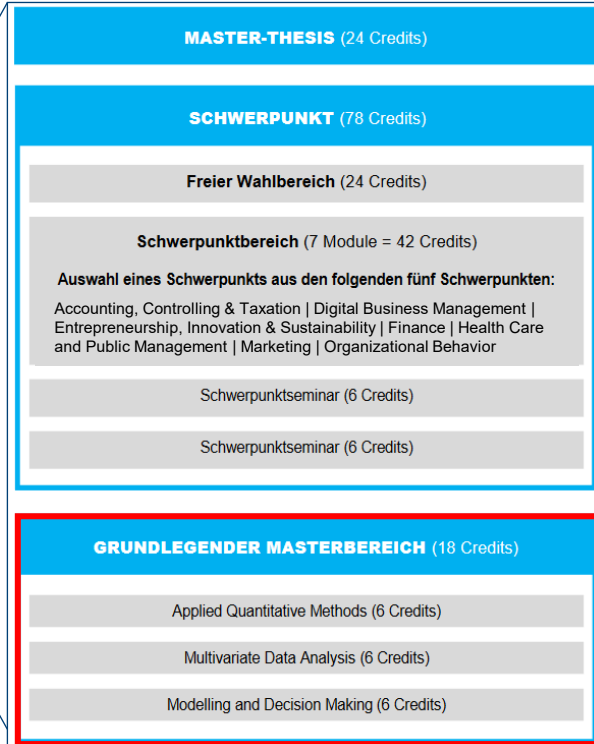
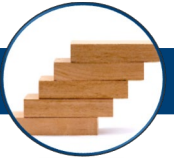
Applied Quantitative Methods (6 Credits)

Multivariate Data Analysis (6 Credits)

Modelling and Decision Making (6 Credits)

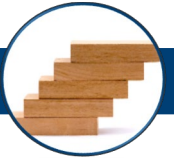


Aufbau HMM





Aufbau HMM

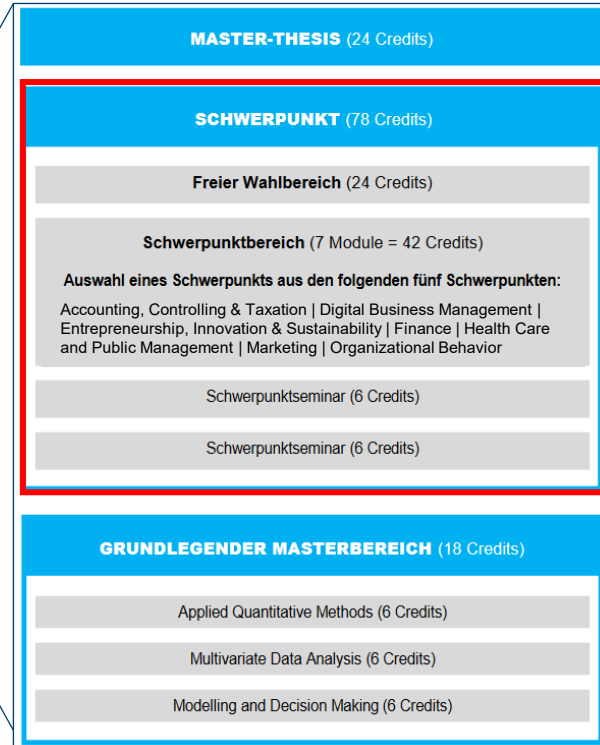


1. Semester

Modul Lehrveranstaltung	Modulabschluss Verbindlichkeit	Art d. Veranstaltung	SWS	Leistungspunkte	
				SL	PL
Applied Quantitative Methods	Klausur Pflicht	Vorlesung / Übung	3		6 EP
Multivariate Data Analysis	Klausur Pflicht	Vorlesung / Übung	3		6 EP
Modelling and Decision Making	Klausur Pflicht	Vorlesung / Übung	3		6 EP
Veranstaltungen aus dem Schwerpunktbereich / Freier Wahlbereich					12 EP
Summe					30 EP



Aufbau HMM





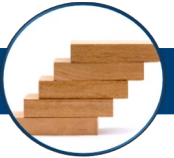
Better than ever! – Die neuen Schwerpunktbereiche

Accounting, Controlling and Taxation	Digital Business Management	Entrepreneurship, Innovation and Sustainability	Finance	Health Care and Public Management	Marketing	Organizational Behavior

Die einzelnen Schwerpunktbereiche werden Ihnen später in dieser Veranstaltung vorgestellt.



Aufbau HMM



MASTER-THESIS (24 Credits)

SCHWERPUNKT (78 Credits)

Freier Wahlbereich (24 Credits)

Schwerpunktbereich (7 Module = 42 Credits)

Auswahl eines Schwerpunkts aus den folgenden fünf Schwerpunkten:

Accounting, Controlling & Taxation | Digital Business Management |
Entrepreneurship, Innovation & Sustainability | Finance | Health Care
and Public Management | Marketing | Organizational Behavior

Schwerpunktseminar (6 Credits)

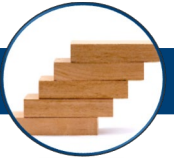
Schwerpunktseminar (6 Credits)

GRUNDLEGENER MASTERBEREICH (18 Credits)

Applied Quantitative Methods (6 Credits)

Multivariate Data Analysis (6 Credits)

Modelling and Decision Making (6 Credits)



- In der Master-Thesis ist ein Problem aus dem Gegenstandsbereich der gewählten Fächer oder der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre einschließlich der angrenzenden Fachgebiete selbstständig nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten.
- Das Thema der Master-Thesis wird vom betreuenden Professor / der betreuenden Professorin in der Regel mit Ihnen gemeinsam festgelegt.
- Die Bearbeitungszeit der Master-Thesis beträgt vier Monate.



**Voraussichtliche Bewerbungsfristen für einen
Auslandsaufenthalt in 2022/23:**

USA/Kanada/Israel: **10. November 2022**

Asien/Russland/Mexiko: **10. Januar 2023**

Europa/Erasmus+: **15. Februar 2023**

Südhalbkugel: **10. Januar 2023**

<https://www.uni-hohenheim.de/auslandsaufenthalte-bewerbungsfristen>

Gruppenberatungen mit umfassende Informationen zum
Auslandsstudium:

Aktuelle Termine: <https://www.uni-hohenheim.de/auslandsaufenthalte-gruppenberatung>

Aktuelle Ausschreibungen in den AA-News: <https://www.uni-hohenheim.de/aaa-news>

Zusätzliches Beratungsangebot am **Erasmus + Day**





Das HERMES-Netzwerk

- HERMES: Higher Education and Research in Management of European Universities
- Netzwerk von 24 traditionsreichen Universitäten aus 15 Ländern weltweit
- Derzeit bestehen Doppel-Master-Programme mit den folgenden Partneruniversitäten:
 - HEC – Management School der Universität Liège, Belgien (HMM, IBE und ECON)
 - Università Ca'Foscari Venezia, Italien (HMM und IBE)
 - Università degli Studi di Pavia, Italien (IBE und ECON)
 - Università degli Studi dell'Insubria, Varese, Italien (IBE)



Double Degree
Programs





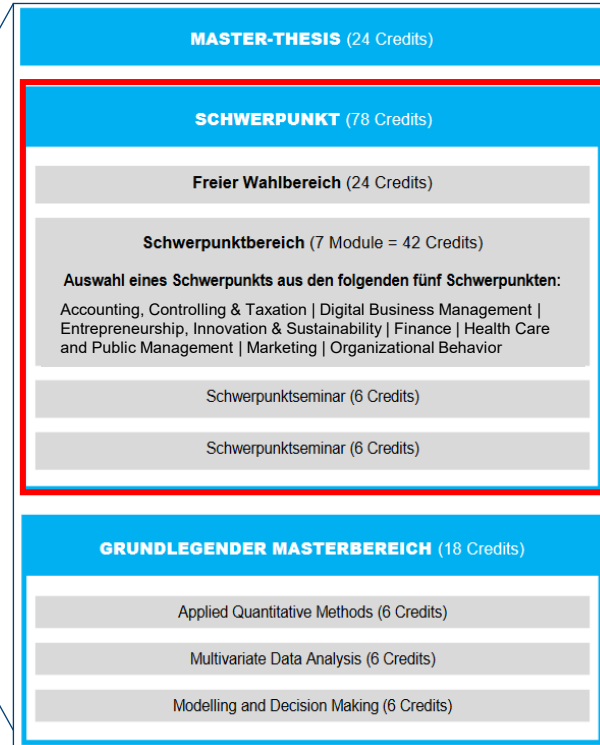
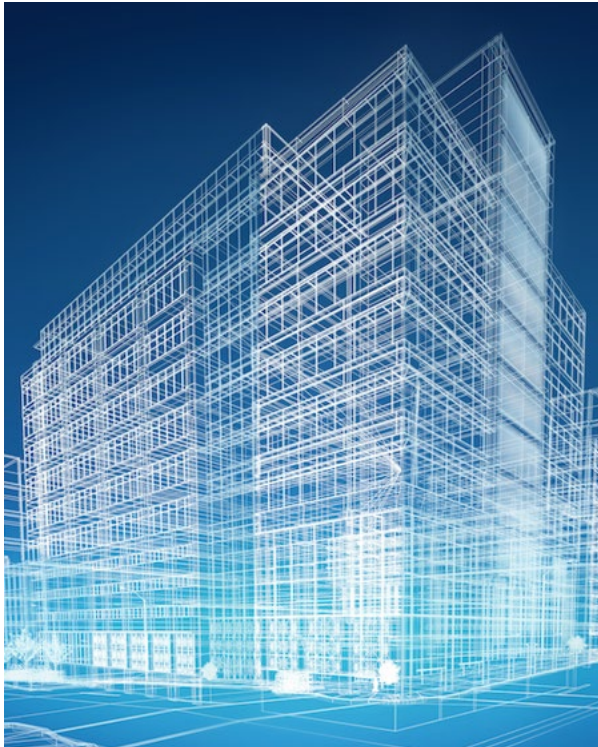
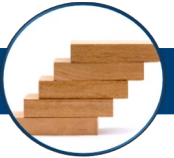
Doppel-Master-Programme im Rahmen des HMM/IBE/ECON

- **Struktur der Doppel-Master-Programme**
 - erstes Jahr in Hohenheim (60 EP) / zweites Jahr an der Partneruniversität (60 EP)
 - Anteiliger Schwerpunktbereich in Hohenheim / dann Programm des HERMES-Partners
 - Grundlagen in Hohenheim / Master-Thesis beim HERMES-Partner oder in Hohenheim
- Bewerbung erfolgt zum **15. Juni 2022 (HMM)** optional **im Rahmen der Online-Bewerbung** auf das Master-Programm
- **Beratungstermine** zu den Doppel-Master-Programmen: <https://wiso.uni-hohenheim.de/teamundberatung>
- **Kontakt:** Lars Banzhaf (lars.banzhaf@uni-hohenheim.de)





Aufbau HMM





Programm

01

Teil I: Begrüßung

Professor Dr. Markus Voeth,
Studiengangsleiter der Fakultät
Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

02

Teil I: Warum der HMM?

Professor Dr. Markus Voeth,
Studiengangsleiter der Fakultät
Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

03

Teil I: Der Aufbau im Hohenheimer Management Master

Prof. Dr. Markus Voeth,
Studiengangsleiter des Hohenheimer
Management-Masters

04

Teil I: Vorstellung der Schwerpunkte im HMM

Vorgestellt durch die
Schwerpunktbereichsverantwortlichen

06

Teil II: Bewerbung und Zulassung im HMM

Agatha Maisch,
Öffentlichkeitsarbeit und
Kommunikation





Better than ever! – Die neuen Schwerpunktbereiche



**Accounting,
Controlling and
Taxation**



**Digital
Business
Management**



**Entrepreneurship,
Innovation and
Sustainability**



Finance



**Health Care
and Public
Management**



Marketing



**Organizational
Behavior**





Better than ever! – Die neuen Schwerpunktbereiche



**Accounting,
Controlling and
Taxation**



**Digital
Business
Management**



**Entrepreneurship,
Innovation and
Sustainability**



Finance



**Health Care
and Public
Management**

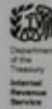


Marketing



**Organizational
Behavior**





Publication 505
Cat. No. 10090C

Tax Withholding and Estimated

Contents

- Introduction 1
- What's New for 2019 2
- Reminders 2
- Chapter 1. Tax Withholding

SCHEDULE D
(Form 1040)

Capital Gains and Losses

2018

Department of the Treasury
Internal Revenue Service (IRS)
Form 1040-SS or 1041-SS

▶ Attach to Form 1040 or Form 1040EZ.
▶ Go to www.irs.gov/ScheduleD for instructions and the latest information.
▶ Use Form 8883 to list your transactions for lines 1a, 1b, 5, 8, 9, and 13.

Form 1040-SS or 1041-SS
Attachment Sequence No. 12
Four annual security number

Part I Short-Term Capital Gains and Losses—Generally Assets Held One Year or Less (See Instructions)

See instructions for how to figure the amounts to enter on the lines below.
This form may be easier to complete if you round off cents to whole dollars.

	1a	1b	2	3	4	5	6	7
1a Totals for all short-term transactions reported on Form 1099-B for which basis was reported to the IRS and for which you have no adjustments (see instructions); however, if you choose to report all these transactions on Form 8849, leave this line blank and go to line 1b.								
1b Totals for all transactions reported on Form(s) 8842 with Box A checked.								
2 Totals for all transactions reported on Form(s) 8842 with Box B checked.								
3 Totals for all transactions reported on Form(s) 8842 with Box C checked.								
4 Short-term gain from Form 6252 and short-term gain or (loss) from Forms 4684, 6781, and 8824.								
5 Net short-term gain or (loss) from partnerships, S corporations, estates, and trusts from Schedule(s) K-1.								
6 Short-term capital loss carryover. Enter the amount, if any, from line 8 of your Capital Loss Carryover Worksheet in the instructions.								
7 Net short-term capital gain or (loss). Combine lines 1a through 6 in column (b). If you have any long-term capital gains or losses, go to Part II below. Otherwise, go to Part III on the back.								

Part II Long-Term Capital Gains and Losses—Generally Assets Held More Than One Year (See Instructions)

See instructions for how to figure the amounts to enter on the lines below.
This form may be easier to complete if you round off cents to whole dollars.

	8a	8b	9	10	11	12	13	14	15
8a Totals for all long-term transactions reported on Form 1099-B for which basis was reported to the IRS and for which you have no adjustments (see instructions); however, if you choose to report all these transactions on Form 8849, leave this line blank and go to line 8b.									
8b Totals for all transactions reported on Form(s) 8842 with Box A checked.									
9 Totals for all transactions reported on Form(s) 8842 with Box B checked.									
10 Totals for all transactions reported on Form(s) 8842 with Box C checked.									
11 Net long-term gain or (loss) from Forms 2439 and 6252, and long-term gain or (loss) from Form(s) 4684, 6781, and 8824.									
12 Net long-term gain or (loss) from partnerships, S corporations, estates, and trusts from Schedule(s) K-1.									
13 Capital gain distributions. See the instructions.									
14 Long-term capital loss carryover. Enter the amount, if any, from line 13 of your Capital Loss Carryover Worksheet in the instructions.									
15 Net long-term capital gain or (loss). Combine lines 8a through 14 in column (b). Then go to Part III on the back.									

ACCOUNTING, CONTROLLING & TAXATION

Prof. Dr. Holger Kahle





Accounting, Controlling and Taxation

In diesem Schwerpunktbereich gewinnen Sie einen Überblick über die Funktionen des Controlling, die spezifischen Besonderheiten und Einsatzzwecke der Controlling-Instrumente und mögliche Probleme ihrer Umsetzung. Zudem werden Einblicke in die nationale und internationale Unternehmensbesteuerung, den Einfluss der Besteuerung auf betriebliche Entscheidungen sowie das externe Rechnungswesen gegeben. Sie erlernen die Grundlagen der nationalen und internationalen Rechnungslegung und betrachten die Unternehmung in all ihren finanziellen Teildisziplinen, was Sie zusammen mit den Bereichen Controlling und Steuern intensiv auf eine Karriere in der Unternehmensberatung oder bei führenden Unternehmen der Region vorbereitet.





Schwerpunkte Accounting, Controlling & Taxation – Module (1)

ACCOUNTING, CONTROLLING & TAXATION (verantwortlich: Prof. Dr. Holger Kahle)

Modulcode	Modul	Verb.	empfohl. Semester	Leistung	Lehrveranstaltung	Art	SWS	Credits
5101-450	Treasury Management	W	1.	K	Treasury Management	VÜ	2	6 (PL)
					Business Forecasting	VÜ	2	
5101-440	Unternehmensbewertung	W	1.	K	Unternehmensbewertung	VÜ	4	6 (PL)
5101-570	Konzernrechnungslegung nach IFRS	W	2.	K	Konzernrechnungslegung nach IFRS	VÜ	4	6 (PL)
5103-420	Controlling-Instrumentarium	W	1.	K	Controlling-Instrumentarium	V	2	6 (PL)
5103-510	Entscheidungsorientiertes Rechnungswesen	W	2.	K ÜL	Entscheidungsorientiertes Rechnungswesen	VÜ	4	6 (SL)
5103-610	Integratives Controlling	W	3./4.	MDL	Controlling-Integrationskolloquium	KQ	2	6 (PL)
5102-490	Steuerbilanzen	W	1.	K	Steuerbilanzen	VÜ	3	6 (SL)
5102-500	Nationale Unternehmensbesteuerung	W	1.	MDL	Nationale Unternehmensbesteuerung	VÜ	3	6 (PL)
5102-560	Internationale Unternehmensbesteuerung	W	2.	K	Internationale Unternehmensbesteuerung	VÜ	2	6 (PL)
		W			Fallstudien zur internationalen Unternehmensbesteuerung	VÜ	2	
5302-480	Management & Controlling in Health Care Organizations	W	1.	K	Management & Controlling in Health Care Organizations	VÜ	2	6 (SL)
5106-410	Economics of Strategy and the Theory of the Firm	W	1.	K	Economics of Strategy and the Theory of the Firm	VÜ	3	6 (PL)
5502-520	Ertragsbesteuerung I	W	1.	K	Ertragsteuerrecht	VÜ	3	6 (PL)
5502-430	Steuerverfahrensrecht	W	1.	K	Abgabenordnung & Finanzgerichtsordnung	VÜ	3	6 (SL)



Schwerpunkte Accounting, Controlling & Taxation – Module (2)

ACCOUNTING, CONTROLLING & TAXATION (verantwortlich: Prof. Dr. Holger Kahle)

Modulcode	Modul	Verb.	empfohl. Semester	Leistung	Lehrveranstaltung	Art	SWS	Credits
5204-540	Empirical Public Economics	W	2.	K	Empirical Public Economics	V	2	6 (SL)
					Empirical Public Economics	Ü	2	
5502-530	Ertragsbesteuerung II	W	2.	K	Internationales und Europäisches Steuerrecht	VÜ	3	6 (SL)
5101-470	Jahresabschluss	W	2.	K	Jahresabschluss nach HGB	V	2	6 (PL)
					Internationale Rechnungslegung	V	1	
5502-420	Recht der indirekten Steuern	W	2.	K	Umsatzsteuerrecht	VÜ	3	6 (PL)
5101-560	Sonderbilanzen	W	2.	K	Sonderbilanzen	V	2	6 (PL)
					Sonderfragen der Rechnungslegung nach IFRS	V	1	
5101-550	Treasury Accounting	W	2.	K	Treasury Accounting	V	3	6 (SL)
5102-570	Umstrukturierung von Unternehmen	W	2.	K	Umstrukturierung von Unternehmen	VÜ	3	6 (SL)
5501-570	Unternehmensnachfolge im Mittelstand	W	2.	K	Unternehmensnachfolge im Mittelstand	V	3	6 (SL)
5102-620	Digitalisierung der Steuerfunktion	W	3.	K	Digitalisierung der Steuerfunktion	V	2	6 (SL)
5502-610	Erbschaft-, Grunderwerb- und Grundsteuerrecht	W	3.	K	Erbschaft-, Grunderwerb- und Grundsteuerrecht	V	2	6 (SL)
5101-510	Unternehmensakquisition	W	3.	K	Akquisitionsfinanzierung	V	1	6 (SL)
					Mergers & Acquisitions	V	2	



Schwerpunkte Accounting, Controlling & Taxation – Seminare

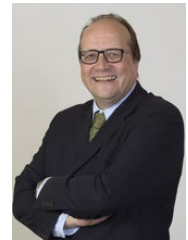
ACCOUNTING, CONTROLLING & TAXATION (verantwortlich: Prof. Dr. Holger Kahle)

Modulcode	Modul	Verb.	empfohl. Semester	Leistung	Lehrveranstaltung	Art	SWS	Credits
Schwerpunktseminare (zwei Seminare sind zu wählen, eines davon muss aus dem Gebiet der gewählten Wahlmodule stammen)								
5101-420	Schwerpunktseminar Rechnungswesen	WP	3.	HA REF	Schwerpunktseminar Rechnungswesen	S	2	6 (SL)
5103-430	Schwerpunktseminar Controlling	WP	3./4.	HA REF	Schwerpunktseminar Controlling	S	2	6 (SL)
5102-410	Schwerpunktseminar Betriebswirtschaftliche Steuerlehre	WP	3./4.	HA REF	Schwerpunktseminar Betriebswirtschaftliche Steuerlehre	S	2	6 (SL)
5502-710	Schwerpunktseminar Steuerrecht	WP	4.	HA REF	Schwerpunktseminar Steuerrecht	S	2	6 (SL)
5101-710	Schwerpunktseminar Unternehmensbewertung, Treasury and Corporate Governance	WP	4.	HA REF	Schwerpunktseminar Unternehmensbewertung, Treasury and Corporate Governance	S	2	6 (SL)
SUMME								54



Schwerpunkte Accounting, Controlling & Taxation – Beteiligte Lehrstühle

- Lehrstuhl für Betriebswirtschaftliche Steuerlehre und Prüfungswesen
(Prof. Dr. Holger Kahle)
- Lehrstuhl für Controlling
(Prof. Dr. Anja Schwering)
- Lehrstuhl für Rechnungswesen und Finanzierung
(Prof. Dr. Dirk Hachmeister)
- Lehrstuhl für Öffentliches Recht, Finanz- und Steuerrecht
(Prof. Dr. iur. utr. Ulrich Palm)
- Lehrstuhl für Bürgerliches Recht, Handels-, Wirtschafts- und Agrarrecht
(Prof. Dr. jur. Christina Escher-Weingart)
- Lehrstuhl für Finanzwissenschaft
(Prof. Dr. Nadja Dwenger)





Julia Rombach, M.Sc.

Lehrstuhl für Betriebswirtschaftliche Steuerlehre und
Prüfungswesen (510B)

Tel.: +49 (0)711 459 – 23335

julia.rombach@uni-hohenheim.de








Sprechstunden: Bitte vereinbaren Sie einen Termin.





Better than ever! – Die neuen Schwerpunktbereiche



Accounting, Controlling and Taxation	Digital Business Management	Entrepreneurship, Innovation and Sustainability	Finance	Health Care and Public Management	Marketing	Organizational Behavior
						



DIGITAL BUSINESS MANAGEMENT

Prof. Dr. Henner Gimpel

Digital Business Management

Der Schwerpunktbereich fokussiert die Themen Digitalisierung und Digitale Transformation:

- **Prägend für die Zukunft** unserer Wirtschaft und Gesellschaft
- Am **Arbeitsmarkt** sehr gefragt

Der Schwerpunktbereich bietet eine Kombination aus BWL, Wirtschaftsinformatik und Sozialwissenschaften. In Hinblick auf Technologien liegt ein Fokus auf künstlicher Intelligenz (KI).





Digital Business Management

MODULE

1. Operations Management 1 und 2
3. Quantitative Methods in Operations Management 1 und 2
5. Logistik 1 und 2
7. Supply Chain Planning & Advanced Planning Systems 1 und 2
9. Interorganisational Negotiations
10. Integratives Wertschöpfungsmanagement
11. Digital Management: Hot Topics in Practice
12. Smart Sustainability Simulation Game (S3G)
13. Theorie, Methoden und Praxis der qualitativen Organisationsforschung
14. Ethics in AI
15. Wirtschaft, Wandel und Gesellschaft
16. Hackathon
17. Hands on Digital Management Research

Es handelt sich um die
vorläufige Modulliste.
Diese wird im SoSe
finalisiert

Zusätzlich wie in allen
Schwerpunkten 2
Schwerpunktseminare
zu belegen

Schwerpunkt Digital Business Management – beteiligte Lehrstühle (alphabetisch)

- Lehrstuhl für Beschaffung und Produktion (Prof. Dr. Schimmelpfeng)
- Lehrstuhl für Digitales Management (Prof. Dr. Gimpel)
- Lehrstuhl für Soziologie (Prof. Dr. Ruiner)
- Lehrstuhl für Supply Chain Management (Prof. Dr. Meyr)
- Lehrstuhl für Unternehmensführung (Prof. Dr. Büttgen)
- Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik und Intelligente Systeme (Prof. Dr. Schoop)





Schwerpunkt Digital Business Management – 5 Gründe für den Schwerpunkt

- 1) Aktuelle Themen aus Wirtschaft und Gesellschaft
- 2) Zukunftsweisende Themen mit großem Gestaltungsspielraum
- 3) Hohe Attraktivität für Arbeitgebende
(in nahezu jeder Studie zu gefragten Kompetenzprofilen)
- 4) Hohe Relevanz auch für die Forschung
- 5) Große Wahlmöglichkeiten für individuelle Spezialisierung
 - a. Fachliche Breite in BWL, Wirtschaftsinformatik und Sozialwissenschaften
 - b. 6 beteiligte Fachgebiete





Persönliche Ansprechpartnerin

Katharina Breiter, M.Sc.

Lehrstuhl für Digitales Management (570G)

digital@uni-hohenheim.de

Sprechstunden: Bitte vereinbaren Sie einen Termin.





Better than ever! – Die neuen Schwerpunktbereiche



Accounting, Controlling and Taxation	Digital Business Management	Entrepreneurship, Innovation and Sustainability	Finance	Health Care and Public Management	Marketing	Organizational Behavior



ENTREPRENEURSHIP, INNOVATION & SUSTAINABILITY

Prof. Dr. Andreas Kuckertz





Entrepreneurship, Innovation & Sustainability

Der Schwerpunkt Entrepreneurship, Innovation & Sustainability befähigt Studierende, innovative und unternehmerische Prozesse grundsätzlich zu verstehen, zu analysieren, praktisch zu initiieren und erfolgreich zu gestalten. Mit der Wahl dieses Schwerpunkts positionieren Sie sich als potenzieller „Game Changer“.

*Das wird möglich als Gründer*in eines Startups oder als Manager*in innovativer Projekte in etablierten Unternehmen und Organisationen. Und dies immer unter Berücksichtigung der großen Herausforderungen unserer Zeit: Nachhaltigkeit und Digitale Transformation.*





Entrepreneurship, Innovation & Sustainability

MODULE

Pflichtmodule

- Entrepreneurship
- International Innovation Management 1
- Einführung Sustainability & Change

Wahlpflicht

- International Innovation Management 2
- Entrepreneurial Marketing
- Innovation Strategy & Networks

Wahlfächer

- Qualitative Methods of Business Research
- Current Issues in Innovation Management
- Digital Management: Hot Topics in Practice
- Hands-on Digital Management Research
- Smart Sustainability Simulation Game
- Innovation Economics: Theory and Empirics
- Recent Developments in Advanced Innovation Economics
- Bewertungsverfahren der Nachhaltigkeit
- Unternehmensplanspiel Entrepreneurship
- Freier Bereich



Schwerpunkt Entrepreneurship, Innovation & Sustainability – Beteiligte Fachgebiete

- Fachgebiet Unternehmensgründungen und Unternehmertum (Prof. Dr. Andreas Kuckertz)
- Fachgebiet Innovationsmanagement (Prof. Dr. Bernd Ebersberger)
- Fachgebiet Nachhaltige Entwicklung und Wandel (Prof. Dr. Siegmund Otto)
- Fachgebiet Innovationsökonomik (Prof. Dr. Andreas Pyka)
- Fachgebiet Digitales Management (Prof. Dr. Henner Gimpel)



Kuckertz



Ebersberger



Otto



Pyka



Gimpel



Anna-Lena Rönnert, M.Sc.

Fachgebiet Unternehmensgründungen und Unternehmertum (570c)

Tel.: +49 (0)711 459 – 24827

annalena.roennert@uni-hohenheim.de

Sprechstunden: Bitte vereinbaren Sie einen Termin.





Better than ever! – Die neuen Schwerpunktbereiche



Accounting,
Controlling and
Taxation

Digital
Business
Management

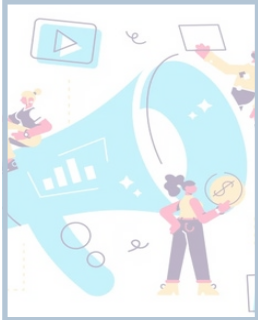
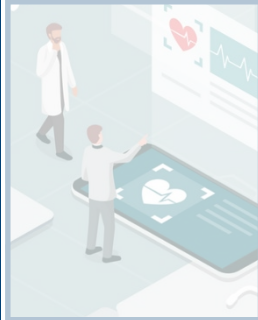
Entrepreneurship,
Innovation and
Sustainability

Finance

Health Care
and Public
Management

Marketing

Organizational
Behavior





FINANCE

Prof. Dr. Hans-Peter Burghof



Finance

Sie erwerben detailliertes und spezifisches Wissen für ausgewählte Fragestellungen im Bereich "Finance". Dieses Wissen können Sie in der Praxis zur Problemlösung in den unterschiedlichsten Anwendungsbereichen anwenden - oder auch im Rahmen einer weiterführenden wissenschaftlichen Tätigkeit an Universitäten und Forschungseinrichtungen. Unser Ziel: Studierende sowohl theoriebasiert als auch praktisch optimal auf aktuelle Herausforderungen vorzubereiten!





Schwerpunkte Finance – Vielfalt an Themen und Möglichkeiten

FINANCE (verantwortlich: Prof. Dr. Hans-Peter Burghof)

Modulcode	Modul	Verb.	empfohl. Semester	Leistung	Lehrveranstaltung	Art	SWS	Credits
5104-540	Capital Market Theory	P	2.	K	Capital Market Theory	VÜ	3	6 (PL)
5106-520	Financial Intermediation	P	2.	K	Financial Intermediation	VÜ	3	6 (PL)
5211-520	Applied Financial Econometrics	W	2 / alle 2 Jahre	K HA	Applied Financial Econometrics	VÜ	3	6 (SL)
5106-410	Economics of Strategy and the Theory of the Firm	W	1.	K	Economics of Strategy and the Theory of the Firm	VÜ	3	6 (PL)
5101-450	Treasury Management	W	1.	K	Treasury Management	VÜ	2	6 (PL)
					Business Forecasting	VÜ	2	
5101-440	Unternehmensbewertung	W	1.	K	Unternehmensbewertung	VÜ	4	6 (PL)
5303-510	Grundlagen des Risiko- und Versicherungsmanagements	W	2.	MDL ÜL	Grundlagen des Risiko- und Versicherungsmanagements	VÜ	3	6 (SL)
5106-530	Theory of Debt & Bank Lending	W	2.	K	Theory of Debt & Bank Lending	VÜ	3	6 (SL)



Schwerpunkte Finance – Vielfalt an Themen und Möglichkeiten

FINANCE (verantwortlich: Prof. Dr. Hans-Peter Burghof)

Modulcode	Modul	Verb.	empfohl. Semester	Leistung	Lehrveranstaltung	Art	SWS	Credits
5106-640	Derivatives	W	3.	K REF	Derivatives	VÜ	2	6 (PL)
5304-680	Digitale Märkte in der Finanzwirtschaft	W	3.	K	Digitale Märkte in der Finanzwirtschaft	VÜ	2	6 (SL)
5303-450	Insurance Economics	W	3.	K ÜL	Insurance Economics	VÜ	3	6 (SL)
5106-630	Portfoliomanagement	W	3.	K REF	Portfoliomanagement	VÜ	2	6 (SL)
5106-620	Trading & Exchanges	W	3.	K REF	Trading & Exchanges	V	2	6 (PL)
					Cases in Trading & Exchanges	Ü	1	
5211-740	Time Series Econometrics	W	4/ alle 2 Jahre	K	Lectures in Time Series Econometrics	V	2	6 (PL)
					Exercises in Time Series Econometrics	Ü	2	
Schwerpunktseminare (zwei Seminare sind zu wählen)								
5106-650	Schwerpunktseminar Financial Concepts and Methods	WP	3./4.	HA REF	Schwerpunktseminar Financial Concepts and Methods	S	2	6 (SL)
5104-640	Schwerpunktseminar Investments and Institutions	WP	3./4.	HA REF	Schwerpunktseminar Investments and Institutions	S	2	6 (SL)
5304-660	Schwerpunktseminar Information Systems in Finance	WP	4.	HA REF	Schwerpunktseminar Information Systems in Finance	S	2	6 (SL)
SUMME								54



Schwerpunkte Finance – Beteiligte Lehrstühle

- Lehrstuhl für Wirtschaftsmathematik und Datenwissenschaften (Prof. Dr. Thomas Dimpfl)
- Lehrstuhl für Ökonometrie und Wirtschaftsstatistik (Prof. Dr. Robert Jung)
- Lehrstuhl für Bankwirtschaft und Finanzdienstleistungen (Prof. Dr. Hans-Peter Burghof)
- Lehrstuhl für Unternehmensgründung und Unternehmertum (Kuckertz)
- Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik (Kirn)
- Lehrstuhl für Unternehmensfinanzierung (N.N.)



Dimpfl



Jung



Burghof



Kuckertz



Kirn



Schwerpunkte Finance – Wissenschaftlicher Anspruch und Relevanz

Sie als Studierende...

- erwerben ein hohes Abstraktionsvermögen und fundierte analytische Kompetenzen.
- erlangen fundierte Kenntnisse über den Aufbau und das Management von Portfolien sowie über Börsenplätze und den Handel von Finanzprodukten.
- beschäftigen sich mit Inhalten im Bereich Corporate Finance, wie M&A und Corporate Control sowie mit Strategien und Ansätzen des Risikomanagements.
- lernen Finanzinstitutionen und -märkte, aber auch deren Wechselbeziehungen und die Einflüsse auf die Gesamtwirtschaft und die Gesellschaft kennen.
- haben hervorragende und vielfältige Jobaussichten bei überdurchschnittlich attraktiven Rahmenbedingungen.

Wir als Lehrstuhl...

- bieten Ihnen einen direkten Kontakt und Austausch mit dem Lehrstuhl und eine optimale Betreuung.
- bereiten Sie optimal auf Management- und Spezialistenpositionen in Banken, Versicherungen und anderen Finanzinstituten sowie in der Realwirtschaft vor.



Julia Braun, M.A.

Lehrstuhl für Bankwirtschaft und Finanzdienstleistungen (510F)

Tel.: +49 (0)711 459 – 23283

julia.braun@uni-hohenheim.de

Sprechstunden: Bitte vereinbaren Sie einen Termin.





Better than ever! – Die neuen Schwerpunktbereiche



Accounting,
Controlling and
Taxation

Digital
Business
Management

Entrepreneurship,
Innovation and
Sustainability

Finance

Health Care
and Public
Management

Marketing

Organizational
Behavior





HEALTH CARE & PUBLIC MANAGEMENT

Prof. Dr. Christian Ernst



Health Care and Public Management

Aufgrund des demografischen Wandels, des medizinisch-technischen Fortschritts, der hohen Regulierungsdichte im Gesundheitswesen sowie rechtlicher und inhaltlicher Besonderheiten wächst der Bedarf an interdisziplinär ausgebildeten Fach- und Führungskräften im Gesundheits- und Sozialwesen. Health Care & Public Management deckt in Forschung und Lehre die zentralen Bereiche des Gesundheitsmanagements, der Gesundheitsökonomik und Krankenversicherung sowie von E-Health ab. Darüber hinaus kooperiert das Institut mit vielen (internationalen) Institutionen und Unternehmen aus dem Gesundheitsbereich.



Schwerpunkte Health Care & Public Management – Module

HEALTH CARE & PUBLIC MANAGEMENT (verantwortlich: Prof. Dr. Jörg Schiller)

Modulcode	Modul	Verb.	empfohl. Semester	Leistung	Lehrveranstaltung	Art	SWS	Credits
5301-450	Health Economics	P	1.	K	Health Economics	V	3	6 (PL)
5302-480	Management & Controlling in Health Care Organizations	P	1.	K	Management & Controlling in Health Care Organisations	VÜ	3	6 (SL)
5304-560	Gesundheitstelematik	P	2.	HA REF	Gesundheitstelematik	VS	3	6 (PL)
5303-560	Ökonomische Aspekte der Krankenversicherung	P	2.	K ÜL	Ökonomische Aspekte der Krankenversicherung	VÜ	3	6 (SL)
5106-410	Economics of Strategy and the Theory of the Firm	W	1.	K	Economics of Strategy and the Theory of the Firm	VÜ	3	6 (PL)
5302-630	Specific Topics in Health Care & Public Management	W	1.	K	Arzthaftungsrecht ¹⁾	V	2	6 (SL)
			1.		Controlling-Instrumentarium ¹⁾	V	2	
			2.		Krankenhausmanagement ¹⁾	V	2	
5302-520	Advanced Topics in Health Care Management	W	2.	K REF	Advanced Topics in Health Care Management	VS	3	6 (SL)
5301-580	Consumer Behavior & Health	W	2.	HA REF	Consumer Behavior & Health	VS	2	6 (SL)
5303-510	Grundlagen des Risiko- und Versicherungsmanagements	W	2.	MDL ÜL	Grundlagen des Risiko- und Versicherungsmanagements	VÜ	3	6 (SL)

¹⁾ Zwei der Veranstaltungen sind zu wählen.



Schwerpunkte Health Care & Public Management – Seminare

HEALTH CARE & PUBLIC MANAGEMENT (verantwortlich: Prof. Dr. Jörg Schiller)

Modulcode	Modul	Verb.	empfohl. Semester	Leistung	Lehrveranstaltung	Art	SWS	Credits
5304-540	Specific Topics in Health Care Management	W	2.	K SEM REF	Informationsmanagement im Gesundheitswesen ²⁾	V	4	6 (SL)
					Krankenhausrechnungswesen & -besteuerung ³⁾	V		
					Gesundheitswirtschaftsrecht ²⁾	V		
5302-510	Advanced Economic Evaluation	W	3.	K	Advanced Economic Evaluation	VÜ	3	6 (PL)
5303-450	Insurance Economics	W	3.	K ÜL	Insurance Economics	VÜ	3	6 (SL)
Schwerpunktseminare								
5303-620	Schwerpunktseminar Core Concepts of Health Care Management	P	2.	HA REF	Schwerpunktseminar Core Concepts of Health Care Management	S	2	6 (SL)
5302-620	Schwerpunktseminar Advanced Topics of Health Care & Public Management	P	3.	HA REF	Schwerpunktseminar Advanced Topics of Health Care & Public Management	S	2	6 (SL)
SUMME								54

²⁾ Pflichtveranstaltung

³⁾ Eine der beiden Veranstaltungen ist zu wählen.



Schwerpunkte Health Care & Public Management – Beteiligte Lehrstühle

- Lehrstuhl für Haushalts- und Konsumökonomik (Prof. Dr. Alfonso Sousa-Poza)
- Lehrstuhl für Ökonomik und Management sozialer Dienstleistungen (Prof. Dr. Christian Ernst)
- Lehrstuhl für Versicherungswirtschaft und Sozialsysteme (Prof. Dr. Jörg Schiller)
- Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik 2 (Prof. Dr. Stefan Kirn)





Schwerpunkte Health Care & Public Management – Gründe für die Wahl dieses Schwerpunkts

- Interessante und vielseitige Studieninhalte über den Kernbereich der BWL hinaus
 - Interdisziplinäre Vorbereitung auf spezifische Anforderungen des Managements medizinischer Einrichtungen bzw. im Gesundheitsbereich
- Gute Betreuungsquote mit direktem Kontakt zu Lehrstühlen, Unternehmen und internationalen Kooperationspartnern
- Exzellente Jobaussichten
 - Krisen- und zukunftsichere Branche mit großer Vielfalt an unterschiedlichen Jobs (in der Region Stuttgart oder weltweit)
 - Sehr gute Einstiegs- und Aufstiegsmöglichkeiten in sehr unterschiedlichen Bereichen (Krankenhäuser, Soziale Einrichtungen, Pharmabranche, Verbände, Krankenversicherer, Betriebliches Gesundheitsmanagement, ...)
- Zugang zu einem großen Netzwerk an Absolventen (XING Alumni Health Care)

Weitere Infos unter: www.healthcare.uni-hohenheim.de



Persönlicher Ansprechpartner

Andreas Blickle, M.Sc.

Lehrstuhl für Versicherungswirtschaft und Sozialsysteme (530C)

Tel.: +49 (0)711 459 – 22118

andreas.blickle@uni-hohenheim.de








Sprechstunden: Bitte vereinbaren Sie einen Termin.





Better than ever! – Die neuen Schwerpunktbereiche



Accounting, Controlling and Taxation	Digital Business Management	Entrepreneurship, Innovation and Sustainability	Finance	Health Care and Public Management	Marketing	Organizational Behavior
						



MARKETING

Prof. Dr. Verena Hüttl-Maack



Marketing

Der Schwerpunkt vermittelt eine **integrierte Perspektive** des Marketing, die auf klassischen theoretischen und methodischen Grundlagen fußt und gleichzeitig eine zeitgemäße State of the Art-Ausbildung sicherstellt. Die Perspektiven des **Managerial Marketing**, welche die **Unternehmensseite** repräsentiert, sowie des **Behavioral Marketing** mit einem Fokus auf das **Verbraucherverhalten** greifen dabei ineinander, um ein **ganzheitliches Verständnis** zu ermöglichen. Die enthaltenen Module lassen sich den Themenfeldern Marketing Research, Marketing Management sowie Marketinginstrumenten zuordnen.





Schwerpunkt Marketing – Beteiligte Fachgebiete

- Marketing und Business Development (Prof. Dr. Markus Voeth)
- Dienstleistungsmanagement und Dienstleistungsmärkte (Prof. Dr. Karsten Hadwich)
- Marketing und Konsumentenverhalten (Prof. Dr. Verena Hüttl-Maack)
- Unternehmensgründungen und Unternehmertum (Prof. Dr. Andreas Kuckertz)
- Innovationsmanagement (Prof. Dr. Bernd Ebersberger)





Marketing

MODULE

- Strukturgleichungsmodellierung im Marketing
- Branding
- Consumer Behavior
- Relationship Management
- Dienstleistungsmarketing
- B-to-B-Marketing und Business Development
- Verhandlungsmanagement
- Anwendungen und Methoden des Verhandlungsmanagements
- Entrepreneurial Marketing
- Qualitative Methods in Business Research



Schwerpunkt Marketing – 7 Gründe für den Schwerpunkt

- 1) Zeitgemäß aufgestellte Fächerkombination, die verschiedene Perspektiven umfasst
- 2) Vermittlung analytischer Fähigkeiten und solider Methodenkenntnisse
- 3) Praxisrelevante Zusatzqualifikationen wie Verhandlungs-Skills und empirische Forschungsmethoden
- 4) Vorbereitung auf Abschlussarbeiten sowohl mit Praxis-Fokus als auch Forschungsorientierung
- 5) Vertiefung der Inhalte in Seminarmodulen zu aktuellen Fragestellungen aus Forschung und Praxis
- 6) Exzellenz-Förderung im Marketing & Management Excellence Circle
- 7) Gute Chancen auf dem Arbeitsmarkt, denn Marketing braucht jeder – vom Startup, über Mittelstand und NGOs bis hin zum Großkonzern



Schwerpunkt Marketing – Berufsaussichten

Sie möchten in den thematisch enger gefassten Bereichen wie

- Marketing,
- Marktforschung und Customer Analytics,
- Business Development,
- Unternehmenskommunikation und Public Relations,
- Vertrieb(smanagement),
- Werbung und Media Planning oder
- Relationship Management tätig werden?

... oder auch in allgemeineren Tätigkeitsbereichen wie

- Unternehmensberatung,
- Assistenz der Geschäftsführung,
- Fundraising
- u.v.m.



Katharina Saile, M.Sc.

Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten (570E)

Tel.: +49 (0)711 459 – 24763

katharina.saile@uni-hohenheim.de

Sprechstunde: Bitte vereinbaren Sie einen Termin.





Better than ever! – Die neuen Schwerpunktbereiche



Accounting,
Controlling and
Taxation



Digital
Business
Management



Entrepreneurship,
Innovation and
Sustainability



Finance



Health Care
and Public
Management



Marketing



Organizational
Behavior



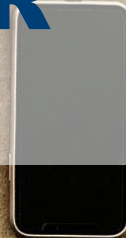


ORGANIZATIONAL BEHAVIOR

Prof. Dr. Marion Büttgen



2 3
9 10
16 17
23 24 25
30 31



Organizational Behavior

- Klar verhaltenswissenschaftliche Ausrichtung mit Fokus auf Erklärung und Steuerung von menschlichem Verhalten in Organisationen
- Thematisch breit und interdisziplinär ausgelegter Schwerpunktbereich
- Neben Akteuren mit betriebswirtschaftlichem Schwerpunkt auch Vertreter der Psychologie, Soziologie und Ethik involviert





Organizational Behavior

MODULE

- **Leadership und HRM (Hauptmodul)**
- **New Employment Relationships (Hauptmodul)**
- **Diversity in Organizations & Change Management (Hauptmodul)**
- **Behavioral Business Ethics: Ökonomie - Psychologie - Ethik (Hauptmodul)**
- Verhandlungsmanagement (Öffnung für OB)
- Anwendung und Methoden des Verhandlungsmanagements (Öffnung für OB)
- Entrepreneurship / Entrepreneurial Behavior (Öffnung für OB)
- Relationship Management (Öffnung für OB)
- Digital Management: Hot Topics in Practice (Öffnung für OB)
- Theorien, Methoden und Praxis der qualitativen Organisationsforschung (Öffnung für OB)
- International Innovation Management 1 und 2 (Öffnung für OB)
- Qualitative Methods for Business Research (Öffnung für OB)



Schwerpunkt Organizational Behavior – Beteiligte Fachgebiete

- Unternehmensführung (Prof. Dr. Marion Büttgen)
- Soziologie (Prof. Dr. Caroline Ruiner)
- Wirtschafts- und Organisationspsychologie (Prof. Dr. Ulrike Fasbender)
- Katholische Theologie und Wirtschaftsethik (Prof. Dr. Michael Schramm)
- Marketing und Business Development (Prof. Dr. Markus Voeth)
- Unternehmensgründungen und Unternehmertum (Prof. Dr. Andreas Kuckertz)
- Dienstleistungsmanagement und Dienstleistungsmärkte (Prof. Dr. Karsten Hadwich)
- Digitales Management (Prof. Dr. Henner Gimpel)
- Innovationsmanagement (Prof. Dr. Bernd Ebersberger)



Schwerpunkt Organizational Behavior – 7 Gründe für den Schwerpunkt

- 1) Menschen in Organisationen sind ein zentraler Wettbewerbsfaktor
- 2) Verhalten von Menschen verstehen und positiv beeinflussen ist elementar für alle Unternehmensbereiche
- 3) Aktuelle Erkenntnisse aus Wissenschaft und Praxis
- 4) Breites Spektrum an Managementthemen
- 5) Learning by Doing: Qualifizierung zur eigenständigen Forschung und für Managementaufgaben
- 6) Vorbereitung auf Abschlussarbeiten (empirisch wie konzeptionell)
- 7) Gute Chancen auf dem Arbeitsmarkt durch aktuelle und praxisrelevante Studieninhalte



Felix Zechiel, M.Sc.

Lehrstuhl für Unternehmensführung (570B)

Tel.: +49 (0)711 459 – 23221

felix.zechiel@uni-hohenheim.de

Erste Kontaktaufnahme bevorzugt per Mail.





Gesamtkoordination

Nina Weinmann M.A.

Lehrstuhl für Marketing & Business Development (570A)

Tel.: 0711 - 459 22911

hmm@uni-hohenheim.de

Sprechstunden: Bitte vereinbaren Sie einen Termin.





Programm

01

Teil I: Begrüßung

Professor Dr. Markus Voeth,
Studiengangsleiter der Fakultät
Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

02

Teil I: Warum der HMM?

Professor Dr. Markus Voeth,
Studiengangsleiter der Fakultät
Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

03

Teil I: Der Aufbau im Hohenheimer Management Master

Prof. Dr. Markus Voeth,
Studiengangsleiter des Hohenheimer
Management-Masters

04

Teil I: Vorstellung der Schwerpunkte im HMM

Vorgestellt durch die
Schwerpunktbereichsverantwortlichen

06

Teil II: Bewerbung und Zulassung im HMM

Nina Weinmann,
Studiengangskoordinatorin HMM





Agenda

Teil II: Bewerbung und Zulassung im Hohenheimer Management-Master





UNIVERSITÄT
HOHENHEIM

Bewerbung und Zulassung



Hohenheimer Management Master (HMM)

Bewerbung und Zulassung



AACSB Mitglied



AQAS akkreditiert seit 2013



Überblick

Zulassungsverfahren

- **Eignungsverfahren | Zugangsvoraussetzung**
- **Auswahlverfahren**
- **Studieneignungstest TM WISO und GMAT**

Ablauf der Bewerbung





Hohenheimer Management-Master – Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!



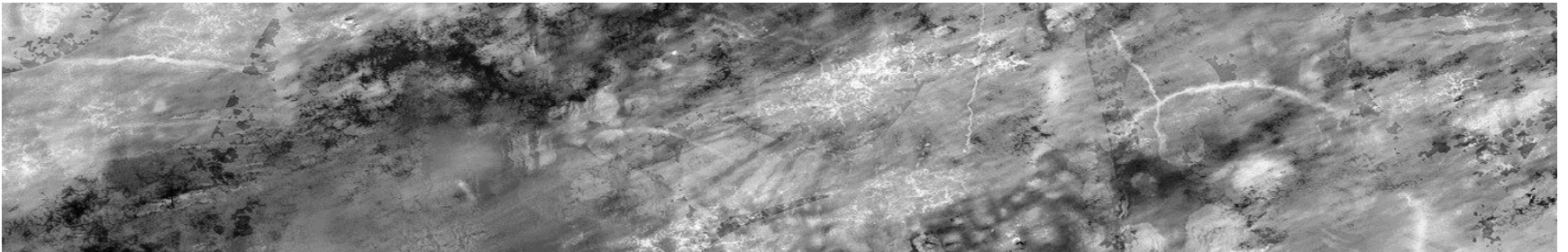
- Nächster Jahrgang zum Hohenheimer Management-Master startet zum Wintersemester 2023/24
- 250 Studienplätze
- Im vorherigen Jahr: rund 1000 Bewerbungen
- Studierende aller Hochschularten erhielten Plätze im Studiengang
- Aktuell insgesamt ca. 700 Studierende im HMM



Zulassungsverfahren

Das Zulassungsverfahren besteht aus zwei Prozessstufen:

- **(1) Eignungsverfahren / Zugangsvoraussetzungen:** Erfüllen Sie alle formalen Kriterien um zugelassen zu werden?
- **(2) Auswahlverfahren:** Ist die Bewerberanzahl höher als Studienplätze zur Verfügung stehen, findet eine Bewerberauswahl anhand von 2 Kriterien statt.





ZUGANGSVORAUSSETZUNGEN **für den Master Management**

...diese Voraussetzungen müssen Sie erfüllen ...



Eignungsverfahren | Zulassungsvoraussetzungen

Nachweis eines Hochschulabschlusses mit mindestens dreijähriger Regelstudienzeit oder eines gleichwertigen Abschlusses

- Abschlusszeugnisse können bis zum 15.12. des Zulassungsjahres nachgereicht werden
- Bis zur Bewerbungsfrist (15.06.) dürfen maximal 58 Credits aus dem Bachelorstudium fehlen

Standard-Zulassungskategorie M1

- Hochschulstudium im Bereich der Wirtschaftswissenschaften (konkret: BWL und / oder VWL Bezug)

Zulassungskategorie M3

- Hochschulstudium mit WIWI - Bezügen
- Mindestens 30 Credits mit gesundheitswissenschaftlichen Inhalten (Medizin, Pharmazie, Pflegewissenschaften)

Nachweis deutscher Sprachkenntnisse (Niveau C1)

- Wenn Hochschulzugangsberechtigung nicht an einer deutschsprachigen Schule und der erste Hochschulabschluss nicht in Deutsch absolviert wurde, ist ein Sprachnachweis über Niveaustufe C1 notwendig.

Nachweis englischer Sprachkenntnisse (Niveau B2)

- Schulfach Englisch in der Oberstufe als Nachweis ausreichend
- In allen anderen Fällen bestandener Sprachtest B2-Niveau (verschiedene Sprachtests werden akzeptiert)



AUSWAHLVERFAHREN für den Master Management

...das ist unser Vorgehen bei der Auswahl geeigneter Studierender...



Auswahlverfahren

Werden mehr Bewerbungen eingereicht, als Studienplätze zur Verfügung stehen, findet eine Bewerberauswahl statt.

Auswahlverfahren anhand folgender Kriterien:

1. **Gesamtnote des Bachelorabschlusses (60 %)**
2. **Studieneignungstest (40 %)**





Studieneignungstest – TM-WISO oder GMAT

Was ist das?

Ein Studieneignungstest prüft Fähigkeiten, die für den Erfolg eines Studiums besonders wichtig sind.

Warum stellt der Test ein Kriterium im Auswahlverfahren Master Management dar?

Objektives Instrument (alle Bewerber haben dieselben Anforderungen), ob Bewerber für ein erfolgreiches Masterstudium geeignet sind.



Weshalb sollte ich einen Eignungstest durchführen?

Mit dem Studieneignungstest (TM-WISO oder GMAT) erhöhen Sie Ihre Chance auf einen Studienplatz. Der Studieneignungstest zählt zu 40% im Auswahlverfahren. **Verzichten Sie auf einen Test, erhalten Sie für das Auswahlkriterium (2) Studieneignungstest 0 Punkte.**



Studieneignungstest – TM-WISO oder GMAT

Was ist der TM-WISO?

- standardisierter Test in deutscher oder englischer Sprache
- Onlinetest in einem Testzentrum (circa 4 Stunden) oder mit Proctoring von Zuhause aus
- kein Durchfallen möglich
- prüft mathematische, logische und sprachlich-analytische Fähigkeiten, sowie Planungs- und Organisationskompetenz
- nicht trainierbar, eine Demoversion auf Homepage des Anbieters einsehbar
- Testorte: zahlreiche in D. u.a. Waiblingen, Reutlingen, Ludwigsburg, Stuttgart, Mannheim
- Termine: auf der Homepage des Anbieters
- Kosten: rund 100 Euro

<https://itb-academic-tests.org/>

Was ist der GMAT?

- standardisierter Test in englischer Sprache (kein Sprachtest)
- Onlinetest in einem Testzentrum (circa 4 Stunden) oder mit Proctoring von Zuhause aus
- kein Durchfallen möglich
- prüft mathematische, logische und sprachlich-analytische Fähigkeiten, sowie englisches Sprachverständnis
- trainierbar
- Testorte: Frankfurt a.M., Düsseldorf, Berlin, München, Hamburg
- Termine: i.d.R. an jedem Werktag
- Kosten: rund 300 Euro

<https://www.mba.com/exams>



Studieneignungstest – TM-WISO Termine

Testtermin	Testorte	Anmeldeschluss	Ende Nachrückphase
22.04.2023	Berlin, Frankfurt a. M., Hamburg, Köln, Lübeck, Ludwigsburg, Mannheim, München, Waiblingen, Proctoring	22.03.2023, 12:00 Uhr	05.04.2023
20.05.2023	Aachen, Berlin, Frankfurt a. M., Hamburg, Köln, Lübeck, Ludwigsburg, Mannheim, München, Waiblingen, Würzburg, Proctoring	19.04.2023, 12:00 Uhr	03.05.2023
24.06.2023	Frankfurt a. M., Hamburg, Köln, Lübeck, Ludwigsburg, Mannheim, München, Waiblingen, Würzburg, Proctoring	24.05.2023, 12:00 Uhr	07.06.2023
25.11.2023	Frankfurt a. M., Hamburg, Köln, Lübeck, München, Proctoring	25.10.2023, 12:00 Uhr	08.11.2023



Ablauf der Bewerbung

Bewerbung und Zulassung HMM

Im Frühjahr

Empfehlung zur Erhöhung der Zulassungschancen: Studieneignungstest
TM WISO oder GMAT

15. Juni 2023

Bewerbungsschluss
Achtung! Alle Unterlagen müssen vollständig elektronisch eingereicht
werden. Es können keine Unterlagen nachgereicht werden (außer
Abschlusszeugnis)

Mitte Juli

Versand der Zulassungsbescheide

Mitte Oktober

Start des neuen Master-Jahrgangs



Fragen zur Bewerbung und Zulassung



Michael Feketitsch

Dekanat Fakultät WISO

hmm-bewerbung@uni-hohenheim.de



Die Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften wünscht Ihnen viel Erfolg für die Bewerbung!

Präsentation online unter: www.uni-hohenheim.de/management-master-studium





Programm

01

Teil I: Begrüßung

Professor Dr. Markus Voeth,
Studiengangsleiter der Fakultät
Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

02

Teil I: Warum der HMM?

Professor Dr. Markus Voeth,
Studiengangsleiter der Fakultät
Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

03

Teil I: Der Aufbau im Hohenheimer Management Master

Prof. Dr. Markus Voeth,
Studiengangsleiter des Hohenheimer
Management-Masters

04

Teil I: Vorstellung der Schwerpunkte im HMM

Vorgestellt durch die
Schwerpunktbereichsverantwortlichen

06

Teil II: Bewerbung und Zulassung im HMM

Nina Weinmann,
Studiengangskoordinatorin HMM





Q&A