



Masterstudiengang Management

Liebe Bewerberin, lieber Bewerber,

es freut uns sehr, dass Sie sich für unseren Masterstudiengang Management beworben und im Rahmen des Auswahlverfahrens einen Studienplatz erhalten haben. Herzlichen Glückwunsch und willkommen im Fachbereich Wirtschaft der Hochschule Mainz!

Um Ihnen bereits heute einen Überblick über das erste Fachsemester unseres Studienganges zu ermöglichen, haben wir Ihnen zu jedem der fünf Module ein Fact Sheet zusammengestellt. Dieses beinhaltet jeweils:

- die vorausgesetzten Grundkenntnisse für den Kurs,
- die individuellen Lerninhalte
- sowie Angaben zur empfohlenen Literatur.

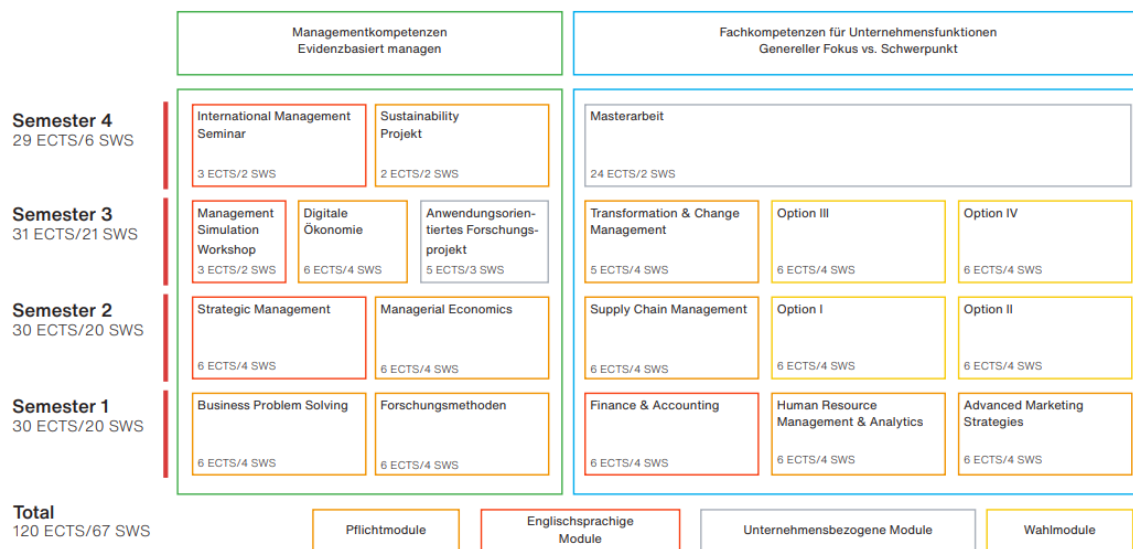


Abb. 1: Studienaufbau Master Management, Hochschule Mainz

Sie haben somit Gelegenheit, sich auf die anstehenden Module rechtzeitig einzustellen und – wenn nötig – Ihr bestehendes Grundwissen nochmals aufzufrischen.

Wir freuen uns, Sie am **Dienstag, den 17. März 2026** zur **Einführungsveranstaltung** an der Hochschule Mainz begrüßen zu dürfen und verbleiben bis dahin,

mit besten Grüßen

S. Rank

Prof. Dr. Susanne Rank, Studiengangleiterin



Fact Sheet – Advanced Marketing Strategies M.Sc. Management

1. Vorausgesetzte Grundkenntnisse zur Teilnahme am Kurs

- Fundiertes Grundlagenwissen im Marketing

2. Lerninhalte

- Customer Centricity: Definition, Bedeutung, Fallstudien zu negativen und positiven Ansätzen
- Dimensionen des internen Marketing: Marketing-Kultur und Organisationsstrukturen
- Marketing und Ethik: Ebenen, Verankerung zentraler Nachhaltigkeit-Prinzipien im Marketing
- Bedeutung von qualitativer Marktforschung und von Kenntnissen des Kundenverhaltens: Identifikation von Einstellungen und Bedürfnisstrukturen
- Bedeutung von quantitativer Marktforschung: Produkt- und Preisoptimierung mittels Conjoint-Analysen und alternativen quantitativen Methoden
- Ausgewählte Vertiefungen zu Marketingstrategien:
 - Effiziente Point-of-Sales-Strategien, insb. POS-Kommunikation und Category-Management
 - Kommunikationsstrategien, insb. Integration von klassischen und digitalen Ansätzen
- Strategische Kontrolle im Marketing: Marketing-Controlling, Marketing-Dashboards, Entwicklung und Messung von Marketing KPIs
- Marketing-Excellence in Theorie und Praxis



3. Literatur

Klaus Backhaus/Helmut Schneider: Strategisches Marketing

Daniel Baier/Michael Brusch: Conjointanalyse: Methoden - Anwendungen – Praxisbeispiele

Jochen Becker: Marketing-Konzeption

Ludwig Berekoven/Werner Eckert/Peter Ellenrieder: Marktforschung - Methodische Grundlagen und praktische Anwendung

Renate Buber/Hartmut Holzmüller: Qualitative Marktforschung: Konzepte - Methoden – Analysen

Andreas Herrmann, Christian Homburg & Martin Klarmann: Handbuch Marktforschung

Christian Homburg: Marketingmanagement: Strategie - Instrumente - Umsetzung – Unternehmensführung

Jörn Redler: Die Store Brand

(Jeweils aktuelle Ausgabe)



Fact Sheet – Business Problem Solving M.Sc. Management

1. Vorausgesetzte Grundkenntnisse zur Teilnahme am Kurs

- Grundlegendes Wissen der Betriebswirtschaftslehre und des Managements

2. Lerninhalte

- Grundlegende Schritte im Problemlösungsprozess
- Typisches Vorgehensmodell im Unternehmenskontext beim Problem Solving
- Diskussion ausgewählter Managementinstrumente zur Lösung von Business Problems wie z. B. ABC-Analyse, Nutzwertanalyse, SWOT/TOWS, Portfolio-Analyse, Szenario-Analyse
- Aufbau eines Vortrags/Berichts, Storytelling
- Datenanalyse: Gewinnung, Aufbereitung und Analyse
- Durchführung der Analysen und Erstellung eines Berichts (praktisches Projekt)
- Einführung, Präsentation und Visualisierung

3. Literatur

Paul, H./Wollny, V.: Instrumente des strategischen Managements, München, DeGruyter/Oldenbourg

Conn, C./McLean, R.: Bulletproof Problem Solving: The One Skill That Changes Everything, Hoboken, NJ, USA, Wiley

Zelasny, G.: Das Präsentationsbuch, Frankfurt, Campus

Duarte, N.: Slide:ology. Heidelberg, O'Reilly

Yau, N.: Visualize This: The Flowing Data Guide to Design, Visualization, and Statistics, Chichester, Essex, UK, John Wiley & Sons



Fact Sheet – Finance & Accounting M.Sc. Management

1. Preconditions for participation

- Decent understanding of major concepts and principles of finance, financial and management accounting and investment analysis

2. Learning Outcomes

- Introduction: Advanced Accounting Concepts
- Investment Analysis vs. Cost Accounting vs. Accrual-Based Accounting
- Principles and Methods of Financial Accounting
- Annual Financial Statements under IFRS
- Sustainability Reporting and ISSB
- Financial Statement Analysis

3. Literature

Elliott, B., Elliott, J.: Financial Accounting and Reporting, Upper Saddle River, NJ, USA (Prentice Hall)

For repetition purposes:

Alexander, D., Nobes, C.: Financial Accounting: An International Introduction, Pearson

Please bring a printed version of the IFRS to the first lecture.

Printed versions are published annually by various publishers. One of the most affordable options is typically the Wiley edition, which can be found, for example, at the following link:
<https://www.beck-shop.de/wiley-vch-international-financial-reporting-standards-ifs-2025/product/38273890>



Fact Sheet – Forschungsmethoden in der BWL M.Sc. Management

1. Vorausgesetzte Grundkenntnisse zur Teilnahme am Kurs

Kenntnisse der statistischen Methodenlehre auf Bachelorniveau, wie z.B.

- Grundbegriffe der Statistik (Merkmale, Merkmalsträger, Merkmalsausprägungen, Skalenniveaus)
- Häufigkeitsverteilung und ihre Parameter (Lageparameter, Streuungsparameter, Perzentile)
- Bivariate Analyse (Kontingenztabellen, Korrelation und Einfachregression)
- Wahrscheinlichkeitstheorie
- Zufallsvariablen und ihre Verteilung (diskret und stetig)
- Stichprobentheorie, Konfidenzintervalle und Hypothesentests
- Kenntnisse zur Marktforschung auf dem Niveau einer Grundlagenveranstaltung Marketing

2. Lerninhalte

Quantitative Forschungsmethoden (Umfang 75 %)

- Erhebungsmethoden
- Schätzmethoden
- Hypothesentests
- Regressionsanalyse (mit Fokus auf der multiplen Regressionsanalyse)

Qualitative Forschungsmethoden (Umfang 25%)

- Unterschiede zwischen qualitativer und quantitativer Forschung inkl. relevanter wissenschaftstheoretischer Bezüge
- Besonderheiten des Sampling, der Datenerhebung und der Auswertung bei qualitativer Forschung
- Designs der qualitativen Forschung
- Gütekriterien der qualitativen Forschung



3. Literatur (jeweils aktuellste Auflage nachfolgender Werke)

Quantitativer Teil:

- Anderson, D. R., D. J. Sweeney, T. A. Williams, J. D. Camm, J. J. Cochran, M. J. Fry, J. W. Ohlmann: Statistics for Business and Economics, Cengage Learning, Boston, MA, USA bzw. die europäische Adaption dieses US-Lehrbuchs
- Bley Müller, J., R. Weißbach, A. Dörre: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, Vahlen, München
- Schira, J.: Statistische Methoden der VWL und BWL, Pearson, München
- Schulze, P.M., Porath, D.: Statistik mit Datenanalyse und ökonometrischen Grundlagen, München (Oldenbourg)
- Wooldridge, J.: Introductory Econometrics: A Modern Approach, Cengage Learning, Inc, Mason, OH, USA

Qualitativer Teil:

- Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften. Springer Berlin Heidelberg.
- Eriksson, P., A. Kovalainen: Qualitative Methods in Business Research: A Practical Guide to Social Research, Sage, London
- Fahrmeir, L., C. Heumann, R. Künstler, I. Pigeot, G. Tutz: Statistik – der Weg zur Datenanalyse, Springer, Berlin
- Flick, U.: Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung. Reinbek bei Hamburg (Rowohlt)
- Mayring, P.: Einführung in die qualitative Sozialforschung. Weinheim: Beltz.
- Saunders, M., P. Lewis, Thornhill, A. Research Methods for Business Students, Harlow, Essex, UK (Pearson Education)
- Wichmann, A.: Quantitative und Qualitative Forschung im Vergleich. Berlin, Heidelberg: Springer



Fact Sheet – Human Resource Management & Analytics M.Sc. Management

1. Vorausgesetzte Grundkenntnisse zur Teilnahme am Kurs

- Grundlagen des Personalmanagements (z. B. Personal und Organisation)

2. Lerninhalte

- Strategien und Instrumente für ein evidenzbasiertes und nachhaltiges Personalmanagement entlang der „employee journey“ (z. B. Personalgewinnung, Personalauswahl, Vergütung, Personalentwicklung, Bindung)
- Psychologische Grundlagen des Personalmanagements (z. B. Persönlichkeit, Motivation, Lernen, Führung, Gesundheit, Arbeitszufriedenheit, psychologische Aspekte virtueller und hybrider Teamarbeit)
- HR & People Analytics – Grundlagen, Anwendungen, Ethik (z. B. Datenquellen und HR-IT, Anwendungen entlang der „employee journey“, rechtliche, ethische und psychologische Aspekte im Zusammenhang mit Personaldaten)
- Akademisches Schreiben, evidenzbasierte Argumentation und Präsentation

3. Literatur

Bauer, T., Erdogan, B., Caughlin, D., & Truxillo, D.: Human resource management: People, data, and analytics. Sage.

Cascio, W. F., & Aguinis, H.: Applied psychology in talent management. Sage.

Robbins, S. P., & Judge, T. A.: Organizational behavior. Pearson Education.

Jeweils neueste Auflage. Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekanntgegeben.