

Zweite Satzung zur Änderung der Studienordnung für den Master-Studiengang Management von kleinen und mittleren Unternehmen an der Hochschule Stralsund

vom 26. Januar 2026

Aufgrund von § 2 Absatz 1 in Verbindung mit § 39 Absatz 1 des Gesetzes über die Hochschulen des Landes Mecklenburg-Vorpommern (Landeshochschulgesetz – LHG M-V) in der Fassung der Bekanntmachung vom 25. Januar 2011 (GVOBl. M-V S. 18), zuletzt geändert durch Artikel 1 des Gesetzes vom 21. Juni 2021 (GVOBl. M-V S. 1018), erlässt die Hochschule Stralsund die folgende Änderungssatzung:

Artikel 1

Die Studienordnung für den Master-Studiengang Management von kleinen und mittleren Unternehmen an der Hochschule Stralsund vom 24. März 2021 (veröffentlicht auf der Homepage der Hochschule Stralsund am 25. März 2021), zuletzt geändert durch Änderungssatzung vom 27. Februar 2025 (veröffentlicht auf der Homepage der Hochschule Stralsund), wird wie folgt geändert:

1. In § 8 wird die Modulbeschreibung der Module KMUM1200, KMUM1300, KMUM1400 und KMUM1500 wie folgt neu gefasst:

Name des Moduls	KMUM1200 Entrepreneurship
Lehrveranstaltung	KMUM1200 Entrepreneurship
Inhalt	<ul style="list-style-type: none">• Kreativität und Innovation• Leitbild, Unternehmenskultur und -philosophie• Corporate Identity• Kundennutzen• Marktpotenzialanalyse und Marktbewertung• Chancen/Risiken-Analyse• Erfolgspotenziale• Standortanalyse• Produktion und Wertschöpfung• Kernkompetenzen• Marketing und Werbung• Vertrieb• Preismanagement• Umsatz- und Gewinnprognose• Cash Flow-Analyse• Betriebsorganisation & Führung

Qualifikationsziel	<p>Schlüsselqualifikationen: Diese Veranstaltung vertieft die allgemeine Methoden-, Sozial- und Kommunikationskompetenz durch die integrative, multidisziplinäre Betrachtung betriebswirtschaftlicher Elemente. Dies geschieht am Beispiel des Erkenntnisobjektes „Entrepreneurship“ und ist damit typisch für die Situation von wachstumsorientierten kleinen und mittleren Unternehmen. Die Lehrveranstaltung Entrepreneurship integriert betriebswirtschaftliche Schlüsselfunktionen: Wertschöpfungsplanung, Produktion, Marketing, Vertrieb, Kostenrechnung, Finanzplanung und Betriebsorganisation. Gerade bei kleinen und mittleren Unternehmen ist es erforderlich, dass angehende Fach- und Führungskräfte in der Lage sind, ganzheitlich zu Denken und zu handeln. Insofern werden in dieser Lehrveranstaltung unterschiedliche betriebswirtschaftliche Funktionsbereiche holistisch zu einem zielführenden Ganzen zusammengeführt. Damit wird das Ziel einer generalistisch geprägten betriebswirtschaftlichen Ausbildung verfolgt.</p> <p>Fachkompetenzen: Die Studierenden werden in die Lage versetzt, betriebswirtschaftliche Methoden und Instrumente aus unterschiedlichen Funktionsbereichen lösungsorientiert einzusetzen. Diese Lehrveranstaltung führt Studierende somit durch alle relevanten betriebswirtschaftlichen Facetten, die ein erfolgreicher Unternehmer beherrschen muss. Die Veranstaltung vermittelt die erforderlichen Fach- und</p> <p>Methodenkompetenzen ebenso wie Sozialkompetenzen. Dies heißt, dass Studierende erlernen, wie ein Geschäftsplan systematisch so erarbeitet wird, dass er einem potenziellen Kreditgeber vorgelegt werden könnte. Gleichzeitig werden verhaltensspezifische Aspekte wie etwa erfolgreiches Präsentieren, überzeugendes Argumentieren und sicheres Verhandeln trainiert, sofern die Gruppengröße dies erlaubt. Mehrere ehemalige Teilnehmer dieses Kurses haben sich mittlerweile selbständig gemacht und/oder an Business Plan-Wettbewerben erfolgreich teilgenommen.</p>
Lehr- und Lernformen	<ul style="list-style-type: none"> • Seminaristischer Unterricht mit Vorträgen • interaktive Vorlesungen mit Gruppenarbeiten, Diskussionen, Rollenspielen, Fallstudien • Vorträge aus der Praxis • Online-Kurse (e-Learning Plattform) • Video Tutorials
Voraussetzung für Teilnahme	keine
Verwendbarkeit	In betriebswirtschaftlichen Master-Studiengängen
Dauer	ein Semester
Angebotsturnus	jedes Sommersemester
Arbeitsaufwand	150 Stunden
Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte
Form und Umfang der Prüfung	Projektarbeit 4000 Wörter mit Präsentation
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	alle zugelassenen Master Studierenden in KMU

Name des Moduls	KMUM1300 Unternehmens- & Personalführung
Lehrveranstaltung	KMUM1310 Human Resource Management
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Demographische Entwicklung • Methoden der Mitarbeitergewinnung • Mitarbeitermotivation • Maßnahmen zur Mitarbeiterbindung • Work-Life-Balance Konzepte • Employer Branding
Qualifikationsziel	Erkennen, dass Mitarbeitergewinnung, Mitarbeitermotivation und Mitarbeiterbindung wichtige Grundlagen für die zukünftige Entwicklung von KMU sind. Erkennen, warum Work-Life-Balance Konzepte und Employer Branding Maßnahmen insbesondere für KMU aufgrund der demografischen Entwicklung wichtig sind und wissen, wie sie umgesetzt werden können.
Lehr- und Lernformen	Seminaristischer Unterricht mit Vorträgen, Projekt- und Gruppenarbeiten, Vorträge aus der Praxis, Gruppenarbeit und Diskussionen
Voraussetzung für Teilnahme	keine
Verwendbarkeit	In betriebswirtschaftlichen Master-Studiengängen
Dauer	ein Semester
Angebotsturnus	jedes Wintersemester
Arbeitsaufwand	75 Stunden
Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte im gesamten Modul
Form und Umfang der Prüfung	anteilig, Projektarbeit 2000 Wörter mit Präsentation
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	alle zugelassenen Master Studierenden in KMU
Name des Moduls	KMUM1300 Unternehmens- & Personalführung
Lehrveranstaltung	KMUM1320 Veränderungsmanagement & Führung
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Strategie, Struktur, Technologie und Kultur als strategische Aktionsparameter der Unternehmensführung • Wettbewerbs-, Wachstums- und Kompetenz-Markt-Strategien • Externe und interne Treiber des unternehmerischen Wandels • Ziele und Aktionsparameter von Veränderungsmaßnahmen in KMU • Formen, Hemmnisse, Erfolgs- und Misserfolgskriterien des Wandels • Ausgewählte aktionsparameterbezogene Change-Management-Ansätze
Qualifikationsziel	<p>Fachkompetenz:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden erkennen, dass zunehmende Wirtschaftsdynamik und Wettbewerbsintensität Veränderungen in KMU hervorrufen, die vom Management mit Instrumenten der personal- und sachbezogenen Führung zu bewältigen sind. • Die Studierenden sind in der Lage, die vier strategischen Aktionsparameter der Unternehmensführung als interdependent zu begreifen und Gestaltungsoptionen des strategischen, organisatorischen, technologischen und kulturellen Wandels zu entwickeln. • Die Studierenden kennen nicht nur mit dem Wandel einhergehende Herausforderungen, sondern auch Ansätze und Instrumente, um eine Transformation in KMU erfolgreich zu meistern.

	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden werden zusätzlich für die große Bedeutung von Kommunikationsfähigkeiten und Konfliktmanagement bei unternehmerischen Entscheidungen sensibilisiert. <p>Schlüsselqualifikationen:</p> <ul style="list-style-type: none"> Es wird das eigenständige Anfertigen wissenschaftlicher Arbeiten trainiert. Die Studierenden werden zur wissenschaftlichen Literaturrecherche befähigt und sind in der Lage, verschiedene Wissensbereiche miteinander zu verknüpfen und wissenschaftliche Fragestellungen strukturiert zu bearbeiten. Die Veranstaltung ist insofern eine wichtige Vorbereitung für die Abschlussarbeit. Darüber hinaus werden die Studierenden in ihrer wissenschaftlichen Diskussionsfähigkeit trainiert, d.h. in die Lage versetzt, Standpunkte zu kommunizieren und zu vertreten, abweichende Ansichten zu reflektieren und konstruktiv zu kritisieren sowie mit der Kritik anderer umzugehen.
Lehr- und Lernformen	seminaristischer Unterricht mit Vorträgen von Studierenden, Fallstudien und Diskussionen
Voraussetzung für Teilnahme	keine
Verwendbarkeit	In betriebswirtschaftlichen Master-Studiengängen
Dauer	ein Semester
Angebotsturnus	jedes Wintersemester
Arbeitsaufwand	75 Stunden
Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte im gesamten Modul
Form und Umfang der Prüfung	anteilig, Präsentation 30 Minuten
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	alle zugelassenen Master Studierenden in KMU

Name des Moduls	KMUM1400 Leistungserstellung & Wertschöpfung
Lehrveranstaltung	KMUM1410 Supply Chain Management
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> Ziele im Supply Chain Management (SCM) Rolle und Besonderheiten des SCM in KMU Beer Simulation Game Der Wert von Informationen Integration der Supply Chain Kooperationsmodelle Information Technology und Digitalisierung in der SCM Internationale Aspekte des SCM
Qualifikationsziel	<ul style="list-style-type: none"> Analyse der Bedeutung von Wertschöpfungsdisziplinen Produktionsmanagement und Supply Chain Management für KMU Vertiefung von Fachkompetenzen in zentralen Wertschöpfungsdisziplinen Vertiefung analytischer Kompetenzen zur Übertragung fachspezifischen Wissens auf die Eignung bei KMU Erarbeitung von Analysen und Handlungsempfehlungen in Teamstrukturen Training kommunikativer Kompetenzen und selbständiger Recherchearbeit <p>Schlüsselqualifikationen:</p> <ul style="list-style-type: none"> Selbstständige Erstellung und Präsentation individualisierter Arbeitsmaterialien

	<ul style="list-style-type: none"> • Schärfung von Teamkompetenzen
Lehr- und Lernformen	Vorlesungen mit Gruppenarbeit, seminaristischer Unterricht, Fallstudienanalysen und Übungen, ggfls. Planspiele
Voraussetzung für Teilnahme	keine
Verwendbarkeit	In betriebswirtschaftlichen Master-Studiengängen
Dauer	ein Semester
Angebotsturnus	jedes Sommersemester
Arbeitsaufwand	75 Stunden
Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte im gesamten Modul
Form und Umfang der Prüfung	Projektarbeit 4000 Wörter mit Präsentation (gesamtes Modul)
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	alle zugelassenen Master Studierenden in KMU
Name des Moduls	KMUM1400 Leistungserstellung & Wertschöpfung
Lehrveranstaltung	KMUM1420 Produktionsmanagement
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Ziele des Produktionsmanagements • Bedeutung des Produktionsmanagements in KMU • Ausgewählte Methoden zur Planung und Organisation der Produktion • Besonderheiten der internationalen Produktion bei KMU • Vertiefte Analyse ausgewählter Themen des Produktionsmanagements, z.B. • Organisation der Produktion • Lean Production • Nachhaltigkeit in der Produktion • Qualitätsmanagement • Digitalisierung in der Produktion
Qualifikationsziel	<ul style="list-style-type: none"> • Analyse der Bedeutung von Wertschöpfungsdisziplinen Produktionsmanagement und Supply Chain Management für KMU • Vertiefung von Fachkompetenzen in zentralen Wertschöpfungsdisziplinen • Vertiefung analytischer Kompetenzen zur Übertragung fachspezifischen Wissens auf die Eignung bei KMU • Erarbeitung von Analysen und Handlungsempfehlungen in Teamstrukturen • Training kommunikativer Kompetenzen und selbständiger Recherchearbeit <p>Schlüsselqualifikationen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selbstständige Erstellung und Präsentation individualisierter Arbeitsmaterialien • Schärfung von Teamkompetenzen
Lehr- und Lernformen	Vorlesung, Gruppenarbeiten, Fallstudienanalyse, eigenständiges wissenschaftliches Arbeiten, ggfls. Planspiel
Voraussetzung für Teilnahme	keine
Verwendbarkeit	In betriebswirtschaftlichen Master-Studiengängen
Dauer	ein Semester
Angebotsturnus	jedes Sommersemester
Arbeitsaufwand	75 Stunden
Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte im gesamten Modul
Form und Umfang der Prüfung	Projektarbeit 4000 Wörter mit Präsentation (gesamtes Modul)
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	alle zugelassenen Master Studierenden in KMU

Name des Moduls	KMUM1500 Marketing und Vertrieb
Lehrveranstaltung	KMUM1510 Vertriebsplanung und Verkauf
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Customer Journey • Touchpoint-Analyse • Vertriebskanäle • Sales Pipeline • Conversion Management • Verhandlungsführung • interkultureller Vertrieb
Qualifikationsziel	<p>Die Lehrveranstaltung vermittelt Studierenden Fach- und Methodenkompetenzen im Bereich der Vertriebsplanung und -organisation für kleine und mittlere Unternehmen. Kennzeichnend sind unter anderem direkte Kundenbeziehungen sowie eingeschränkte Vertriebs-Budgets. Vor diesem Hintergrund vermittelt die Lehrveranstaltung jene Kompetenzen, die Studierende befähigen, die Wettbewerbsfähigkeit kleiner und mittlerer Unternehmen trotz Ressourcenknappheit im Vertriebsbereich sicherzustellen. Dies geschieht durch Kenntnisse des Ausnutzens vertrieblicher Akquisitionspotenziale. Studierende sind in der Lage...</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kundenbedürfnisse im Direktkontakt mit Opportunities zu analysieren (SPIN-Model) • die Vertriebspipeline zu analysieren und zu gestalten • die Customer Journey inhaltlich zu gestalten • Lead-Management zu organisieren • KPIs für den Vertrieb zu entwickeln und zu interpretieren • die Verkaufsgesprächsführung inhaltlich zu gestalten und zu strukturieren • interkulturelle Aspekte im persönlichen Verkauf zu berücksichtigen
Lehr- und Lernformen	<ul style="list-style-type: none"> • Seminaristischer Unterricht mit Vorträgen • interaktive Vorlesungen mit Gruppenarbeiten, Diskussionen, Rollenspielen, Fallstudien • Vorträge aus der Praxis • Online-Kurse (e-Learning Plattform) • Video Tutorials
Voraussetzung für Teilnahme	keine
Verwendbarkeit	In betriebswirtschaftlichen Master-Studiengängen
Dauer	ein Semester
Angebotsturnus	jedes Wintersemester
Arbeitsaufwand	75 Stunden
Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte im gesamten Modul
Form und Umfang der Prüfung	anteilig, Klausur 1 Stunde
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	alle zugelassenen Master Studierenden in KMU

Name des Moduls	KMUM1500 Marketing und Vertrieb
Lehrveranstaltung	KMUM1520 Mittelstandsmarketing
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Markt- und Marketingforschung • Analyse von Marktstrukturen und Dynamik • Zielgruppenanalyse in B2B und B2C (Segmentierung, Buyer Personas, Buying Centre) • Portfolio-Management und SWOT-Analyse für KMU • Strategisches Mittelstandsmarketing; engpasskonzentrierte Strategie • Marketing-Mix für KMU • Online-Marketing und Affiliate Marketing • Social Media Marketing • Monitoring und Performance Measurement (Marketing-Controlling) • Internationales Marketing
Qualifikationsziel	<p>Die Lehrveranstaltung vermittelt Studierenden Fach- und Methodenkompetenzen im Bereich der Besonderheiten des Marketings für kleine und mittlere Unternehmen. Kennzeichnend sind unter anderem direkte Kundenbeziehungen sowie eingeschränkte Marketing-Budgets für Kampagnen und Marketing-Aktivitäten. Vor diesem Hintergrund vermittelt die Lehrveranstaltung jene Kompetenzen, die Studierende befähigen, die Wettbewerbsfähigkeit kleiner und mittlerer Unternehmen trotz Ressourcenknappheit sicherzustellen. Studierende sind in der Lage...</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Unternehmens- und Marktsituation auf Grundlage moderner betriebswirtschaftlicher Planungs- und Analyseinstrumente darzustellen und zu bewerten • Handlungsoptionen für das strategische Marketing und den Marketing-Mix abzuleiten • Marketingaktivitäten erfolgskritisch zu hinterfragen und zu steuern (Marketing-Controlling) • ganzheitliche Lösungen zur Bewältigung von Herausforderungen an das Marketing zu entwickeln • die Möglichkeiten neuer Technologien (Digitalisierung) für das Marketing zu nutzen • vor dem Hintergrund einer möglichen Internationalisierung interkulturell zu denken (Portfolio-, SWOT Analyse).
Lehr- und Lernformen	<ul style="list-style-type: none"> • Seminaristischer Unterricht mit Vorträgen • interaktive Vorlesungen mit Gruppenarbeiten, Diskussionen, Rollenspielen, Fallstudien • Vorträge aus der Praxis • Online-Kurse (e-Learning Plattform) • Video Tutorials
Voraussetzung für Teilnahme	keine
Verwendbarkeit	In betriebswirtschaftlichen Master-Studiengängen
Dauer	ein Semester
Angebotsturnus	jedes Wintersemester
Arbeitsaufwand	75 Stunden
Leistungspunkte	5 ECTS-Punkte im gesamten Modul
Form und Umfang der Prüfung	anteilig, Klausur 1 Stunde
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	alle zugelassenen Master Studierenden in KMU

2. Anlage 4 wird zugefügt mit folgendem Titel: „Anlage 4 – Studienplan Management von KMU ab Wintersemester 2026/27.“ Anlage 4 erhält die aus dem Anhang I ersichtliche Fassung.

Artikel 2

1. Diese Änderungssatzung tritt nach ihrer Veröffentlichung auf der Homepage der Hochschule Stralsund in Kraft.
2. Diese Änderungssatzung gilt ab dem Wintersemester 2026/27 für alle Studierenden, für die die Studienordnung für den Master-Studiengang Management von kleinen und mittleren Unternehmen an der Hochschule Stralsund vom 24. März 2021 Anwendung findet.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Senats der Hochschule Stralsund vom 16. Dezember 2025 und der Genehmigung des Rektors vom 26. Januar 2026.

Stralsund, den 26. Januar 2026

**Der Rektor
der Hochschule Stralsund,
University of Applied Sciences,
Prof. Dr. Ralph Sonntag**

Veröffentlichungsvermerk:

Diese Satzung wurde am 27.01.2026 auf der Homepage der Hochschule Stralsund veröffentlicht.

Anhang I zu Artikel 1 Nr. 2

Anlage 4 – Studienplan Management von KMU ab Wintersemester 2026/27

Studienplan (Erstimmatrikulation)							Immatrikulation im Sommersemester			
							1. Sem.	2. Sem.	3. Sem.	
							Immatrikulation im Wintersemester			
							2. Sem.	1. Sem.	3. Sem.	
Modul – Code	Modul	Dozenten	ECTS	LV- Code	Lehrveranstaltung	SWS	Prüfung		LV-Art	
KMUM1000	Steuer- und Wirtschaftsrecht	Danker	5	KMUM1010	Wirtschaftsrecht: Wirtschaftsprivatrecht / öffentliches Wirtschaftsrecht	2	K3		VÜ	
		Niehus		KMUM1020	Rechtsformwahl und Steuern	2			VÜ	
KMUM1100	Familienunternehmen	Ehrhardt	5	KMUM1110	Familienunternehmen	2	P30M + D750W + K45M		LS	
		Engel		KMUM1120	Mittelstandsökonomie	2			VÜ	
KMUM1200	Entrepreneurship	Auerbach	5	KMUM1200	Entrepreneurship	4			PA(4000W+P)	VS
KMUM1300	Unternehmens- & Personalführung	Mohrenweiser	5	KMUM1310	Human Resource Management		2		P30M +	S
		Rollberg		KMUM1320	Veränderungsmanagement und Führung		2		PA(2000W+P)	S
KMUM1400	Leistungserstellung & Wertschöpfung	WS10	5	KMUM1410	Supply Chain Management	2			PA(4000W+P)	VÜ
		WS10		KMUM1420	Produktionsmanagement	2				VÜ
KMUM1500	Marketing & Vertrieb	Auerbach	5	KMUM1510	Vertriebsplanung & Verkauf		2		K2	VS
		Auerbach		KMUM1520	Mittelstandsmarketing		2			VÜ
KMUM1600	Finance	Ehrhardt	5	KMUM1610	Financial Engineering für Wachstumsmärkte		2		D6000W	VÜ
		Kennes		KMUM1620	Mathematik der Finanzmärkte		2			VÜ
KMUM1700	Business Intelligence	Verbarg	5	KMUM1710	Analytische Informationssysteme		2		K1 mit EA60h	SÜ
		WS24		KMUM1720	Methoden des Datamining		2			VÜ
KMUM1800	Rechnungswesen & Controlling	Tramm	5	KMUM1810	Controlling		2		K2	VÜ
		Rollberg		KMUM1820	Sonderbilanzen: von der Gründungs- bis zur Liquidationsbilanz		2			VÜ
KMUM1900	Wahlpflichtfach: Spezielle Fachkompetenzen (2 LVen á 2 SWS gemäß Angebot, mindestens 4 Angebote)	Ehrhardt	2,5	KMUM1910	Entrepreneurial Finance	2			D3000W	VS
		Noack	2,5	KMUM1920	Online-Strategien	2			PA(2000W+P)	VS
		Tramm / Rollberg	2,5	KMUM1930	Unternehmensberatung	2			P30M	SÜ
		Sieven	2,5	KMUM1940	Internationale Unternehmensbesteuerung	2			K1	VS
		Rollberg	2,5	KMUM1960	Internationale Rechnungslegung	2			K1	VS
		Diverse	2,5	KMUM1970	Aktuelle Themen von KMU I	2			K1	VS
KMUM2000	Wissenschaft und Praxis (aus wechselndem Katalog)		5	KMUM2010	Projekt SoSe - Wahlpflicht	2			EA90h	Lab
			5	KMUM2020	Projekt WiSe - Wahlpflicht		2		EA90h	Lab
KMUM3000	Master-Thesis, Masterseminar und Kolloquium		30	KMUM3010	Master-Seminar			2	D750W + P22,5M	S
				KMUM3020	Master-Thesis			15 Wo.		
				KMUM3030	Kolloquium					
SWS pro Sem.						22	22	2		
ECTS pro Sem.						30	30	30		
SWS pro Studiengang	46									
ECTS pro Studiengang	90									

LV-Art: V=Vorlesung; Ü=Übung; S=Seminar; Lab=Laborübung

Prüfung: K1 = Klausur 1 Stunde; K2 = Klausur 2 Stunden; K3 = Klausur 3 Stunden; EA = Experimentelle Arbeiten; D = Dokumentation; P = Präsentation; PA = Projektarbeit;

W = Wörter; M = Minuten; h = Stunden; LV = Lehrveranstaltung