

MODULHANDBUCH

MASTERSTUDIENGANG
**BUSINESS ADMINISTRATION FÜR
NICHT-WIRTSCHAFTSWISSEN-
SCHAFTLER M.SC.**

Inhalt

Semester 1

Personalmanagement: Personalmanagement & Organisation/ Unternehmensprojekt Personalmanagement & Organisation	4
Economic framework for entrepreneurial decisions.	6
Grundlagen & Methoden der BWL	8
Kosten- & Leistungsrechnung	10
Rechtliche Rahmenbedingungen unternehmerischer Entscheidungen	12

Semester 2

Forschungsmethoden in der BWL	15
Investition & Finanzierung	18
Marketing: Marketing / Unternehmensprojekt Marketing	20
Supply Chain Management	22
Rechnungslegung	24
Projektmanagement	26

Semester 3

Unternehmensplanspiel	28
Strategic Management	30
Entwicklung von Führungskompetenz	32
Digitale Ökonomie	34
Controlling: Controlling / Unternehmensprojekt Controlling	36

Semester 4

International Exkursion and Management Seminar.	38
Wissenschaftliches Arbeiten in der Praxis.	40
Masterarbeit	42

STUDIENSTRUKTUR: BUSINESS ADMINISTRATION M.SC. VOLLZEIT

BEGINN IN GERADEN JAHREN

SEMESTER 4 30ECTS/6SWS	Int. Excursion & Management Seminar 3 ECTS/2 SWS	Wissenschaftl. Arbeiten in der Praxis 3 ECTS/2 SWS	Masterarbeit 24 ECTS/2 SWS					
			DIENSTAG		MITTWOCH	DONNERSTAG		
			13:30-16:45 UHR	17:00-20:15 UHR	17:00-19:30 UHR	13:30-16:45 UHR	17:00-20:15 UHR	
SEMESTER 3 30ECTS/19SWS	Unternehmensplan- spiel (Blockwoche) 6 ECTS/3 SWS	Entwicklung von Führungskompetenz 6 ECTS/4 SWS	Strategic Management 6 ECTS/4 SWS			Digitale Ökonomie 6 ECTS/4 SWS	Controlling** 6 ECTS/4 SWS	Untern.projekt Controlling
SEMESTER 2 30ECTS/20SWS		Investition & Finan- zierung 6 ECTS/4 SWS	Forschungsmetho- den der BWL 6 ECTS/4 SWS	Marketing** 6 ECTS/4 SWS	Rechnungs- legung 3 ECTS/2 SWS	Projekt- management 3 ECTS/2 SWS	Supply Chain Management 6 ECTS/4 SWS	Untern.projekt Marketing
SEMESTER 1 30ECTS/19SWS		Econ. framework for entrepreneurial decisions 6 ECTS/4 SWS	Personalmanage- ment & Organisation ** 6 ECTS/4 SWS	Grundlagen & Methoden der BWL* 6 ECTS/3 SWS	Rechtliche Rahmenbed. untern. Entscheidungen 6 ECTS/4 SWS		Kosten- & Leistungsrechnung 6 ECTS/4 SWS	Untern. projekt Personalmgmt. & Organisation
TOTAL 120ECTS/64SWS			UNTERNEHMENSBEZOGENE MODULE	ERGÄNZENDE DISZIPLINEN	FOKUSBEREICH WIRTSCHAFTSWISSENSCHAFTEN	MASTERARBEIT		

* bestehend aus Grundlagen der BWL & Planspiel (2 SWS) und Accounting (1 SWS)

** Vorlesung 3 SWS + 1 SWS für Unternehmensprojekt

STUDIENSTRUKTUR: BUSINESS ADMINISTRATION M.SC. VOLLZEIT

BEGINN IN UNGERADEN JAHREN

SEMESTER 4 30ECTS/6SWS	Int. Excursion & Management Seminar 3 ECTS/2 SWS	Wissenschaftl. Arbeiten in der Praxis 3 ECTS/2 SWS	Masterarbeit 24 ECTS/2 SWS					
			DIENSTAG		MITTWOCH	DONNERSTAG		
			13:30-16:45 UHR	17:00-20:15 UHR	17:00-19:30 UHR	13:30-16:45 UHR	17:00-20:15 UHR	
SEMESTER 3 30ECTS/19SWS	Unternehmensplan- spiel (Blockwoche) 6 ECTS/3 SWS	Strategic Management 6 ECTS/4 SWS	Entwicklung von Führungskompetenz 6 ECTS/4 SWS			Controlling** 6 ECTS/4 SWS	Digitale Ökonomie 6 ECTS/4 SWS	Untern.projekt Controlling
SEMESTER 2 30ECTS/20SWS		Forschungsmetho- den der BWL 6 ECTS/4 SWS	Investition & Finan- zierung 6 ECTS/4 SWS	Marketing** 6 ECTS/4 SWS	Supply Chain Management 6 ECTS/4 SWS	Rechnungs- legung 3 ECTS/2 SWS	Projekt- management 3 ECTS/2 SWS	Untern.projekt Marketing
SEMESTER 1 30ECTS/19SWS		Personalmanage- ment & Organisation ** 6 ECTS/4 SWS	Econ. framework for entrepreneurial decisions 6 ECTS/4 SWS	Grundlagen & Methoden der BWL* 6 ECTS/3 SWS	Kosten- & Leistungsrechnung 6 ECTS/4 SWS	Rechtliche Rahmenbed. untern. Entscheidungen 6 ECTS/4 SWS		Untern. projekt Personalmgmt. & Organisation
TOTAL 120ECTS/64SWS			UNTERNEHMENSBEZOGENE MODULE	ERGÄNZENDE DISZIPLINEN	FOKUSBEREICH WIRTSCHAFTSWISSENSCHAFTEN	MASTERARBEIT		

* bestehend aus Grundlagen der BWL & Planspiel (2 SWS) und Accounting (1 SWS)

** Vorlesung 3 SWS + 1 SWS für Unternehmensprojekt

Semester 1					
Personalmanagement: Personalmanagement & Organisation/ Unternehmensprojekt Personalmanagement & Organisation					
Kennnummer	Workload	ECTS Punkte	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
60102	180 h	6	1	Jährlich	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Norbert Rohleder					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße	
	Personalmanagement & Organisation	45 h	80 h	30 Studierende	
	Unternehmensprojekt Personalmanagement & Organisation	15 h	40 h	10 Studierende	
2	<p>Teilmodul Personalmanagement & Organisation</p> <p>Die Studierenden gewinnen einen tiefergehenden Überblick über die wichtigen Funktionen und Aufgabenbereiche des Personalmanagement. Sie verstehen den Employee-Life-Cycle, analysieren bedeutende Konzepte des Personalmanagements und wenden diese in Fallbeispielen an. Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden darüber hinaus die ganzheitliche Bedeutung des Employer Brandings und des Talent-Managements in ihren strategischen Zusammenhängen und Wirkungen internalisiert. Sie kennen die operativen und strategischen Instrumente und können diese selbstständig anwenden. Die Studierenden kennen weiterhin die Grundlagen der Aufbau- und Ablauforganisation, insbesondere im Hinblick auf die Organisation des Personalmanagements.</p> <p>Durch schriftliche Ausarbeitungen verknüpfen die Studierenden ihre erlernten theoretischen Erkenntnisse mit Praxisbeispielen aus Unternehmen und sind in der Lage, aktuelle Trends und Begrifflichkeiten des Personalmanagements zu definieren und einzuordnen. Durch Teampäsentationen trainieren sie ihre rhetorischen Fertigkeiten der Sozialkompetenz, Zuhörer von ihrem Konzept zu überzeugen.</p> <p>Teilmodul Unternehmensprojekt Personalmanagement & Organisation</p> <p>Die Studierenden bearbeiten eigenständig eine betriebliche Problemstellung aus dem Modul Personalmanagement & Organisation und wenden fachspezifische Konzepte und Instrumente zur Entwicklung eines umsetzungsfähigen Lösungsansatzes an.</p> <p>Gemäß § 4, Abs. 1 der Fachprüfungsordnung sind in der Regelstudienzeit von vier Semestern 450 Stunden enthalten, die für die Bearbeitung von Unternehmensprojekten gemäß § 24 Abs. 1, 4 der Allgemeinen Prüfungsordnung genutzt werden müssen. Ob diese Stunden im Bereich Personalmanagement & Organisation, Marketing oder Controlling geleistet werden, obliegt dem / der Studierenden und ist mit dem jeweiligen Betreuer abzustimmen.</p>				

3	<p>Inhalte</p> <p>Teilmodul Personalmanagement & Organisation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unternehmerische Personalpolitik • Organisation des Unternehmensbereichs Human Resources • Demografische Entwicklung • Rekrutierung von Mitarbeitern • Employer Branding • Personalentwicklung und Talentmanagement - strategisches HR Management • Persönlichkeitsdiagnostik • Kommunikation und Kommunikationsverhalten in Gruppen • Reflexion des eigenen Führungsverhaltens • Strukturen der Aufbau- und Ablauforganisation; Organisation des Personalmanagements <p>Teilmodul Unternehmensprojekt Personalmanagement & Organisation</p> <p>Inhalte abhängig von der Themenstellung.</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil statt und beinhaltet Übungen, Kleingruppenarbeiten, Diskussions- und Präsentationselemente.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Grundkenntnisse des Personalmanagements</p>
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>Ggf. Anwesenheitspflicht bei Teampräsentationen, siehe Beschreibungen im Syllabus</p>
7	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (50%) und Präsentation (mit Hausarbeit) (50%)</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>–</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>6/114</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur</p> <p>Scholz, C.: Personalmanagement. Oldenbourg Schreyögg, G.: Organisation. Grundlagen moderner Organisationsgestaltung. Mit Fallstudien. Gabler.</p> <p>Jeweils aktuelle Auflage.</p>

Economic framework for entrepreneurial decisions					
Module Code	Workload	ECTS	Semester	Frequency	Duration
60155	180 h	6	1	Annually	One semester
Module Owner(s)					
Prof. Dr. Axel Freudenberger					
1	Module Owner	Class Contact Hours	Private Study Hours	Planned Group Size	
	Economic framework for entrepreneurial decisions	60 h	120 h	30 Students	
2	<p>Learning Outcomes</p> <p>The students recognize the essential economic coordination mechanisms of a market economy. They capture which entrepreneurial activity is integrated into the economic policy framework and describe which entrepreneurial activity influences the political and social environment. They learn to differentiate between the objectives of businesses and macroeconomic policy objectives, and to systematically deduce existing harmonies and conflicts. They compare and discuss the national, international, and supranational actors of economic policy. They learn to analyze the fundamental instruments of fiscal and monetary policy in a theoretical framework and to apply them to current questions of economic policy.</p> <p>Competences</p> <p>During the course, exercises or case studies will be given to small groups to be solved on the basis of various analytical frameworks. The results have to be presented and have to stand up to a critical discussion. In addition, the students develop an economically structured and motivated level of argumentation, they improve their competences to work in a team and to use the English language</p>				
3	<p>Contents</p> <ul style="list-style-type: none"> • Methodical principles and the principles of economic activity, economic systems and entrepreneurship. • Competition and the regulatory framework. • The market system: supply and demand; the measurement of supply and demand changes with the help of elasticities. • The limits of the market: external effects and asymmetric information as examples of market failure; Government regulation as a means to potentially increase efficiency. • Coordination of supply and demand by price-mechanism as a function of market structure: insights into cost theory and its application in the competition policy of Germany and the EU. • Fundamental macroeconomic policy in Europe: the role of monetary and fiscal policy in the European Union, especially in the eurosystem. 				
4	<p>Teaching Forms</p> <p>Combination of lectures and exercises in the style of a seminar.</p>				
5	<p>Prerequisites</p> <p>/</p>				
6	<p>Rules of Attendance</p> <p>Regular attendance is recommended and considered as a matter of course in the first lecture.</p>				

7	<p>Form and Scope of Assessment</p> <p>Written exam (120 minutes)</p>
8	<p>Requirements for Credit Awards</p> <p>Passed exam</p>
9	<p>Use of Module in other Master Programs</p> <p>/</p>
10	<p>Relative Weight of the Module for Final Grade</p> <p>6/114</p>
11	<p>Further Information / Literature</p> <p>Mankiw, Taylor, Ashwin: Business Economics. Hampshire: Cengage Learning</p> <p>Mankiw, Taylor: Economics. Hampshire: Cengage Learning</p> <p>Most recent edition.</p>

Grundlagen & Methoden der BWL					
Kennnummer	Workload	ECTS Punkte	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
60101	180 h	6	1	Jährlich	Ein Semester
Modulbeauftragter					
Prof. Dr. Herbert Paul					
1	Lehrveranstaltungen Grundlagen & Methoden der BWL	Kontaktzeit 45 h	Selbststudium 135 h	Geplante Gruppengröße 30 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Die Studierenden kennen die grundlegenden Ziele und Zielkonflikte, die zentralen Grundbegriffe sowie die wichtigsten Methoden, Ansätze und Zusammenhänge in der BWL. Sie verstehen die Studieninhalte des Fachs und haben einen Überblick über die verschiedenen Funktionsbereiche der Wertschöpfungskette erlangt. Sie lernen dabei auch mögliche spätere Berufstätigkeiten als Betriebswirt kennen.</p> <p>Die Studierenden können abstrakte betriebswirtschaftlicher Modelle sowie betriebswirtschaftliche Ziele und Zusammenhänge, wie z.B. die Rolle des Gewinns, erklären und kritisch analysieren. Sie kennen die zentralen Grundbegriffe der verschiedenen Funktionsbereiche und können Abhängigkeiten und Schnittstellen zu anderen Bereichen benennen und erläutern. Sie haben gelernt, die Vor- und Nachteile verschiedener betriebswirtschaftlicher Ansätze zu bewerten und grundlegende Instrumente wie z.B. eine Nutzwertanalyse anzuwenden. Sie erkennen und verstehen die konstitutiven Entscheidungen in einem Unternehmen, insbesondere Fragen der Rechtsform- und Standortwahl, und haben anhand von Beispielen gelernt, diese zu lösen.</p> <p>Im Bereich Buchführung beherrschen die Studierenden die Buchungstechnik. Sie können Bestands- und Erfolgskonten eröffnen, führen und in die Bilanz bzw. das GuV-Konto abschließen.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Im Rahmen des Planspiels wenden die Studierenden das erlangte Wissen über wichtige betriebliche Funktionsbereiche an: Sie identifizieren, analysieren und bewerten die Abhängigkeiten verschiedener betriebswirtschaftlicher Fragestellungen sowie treffen und begründen komplexe Entscheidungen zu beispielsweise Investitions-, Produktions- und Marketingplanung.</p> <p>Die Studierenden schulen durch die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltungen das Selbstmanagement. Durch das Planspiel entwickeln sie Team-, Konflikt- und Entscheidungsfähigkeiten.</p>				

3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die BWL im System der Wissenschaften: Geschichte, Aufbau und Abgrenzung des Fachs • Konstitutive Unternehmensentscheidungen: Wahl von Unternehmensgegenstand, Rechtsform und Standort. • Die einzelnen Funktionsbereiche innerhalb der betrieblichen Wertkette: insbesondere Materialwirtschaft, Produktion, Marketing, Personalwesen sowie Management und Führung • Accounting: Grundlagen der Buchführung (Gesetzliche Grundlagen zur Inventur, Inventar und Bilanz; Eröffnung und Abschluss von Bestandskonten; Erfolgskonten und Erfolgsvermittlung; Buchungsfeld „Umsatzsteuer“; Buchungen im Ein- und Verkaufsbereich, bei den Sachanlagen und für Personalwesen; GuV-Rechnung mit Bestandsveränderungen an fertigen und unfertigen Erzeugnissen; Abschlussarbeiten in der Buchhaltung und dem Jahresabschluss) • Planspiel: TopSim; Durchführung als Gruppenarbeit
4	<p>Lehrformen</p> <p>Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil mit kleineren Fallstudien und Fallbeispielen statt.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>/</p>
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Klausur (90 Minuten, 100%)</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>–</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>6/114</p>
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Thommen/Achleitner: Allgemeine Betriebswirtschaft. Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht, Wiesbaden (Gabler Verlag)</p> <p>Wöhe/Döring: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München (Vahlen)</p> <p>Bardmann: Grundlagen der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre, Wiesbaden (Gabler Verlag)</p> <p>Straub: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München (Pearson Studium)</p> <p>Schmolke/Deitermann: Industrielles Rechnungswesen, Darmstadt (Winklers Verlag)</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>

Kosten- & Leistungsrechnung					
Kennnummer	Workload	ECTS Punkte	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
60103	180 h	6	1	Jährlich	Ein Semester
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende					
Prof. Dr. Karl Heinz Wöbbeking					
1	Lehrveranstaltungen Kosten- & Leistungsrechnung	Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 120 h	Geplante Gruppengröße 30 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Die Studierenden haben einen systematischen, anwendungsorientierten Überblick über die Aufgaben, Teilbereiche und Systeme der Kosten- und Leistungsrechnung.</p> <p>Sie erlangen die Fähigkeit zur Nutzung relevanter Kosteninformationen zur Planung, Kontrolle und Entscheidungsfindung im Unternehmen, insbesondere zur Kalkulation betrieblicher Leistungen, zur kurzfristigen Erfolgsermittlung und zur Ermittlung entscheidungsrelevanter Kosten für kurz- und langfristige Entscheidungen.</p> <p>Die Studierenden wissen, wie die Kosten- und Leistungsrechnung für die erfolgsorientierte Steuerung von Unternehmen eingesetzt wird.</p> <p>Die Teilnehmer sind in der Lage, Übungen alleine oder in Gruppen zu bearbeiten und verbessern ihre Fähigkeit, sich arbeitsteilig in einem Team zu organisieren.</p> <p>Sie verfügen über die notwendigen Kenntnisse, um mit den grundlegenden Teilbereichen und Systemen der Kosten- und Leistungsrechnung zu arbeiten. Die ermittelten Ergebnisse können sie zudem beurteilen.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Durch die Bearbeitung von Übungen werden Eigenständigkeit und Teamfähigkeit sowie Beurteilungs- und Entscheidungsfähigkeit der Studierenden gefördert. Sie sind damit in der Lage komplexe Sachverhalte in Unternehmen zu analysieren, zu beurteilen und zu steuern.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufgaben und Grundbegriffe der Kosten- und Leistungsrechnung • Kostenartenrechnung • Kostenstellenrechnung • Kostenträgerrechnung (Kalkulation und kurzfristige Erfolgsrechnung) • Deckungsbeitragsrechnung (Teilkostenrechnung) • Plankostenrechnung • Von der Kostenrechnung zum Controlling 				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung / Übung im seminaristischen Stil.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Grundlagen & Methoden der BWL (insbesondere Grundlagen der Buchführung).</p>				

6	Regelungen zur Präsenz /
7	Prüfungsart und -umfang Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (120 min / 100%)
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) /
10	Stellenwert der Note für die Endnote 6/114
11	Sonstige Informationen / Literatur Coenenberg, A. G.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, Stuttgart Fischbach, S.: Grundlagen der Kostenrechnung, Landsberg/Lech Freidank, C.-C., Fischbach, S.: Übungen zur Kostenrechnung, München-Wien Horváth, P.: Das Controllingkonzept, München Küpfer, H.-U. u.a.: Übungsbuch zur Kosten- und Leistungsrechnung, München Schweitzer, M., Küpfer, H.-U.: Systeme der Kosten- und Erlösrechnung, München Weber, J.; Schäffer, U.: Einführung in das Controlling, Stuttgart Jeweils neueste Auflage.

Rechtliche Rahmenbedingungen unternehmerischer Entscheidungen

Kennnummer	Workload	ECTS Punkte	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
60104	180 h	6	1	Jährlich	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Martin Meißner					
1	Lehrveranstaltungen Rechtliche Rahmenbedingungen unternehmerischer Entscheidungen	Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 120 h	Geplante Gruppengröße 30 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Die Studierenden erarbeiten juristische Grundlagen für Prozess und Struktur von Entscheidungsfindungsverfahren.</p> <p>Die Studierenden erfahren eine systematische Erfassung der Rechtsquellen und ihrer Ordnungsfunktion. Sie entwickeln ein Verständnis der Wechselwirkung von Politik und Recht, von Privatautonomie und ihren rechtlichen Grenzen, von grundfreiheitlicher Wirtschaftstätigkeit und den präventiven und repressiven Schutzmechanismen des Staates.</p> <p>Die Studierenden erfahren eine systematische Erfassung der Finanzierung staatlicher Aufgaben und Grenzen der wirtschaftlichen Betätigung des Staates. Sie entwickeln ein Verständnis der Vertragsgestaltung und erlernen eine systematische Erfassung der Vertragstypen, des Gesellschaftsrechts mit Unternehmenskauf, Privatisierung und Verständnis der kaufmännischen Grundsätze und privatrechtlichen Grundlagen gewerblichen Handelns. Sie systematisieren Rechtsbeziehungen zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer, Arbeitnehmerschutz und Grundlagen der Mitbestimmung sowie Verfahrensweisen zur kollektiven Streitschlichtung.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Sie entwickeln überzeugende Argumentationen, präsentieren Stellungnahmen und vertreten diese in Diskussionen.</p>				

3	<p>Inhalte</p> <p>Das Recht</p> <p>(Entstehung und politische Funktion des Rechtes; Abgrenzung Rechtsquellen, sonstige ethische Verhaltensregeln, Abgrenzung öffentliches, privates Recht; Quellen, Organe; Internationales, europäisches, nationales Recht, Aufgaben, Befugnisse von Gesetzgebung, Verwaltung, Gerichten; Territorialprinzip)</p> <p>Wirtschaftsverwaltungsrecht (15 Zeitstunden)</p> <p>(Gewerbe; Eingriffsbefugnisse des Staates; System der Gewerbeaufsicht, des Sicherheits- und Ordnungsrecht, Rechtsschutz des Bürgers; Umwelt, Abgaben; Grundlagen des Schutzes der Lebensgrundlage; Einzelgesetzliche, Ausformung des Umweltschutzes; Schutzmechanismen, Schutzobjekt; Abgabenarten - Steuern, Beiträgen, Gebühren, Sonderabgaben - , PPP public private partnership)</p> <p>Privatrechtsgestaltung (10 Zeitstunden)</p> <p>(Verträge; Vertragsarten, Leistungsstörung; Rechtswahlklauseln; Handel, Gesellschaften; Personen-, Kapitalgesellschaften, Übertragung von Gesellschaftsanteilen; Vertretung der Kapitalgesellschaft)</p> <p>Arbeitsrecht (15 Zeitstunden)</p> <p>(Individualarbeitsrecht; Arbeitsvertragliche Rechte und Pflichten, Zielvereinbarungen; Geschützter Rechtskreis, des Arbeitnehmers; Kündigungsschutz; spezieller Arbeitnehmerschutz; Betriebsübergang; Kollektivarbeitsrecht, Tariffähigkeit; Außerprozessuale Streitschlichtung)</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil mit ausgewählten Aufsätzen und Gesetzen statt.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>/</p>
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>

7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Hausarbeiten und optional eine Klausur.</p> <p>1. Es sind 2 Hausarbeiten mit Präsentation zu erbringen. Die Hausarbeiten bestehen je aus einem 2-3 seitigen Thesenpapier und einer ca. 10 - 15. min. dauernden Präsentation.</p> <p>1.1. Die jeweilige Hausarbeit ist vor der Stunde, in welcher die Präsentation gehalten wird, schriftlich (idR per e-mail) einzureichen und setzt sich mit dem Thema eines bestimmten Aufsatzes kritisch auseinander. Die jeweilige Hausarbeit enthält die Darstellung des Themas, des rechtlichen Umfelds und der Problemstellung, analysiert das Ergebnis und den Gang seiner Entwicklung und setzt sich kritisch damit auseinander auf Grundlage von Sekundärliteratur und eigener Ansicht der Studierenden.</p> <p>1.2. Die Präsentation dient der Vorbereitung der Diskussion in großer Runde. IdR wird sie gehalten mit Unterstützung von power point. Eine spezielle Form ist aber nicht vorgeschrieben. So sind auch hand outs, cluster, Interaktionsgespräche etc. zugelassen und werden auch genutzt. Die Präsentation ist ähnlich aufgebaut, wie die Hausarbeit, legt aber den Schwerpunkt auf die Analyse mit Fragestellungen, welche die Grundlage der anschließenden Diskussion in großer Gruppe sein sollen.</p> <p>Hausarbeit (70%), Präsentation (30%)</p> <p>2. Die Klausur von 120 min wird angeboten zum Zweck der Notenverbesserung einer Hausarbeit mit einer Präsentation. Gegenstand ist ein nicht bekannter aktueller rechtlicher Aufsatz, der entsprechend den Vorgaben für das Thesenpapier die Hausarbeit bearbeitet werden soll, wobei die kritische Analyse auf die eigenen Ansichten und im Kurs erlernten Methoden beschränkt ist (während Sekundärliteratur in der Klausur nicht zur Verfügung steht).</p> <p>Klausur (120 min., 100%)</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>6/114</p>
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Sammlung der prereadings mit den Aufsätzen (wird gestellt) und Gesetze für die Wirtschaft, Nomos Baden Baden</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>

Semester 2

Forschungsmethoden in der BWL					
Kennnummer	Workload	ECTS Punkte	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
60202	180 h	6	2	Jährlich	Ein Semester
Modulbeauftragte					
Qualitativer Teil Prof. Dr. Kai Wiltinger					
Quantitativer Teil: Prof. Dr. Sebastian Schlütter					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße	
	Forschungsmethoden in der BWL	60 h	120 h	30 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Die Studierenden kennen wissenschaftstheoretische Kernbegriffe. Sie kennen grundlegende in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften verwendete qualitative und quantitative Forschungsmethoden. Die Studierenden haben Kenntnisse in der Anwendung eines einschlägigen Statistischen Anwendungsprogramms (z.B. Stata) und in der Interpretation entsprechender Outputs. Sie erkennen, wann eine zu beantwortende praktische oder wissenschaftliche Fragestellung durch den Einsatz eines statistischen Anwendungsprogramms unterstützt werden sollte oder muss.</p> <p>Erfolgreiche Studierende sind dazu in der Lage, aus den erlernten Methoden diejenige auszuwählen, in Anbetracht des Erkenntnisinteresses und des (vor dem Hintergrund der Datensituation und des betrieblichen Kontexts) Machbaren die geeignetste ist und können diese mit anfänglicher Unterstützung durch entsprechend qualifiziertes Personal oder sogar sofort selbstständig anwenden. Diese Methodenkompetenz soll der Bearbeitung von Forschungsfragen der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften im Allgemeinen als auch der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit Fragen des betrieblichen Managements im Besonderen zuträglich sein.</p> <p>Da die gelehrteten Methoden in den gesamten Wirtschafts- und Sozialwissenschaften anwendbar und auch über die Teildisziplinen der Betriebswirtschaftslehre hinweg relevant sind, geht von dem Kurs eine signifikante positive Ausstrahlung auf die gesamte Bandbreite der Fächer des Studiengangs aus. Einen besonders hohen Nutzen besitzt der Kurs für studentische Forschungsarbeiten - insbesondere für die Masterarbeit.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Hinsichtlich der sozialen Kompetenz und des Selbstmanagements besitzt der Kurs keine herausgehobene Stellung. Eine erhöhte Anforderung an das und eine Förderung des Selbstmanagements bestehen allerdings dann, wenn im Rahmen des Qualitativen Teils eine Hausarbeit anzufertigen ist (siehe hierzu Punkt 6 „Prüfungsformen“ unten).</p>				

3	<p>Inhalte</p> <p>Einführung in wissenschaftliches Arbeiten (Qualitativer Teil, Umfang 25%)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wissenschaftstheoretische Grundlagen • Forschungsansätze • Strukturierung und Darstellung wissenschaftlicher Ergebnisse <p>Quantitative Verfahren (Umfang 75%)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Methoden der Datenerhebung • Datenauswertung • Multivariate Analyseverfahren
4	<p>Lehrformen</p> <p>Die Lehrveranstaltung ist eine kombinierte Vorlesung und Übung und findet im seminaristischen Stil statt. Die Inhalte müssen regelmäßig im Selbststudium nachgearbeitet werden und mit Aufgaben, die in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben werden, vertieft werden. Fehlende Vorkenntnisse müssen im Eigenstudium nachgeholt werden</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Notwendig sind Kenntnisse der statistischen Methodenlehre auf Bachelorniveau.</p>
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>
7	<p>Prüfungsformen</p> <p>Die Prüfung besteht aus zwei Teilen, die mit den angegebenen Gewichten in die Gesamtbewertung einfließen;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Qualitativer Teil (25%): Klausur oder Hausarbeit • Quantitativer Teil (75%): Klausur <p>Die Prüfungsform des qualitativen Teils wird zu Beginn des Semesters im Rahmen der Kursbeschreibung (Syllabus) bekannt gemacht. Ist die Prüfungsform im qualitativen Teil eine Klausur, werden die Klausuren von qualitativem und quantitativem Teil zu einer Klausur (mit getrennten Fragen) zusammengefasst.</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>6/114</p>

11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Anderson, D. R., Sweeney, D. J., Williams, T. A., Freeman, J., Shoesmith, E.: Statistics for Business and Economics, Mason, OH, USA (Cengage Learning)</p> <p>Bleymüller, J., G. Gehlert, H.: Gülicher, Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, München (Vahlen)</p> <p>Flick, Uwe: Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung. Reinbek bei Hamburg (Rowohlt)</p> <p>Kornmeier, Martin: Wissenschaftliche schreiben leicht gemacht für Bachelor, Master und Dissertationen. Bern. Stuttgart. Wien (Haupt UTB)</p> <p>Saunders, M., P. Lewis, Thornhill, A. : Research Methods for Business Students, Harlow, Essex, UK (Pearson Education)</p> <p>Schulze, P.M., Porath, D.: Statistik mit Datenanalyse und ökonometrischen Grundlagen, München (Oldenbourg)</p> <p>Koeder, K.: Studienmethodik, München (Vahlen)</p> <p>Wiltinger, A., Wiltinger, K.: Wissenschaftliches Arbeiten, Cuvillier</p> <p>Wooldridge, J. M., Introduction to Econometrics, Europe, Middle East and Africa Edition, Andover, Hampshire, UK (Cengage Learning Emea)</p> <p>Jeweils die neueste Auflage.</p>
----	--

Investition & Finanzierung					
Kennnummer	Workload	ECTS Punkte	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
60201	180 h	6	2	Jährlich	Ein Semester
Modulbeauftragter					
Prof. Dr. Markus Hehn					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße	
	Investition & Finanzierung	60 h	120 h	30 Studierende	
2	Lernergebnisse/Kompetenzen				
	<p>Die Studierenden erhalten einen umfassenden und anwendungsorientierten Überblick über die Instrumente zur Gestaltung der Vermögens- und Kapitalstruktur einer Unternehmung und sind mit den Grundlagen der Investitionstheorie vertraut. Sie können Ziele von Investitionen formulieren und haben erkannt, dass Investitionen Entscheidungsprobleme sind. Sie beherrschen damit auch grundlegende Kenntnisse der Investitions- und Finanzierungsrechnung, insbesondere die Interpretation der Investition als Zuführung von Ressourcen zu neuen Verwendungszwecken nach Herauslösen aus bisherigen Verwendungen (Desinvestition). Im Kontext des Einstieges in die Investition und Finanzierung werden sowohl theoretische Grundlagen als auch anwendungsorientierte Rechentechniken vermittelt. Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, finanzielle Angebote einzuschätzen und zu vergleichen. Moderne Investitionsrechenverfahren beherrschen die Studierenden sicher, so dass sie auch komplexe Probleme analysieren, beurteilen und mit Hilfe dieser Investitionsrechenverfahren lösen können. Vorteile diverser Investitionsalternativen können die Studierenden benennen und bewerten. Im Bereich der Finanzierung kennen die Studierenden die Vielfalt der auf den Finanzmärkten existierenden Finanzierungsinstrumente und können diese kritisch analysieren und einordnen. Darüber hinaus</p> <ul style="list-style-type: none"> - können die Studierenden reflektieren, dass Investitions- und Finanzierungsprozesse nicht isoliert zu betrachten sind, sondern aus komplexen Leistungsbündeln bestehen, - kennen die Studierenden Techniken und Formalismen der Finanzwirtschaft, die sich in der praktischen Anwendung bewährt haben, - sind die Studierenden in der Lage, Investitions- und Finanzierungsfragen sowohl auf wissenschaftlicher als auch auf praktischer Ebene zu betrachten und zu bewerten, - kennen die Studierenden Modelle, mit deren Hilfe sie alltägliche Anforderungen auf Fach- und Führungskraftniveau lösen können, - erwerben die Studierenden auf Basis der Grundkenntnisse und erweitert durch das Literaturstudium die Fähigkeit, selbstständig Lösungen unter Rückgriff auf bekannte oder alternative Modelle zu finden, - lernen die Studierenden, im Lehrgespräch mit den Lehrenden Standpunkte herauszubilden und diese gegenüber ihren Kommilitoninnen zu vertreten, - diskutieren Studierende die Vorlesungsinhalte anhand ausgewählter Fallbeispiele, um sowohl theoretische Kenntnisse als auch anwendungsbezogene Fertigkeiten zu festigen. 				

3	<p>Inhalte</p> <p>Ziele der betrieblichen Investitions- und Finanzpolitik (Traditionelle Ziele; Wertorientierte Ziele)</p> <p>Investitionsentscheidungen (Investitionsplanung; Statische Investitionsrechnungsmethoden; Dynamische Investitionsrechnungsmethoden; Unternehmensbewertung)</p> <p>Finanzierungsentscheidungen (Beteiligungsfinanzierung; Kreditfinanzierung; Innenfinanzierung; Finanzderivate)</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil mit Arbeitsblättern zwecks Vertiefung statt.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>/</p>
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>
7	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (100%)</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>6/114</p>
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Becker, H.-P.; Investition & Finanzierung, Gabler Verlag, Wiesbaden Becker, H.-P.; Peppmeier, A.; Bankbetriebslehre, Kiehl Verlag, Ludwigshafen Perridon, L.; Steiner, M.; Rathgeber, A. W.; Finanzwirtschaft der Unternehmung, Franz Vahlen Verlag, München Steiner, M.; Bruns, C.; Wertpapiermanagement, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>

Marketing: Marketing / Unternehmensprojekt Marketing					
Kennnummer	Workload	ECTS Punkte	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
60203	180 h	6	2	Jährlich	Ein Semester
Modulbeauftragter					
Prof. Dr. Oliver Kaul					
1	Lehrveranstaltungen Marketing / Unternehmensprojekt Marketing	Kontaktzeit 45 h 15 h	Selbststudium 80 h 40 h	Geplante Gruppengröße 30 Studierende 10 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse / Kompetenzen</p> <p>Teilmodul Marketing</p> <p>Die Studierenden können Marketing-Strategien entwickeln und analysieren. Sie sind in der Lage, die Umsetzung von Marketing-Strategien sowie den Einsatz von Marketing-Instrumenten zu bewerten und zu beurteilen. Die Studierenden verfügen über eine ganzheitliche Betrachtung im Rahmen des Integrierten Marketings. Aktuelle Ansätze (Online-Marketing, CRM) können sie mit dem entsprechenden Marketing-Instrumentarium einordnen und kritisch beurteilen. Im Rahmen von Fallstudien wenden die Studierenden die erworbenen Methoden praktisch an.</p> <p>Durch die Gruppenarbeiten werden die Teamfähigkeit gesteigert und Präsentationstechniken sowie rhetorische Fähigkeiten weiterentwickelt.</p> <p>Teilmodul Unternehmensprojekt Marketing</p> <p>Die Studierenden bearbeiten eigenständig eine betriebliche Problemstellung aus dem Modul Marketing Management und wenden fachspezifische Konzepte und Instrumente zur Entwicklung eines umsetzungsfähigen Lösungsansatzes an.</p> <p>Gemäß § 4, Abs. 1 der Fachprüfungsordnung sind in der Regelstudienzeit von vier Semestern 450 Stunden enthalten, die für die Bearbeitung von Unternehmensprojekten gemäß § 24 Abs. 1, 4 der Allgemeinen Prüfungsordnung genutzt werden müssen. Ob diese Stunden im Bereich Personalmanagement & Organisation, Marketing oder Controlling geleistet werden, obliegt dem/der Studierenden und ist mit dem jeweiligen Betreuer abzustimmen.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Teilmodul Marketing</p> <p>Grundlagen und Marketingmix (Marketing-Konzept; Kontrahierungspolitik; Produkt- und Sortimentspolitik; Distributionspolitik; Kommunikationspolitik)</p> <p>Informationsbasis, strategische Planung und Controlling (Konsumentenverhalten; Marktforschung; Marketing-Planung und -Organisation; Marketing-Strategien; Marketing-Controlling)</p> <p>Interaktives Marketing (Dialogmarketing; Database-Marketing; Customer Relationship Management; E-Marketing)</p> <p>Teilmodul Unternehmensprojekt Marketing</p> <p>Abhängig von der Themenstellung.</p>				

4	<p>Lehrformen</p> <p>Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil mit Übungsaufgaben und Fallstudien statt.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>/</p>
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>
7	<p>Prüfungsformen</p> <p>Teilmodul Marketing: Klausur (100%)</p> <p>Teilmodul Unternehmensprojekt Marketing: Hausarbeit (bestanden / nicht bestanden)</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>–</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>6/114</p>
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Kotler, P., Marketing Management, The Millennium Edition, Upper Saddle River Holland, H., Direktmarketing, München</p> <p>Holland, H. (Hrsg.), Digitales Dialogmarketing Wiesbaden</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>

Supply Chain Management					
Module Code	Workload	ECTS	Semester	Frequency	Duration
60256	180 h	6	2	Annually	One semester
Module Owner(s)					
Prof. Dr. Volrad Wollny					
1	Class	Class Contact Hours	Private Study Hours	Planned Group Size	
	Supply Chain Management	60 h	120 h	30 Students	
2	<p>Learning Outcomes</p> <p>Students know main objectives in operations management, the trade-offs between these objectives and methods for problem solving and optimization. They understand how supply chains (SCs) are managed by coordinated design, planning, planning across company borders: Supply Chain Management (SCM). They are able to analyze and explain how a fit between the competitive strategy, branch specific factors and the external environment and the specific SCM concept is achieved. Students can evaluate, assess and critically diagnose objectives and key elements of a SCM. They draw conclusions about diverse SCs using the most popular SCM classification schemes. They know selected strategic and operational concepts in SCM, are familiar with basic planning methods for SCs and are able to assess important optimization methods. They know how to assess the performance of an SC and how to control and measure it with specific KPIs.</p> <p>Competences</p> <p>In case discussions students will train their capabilities in analysis, rhetoric and reasoning. In Group works students will train team competencies and decision skills.</p>				
3	<p>Contents</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introduction: objectives and trade-offs in operations management) • Overview on operational processes in a supply chain • Simulation of a supply chain in the beer game, introduction in specific problems of supply chain management • Objectives (profit, service level, sustainability, risk limitation) in supply chain management • Steering and control using supply chain specific KPIs. • Strategic fit between competitive strategy and supply chain strategy, generic supply chain strategies • Driver of supply chain -performance: facilities, inventories, transports, information, sourcing, pricing • Selected examples for coordination problems and solutions (lot sizing, single orders, price-demand curve 				
4	<p>Teaching Forms</p> <p>The course takes place in a seminar style with lectures and presentations, case studies, assignments, group works and Excel exercises.</p>				
5	<p>Prerequisites</p> <p>/</p>				
6	<p>Rules of Attendance</p> <p>/</p>				
7	<p>Form and Scope of Assessment</p> <p>Written exam (120 min)</p>				

8	<p>Requirements for Credit Awards</p> <p>Passed written exam.</p>
9	<p>Use of Module in other Master Programs</p> <p>/</p>
10	<p>Relative Weight of the Module for Final Grade</p> <p>6/114</p>
11	<p>Further Information / Literature</p> <p>Bozarth, C.: Hanfield, R.: Introduction to Operations and Supply Chain Management, Harlow (Pearson)</p> <p>Slack, N.; Brandon-Jones, A.; Johston, R.: Operations Management, Harlow (Pearson)</p> <p>Chopra, S., Meindl, P.: Supply Chain Management, Upper Saddle River, NJ, USA (Prentice Hall), in deutscher Sprache: München (Pearson)</p> <p>Jacoby, D.: Guide to Supply Chain Management, London (The Economist)</p> <p>Langley, J., Coyle, J., Gibson, B., Novack, R., Bardi, E.: Managing Supply Chains, Mason, OH, USA (Cengage Learning)</p> <p>Simchi-Levy, D.; Kaminsky, P.; Simchi-Levy, E.: Designing and Managing the Supply Chain: Concepts, Strategies and Case studies, New York (Mc Graw-Hill)</p> <p>Werner, H.: Supply Chain Management: Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling, Wiesbaden</p> <p>Most recent edition.</p>

Rechnungslegung					
Kennnummer	Workload	ECTS Punkte	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
60204	90	3	2	Jährlich	Ein Semester
Modulbeauftragter					
Prof. Dr. Werner Hillebrand / Prof. Dr. Arno Peppmeier / Christian Hüller					
1	Lehrveranstaltungen Rechnungslegung	Kontaktzeit 30 h	Selbststudium 60 h	Geplante Gruppengröße 30 Studierende	
2	Lernergebnisse / Kompetenzen Aufbauend auf ihren Vorkenntnissen in Buchführung und Kosten- und Leistungsrechnung erwerben die Studierenden ein Grundwissen und Verständnis der wesentlichen Normen der Rechnungslegung nach HGB und IFRS. Sie kennen ausgewählte wesentliche Ansatz- und Bewertungsprobleme und können Rechnungslegungsnormen nach HGB und IFRS anwenden. Sie verstehen die Zusammenhänge zwischen Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung sowie Kapitalflussrechnung, Anhang und Lagebericht und können hieraus begründete Schlussfolgerungen für abschlusspolitische Maßnahmen und die Abschlussanalyse ableiten.				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Aufgaben und Grundlagen der Rechnungslegung • (Zwecke und Grundsätze; Zusammenhänge zwischen Inventur/Inventar, Buchführung und Bilanz/Gewinn- und Verlustrechnung; Normative Grundlagen im Überblick) • Jahresabschluss und Lagebericht • (Überblick und Ausweisgrundsätze; Ansatz- und Bewertungsgrundsätze nach HGB und IFRS; Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Kapitalflussrechnung, Anhang und Lagebericht) • Abschlusspolitik • Abschlussanalyse • Ausblick: Konzernabschluss 				
4	Lehrformen Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung / Übung im seminaristischen Stil.				
5	Teilnahmevoraussetzungen Grundlagen der BWL, insbes. Buchführung, Kosten- & Leistungsrechnung.				
6	Regelungen zur Präsenz /				
7	Prüfungsformen Klausur (100%)				
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung				

9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) /
10	Stellenwert der Note für die Endnote 6/114
11	Sonstige Informationen / Literatur Baetge/Kirsch/Thiele: Bilanzen sowie Pellens et al.: Internationale Rechnungslegung Coenenberg, A. G.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Schäffer-Poeschel, Stuttgart Jeweils neueste Auflage.

Projektmanagement					
Kennnummer	Workload	ECTS Punkte	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
60205	90 h	3	2	Jährlich	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Sibylle Kunz					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße	
	Projektmanagement	30 h	60 h	30 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Den Studierenden kennen die spezifischen Herausforderungen von Projekten und deren Management. Sie sind in der Lage, Projektziele zu erklären, einzuordnen, darzustellen und zu begründen. Sie analysieren einzelne Projektphasen, wissen, mit welchen Methoden diese geplant werden und können diese beurteilen. Die Studierenden sind mit ergänzenden Werkzeugen wie Risiko- und Stakeholderanalysen vertraut und können diese anwenden und begründen. Sie setzen Planungsprogramme wie z.B. MS Project zur Lösung von Planungsproblemen ein.</p> <p>Die Studierenden kennen die wichtigsten Merkmale und Unterschiede gängiger Projektmanagement-Standards.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Durch Vermittlung von Planungs- und Managementtechniken werden sie befähigt, kleinere Projekte selbst zu leiten oder in größeren Projekten Managementfunktionen wahrzunehmen.</p> <p>Im Rahmen von Projektmanagement definieren die Studierenden in Kleingruppen ein fiktives Projekt, das sie realitätsnah planen. Präsentationsfähigkeiten üben sie u.a. bei der Präsentation der Projekte. Medienkompetenz wird durch die Nutzung verschiedener Programme intensiv trainiert</p>				
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung: Projekte und Projektmanagement, Beispiele • Projekt- und Vorgehensmodelle, Agile Modelle, Scrum • Mitarbeiterführung und Koordination in Projekten, Projektrollen und Aufbauorganisation • Phasen und Aktivitäten • Zielfindung und Stakeholdermanagement • Grobplanung, Projektstrukturpläne • Ablauf-, Termin-, Ressourcen- und Kostenplanung, Netzplantechnik • Projektkostenkontrolle und Earned Value Analyse • Risikomanagement • Erfolgsfaktoren im Projektmanagement 				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung / Übung. Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil statt.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>/</p>				

6	Regelungen zur Präsenz /
7	Prüfungsart und -umfang Projektarbeit (70%) und Präsentation (30%): Entwicklung und Dokumentation eines eigenen Projekts in Teams mit abschließender Präsentation.
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) /
10	Stellenwert der Note für die Endnote 3/114
11	Sonstige Informationen / Literatur Schelle, Heinz: Projekte zum Erfolg führen, dtv Beck Kuster, Jürg et al.: Handbuch Projektmanagement, Springer Project Management Institute: A Guide to the Project Management Body of Knowledge, German edition. Newton Square, PMI. Jeweils neueste Auflage.

Semester 3					
Unternehmensplanspiel					
Kennnummer	Workload	ECTS Punkte	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
60301	180 h	6	3	Jährlich	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Sven Fischbach / Prof. Dr. Britta Rathje					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße	
	Unternehmensplanspiel	45 h	155 h	30 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Im Rahmen des strategischen Unternehmensplanspiels TOPSIM General Management (oder einer vergleichbaren Simulationssoftware) wenden die Studierenden erlerntes betriebswirtschaftliches Wissen praxisorientiert an und vertiefen dieses. Mehrere Studierende bilden jeweils ein Managementteam, das gemeinsam ein Unternehmen in einem wettbewerbsintensiven Umfeld zu managen hat. Zu bewältigen sind mehrere Perioden und Entscheidungssituationen mit steigender und durch die Dozenten steuerbarer Komplexität.</p> <p>Die Studierenden sind dadurch in der Lage, entsprechende Entscheidungen im Team unter Zeitdruck zu treffen sowie die eigenen Entscheidungen ständig zu evaluieren und Problemlösungen zu entwickeln.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Im Unternehmensplanspiel werden unternehmerisches Denken und Handeln erlebbar gemacht. Die Studierenden können hier ihr umfassendes betriebswirtschaftliches Wissen anwenden. Sie analysieren Umfeld, Szenarien und betriebswirtschaftlichen Reports, legen Ziele und Strategien für das zu managende Unternehmen fest und setzen diese in wettbewerbsintensiven Märkten um, lernen den Umgang mit komplexen Entscheidungssituationen unter Unsicherheit und Zeitdruck und erfahren Koordinations- und Entscheidungsfindungsprozesse im Team. So werden wichtige Kompetenzen wie Entscheidungs-, Koordinations- und Teamkompetenz gefördert und weiterentwickelt.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das Planspiel • Vertiefende Analyse der Ausgangssituation durch Expertengruppen • Erarbeitung eines Strategie-Papiers • Analyse ausgewählter strategischer und operativer Entscheidungssituationen der Planspielperioden • Präsentation und Diskussion der Ergebnisse <p>Die betriebswirtschaftlichen Entscheidungen und Ergebnisse werden in Lehrgesprächen zwischen den einzelnen Entscheidungsrunden des Planspiels analysiert. Abgeschlossen wird die Veranstaltung durch eine Hauptversammlung, auf der die Managementteams ihre Unternehmensstrategie sowie die Ergebnisse präsentieren und analysieren. Während der Veranstaltung werden die Teilnehmer durch Verdeutlichung von Zusammenhängen, Eingehen auf Verständnisprobleme und Hinterfragen von Ergebnissen beim praxisorientierten Vertiefen ihrer betriebswirtschaftlichen Kenntnisse unterstützt.</p>				

4	Lehrformen Planspiel mit integriertem seminaristischem Unterricht.
5	Teilnahmevoraussetzungen /
6	Regelungen zur Präsenz /
7	Prüfungsformen Hausarbeit (40%) / Klausur (60%, 90 Minuten)
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) /
10	Stellenwert der Note für die Endnote 6/114
11	Sonstige Informationen / Literatur TOPSIM (Hrsg.): Global Management, Participant Manual Part I and Part II, Tübingen Jeweils neueste Auflage.

Strategic Management					
Modul Code	Workload	ECTS	Semester	Frequency	Duartion
60353	180 h	6	3	Annually	One semester
Module Owner					
Prof. Dr. Anna Rosinus					
1	Class	Class Contact Hous	Private Study Hours	Planned Group Size	
	Strategic Management	60 h	120 h	30 Students	
2	<p>Learning Outcomes</p> <p>Students know fundamental terms regarding Strategic Management such as mission, vision, goals, strategy and corporate culture. They are able to name and explain the single steps, the corresponding tools and frameworks of the strategic management process. They are aware of modern approaches and recent topics such as business model innovation and strategic agility, sustainability, and megatrends.</p> <p>Students have learned to identify and assess corporate and business strategies. They are able to apply selected management tools in order to analyse a company's external and internal environment. They are able to develop strategic options, select appropriate options for implementation and plan the implementation.</p> <p>Students are able to apply the before mentioned tools and frameworks to real world cases, with suitable adaptations if necessary ("Strategizing"). They strengthen and broaden their knowledge of Strategic Management by learning about companies of different sizes, structures and industries. By applying the theoretical knowledge to case studies students deepen their understanding and train to critically evaluate existing frameworks.</p> <p>Competences</p> <p>Students can analyse strategic challenges with a holistic perspective. Group work related to case studies supports the development of social competences, specifically teamwork, dealing with conflicts, taking a critical view, making decisions and intercultural competences. Furthermore, they improve their language skills as well as their media competence including their presentation skills.</p>				
3	<p>Contents</p> <ul style="list-style-type: none"> • Management basics: Mission, vision, goals, strategy and corporate culture • Strategic Management Process • Strategic Management tools and frameworks • Modern approaches and recent topics, such as: • Business Model Innovation and Strategic Agility • Sustainability • New developments, such as: Digital Business Models or Sharing Economy • Futurology and Megatrends 				
4	<p>Teaching Forms</p> <p>Seminar style with group work and case studies.</p>				
5	<p>Prerequisites</p> <p>/</p>				

6	Rules of Attendance /
7	Form and Scope of Assessment Presentation (30%) and exam (70%, 90 minutes)
8	Requirements for Credit Awards Passed assessment
9	Use of Module in other Master Programs /
10	Relative Weight of the Module for Final Grade 6/114
11	Further Information / Literature Grant, M.: Contemporary Strategy Analysis Johnson, G./Scholes, K./Whittington, R., Angwin, D., Regnér, P.: Exploring Corporate Strategy Mintzberg, H., Ahlstrand, B., Lampel, J.: Strategy Safari: The Complete Guide through the Wilds of Strategic Management Thompson, J., Frank M.: Strategic Management Awareness And Change Wheelen, T./Hunger, J.: Strategic Management and Business Policy Jeweils neueste Auflage

Entwicklung von Führungskompetenz					
Kennnummer	Workload	ECTS Punkte	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
60302	180 h	6	3	Jährlich	Ein Semester
Modulbeauftragter					
Thilo Macharowsky / Natascha Nickolaus					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße	
	Entwicklung von Führungskompetenz	60 h	120 h	30 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Die Studierenden erkennen und erwerben Grundkenntnisse zum Thema Führung und wenden diese an. Sie diskutieren und formulieren ihr eigenes (Führungs-)verhalten und untersuchen typische Problemstellungen im Organisationsumfeld eigenständig. Sie klassifizieren Führungstheorien und erklären diese. Sie steigern ihre Sensibilität für führungspsychologische Zusammenhänge in Organisationen. Sie stärken ihr Selbstmanagement, ihre Sprachfähigkeit und ihre Teamfähigkeit und trainieren Konfliktfähigkeit, Kritikfähigkeit und Entscheidungskompetenz. Sie erkennen die Bedeutung von Kommunikation in der Führung in nationalen und internationalen Umfeld.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Sei entwickeln kritisches Verständnis für die wichtigsten Themen und Methoden in der Führung und lernen diese in die Praxis zu integrieren und eigene Kompetenzen in diesem Feld zu erlangen.</p> <p>Sie erarbeiten in Teams in unterschiedlichen Rollen Lösungen von komplexen fachlichen Fragestellungen, finden Argumente und reflektieren und bewerten ihren Lern- und Arbeitsprozess.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einige Grundbegriffe aus der Führungsforschung • Wesentliche Führungstheorien und –modelle und deren Entstehung • Führungsideologien • Wichtige Konzepte/Modelle aus Psychologie und Pädagogik (Führungskräfteauswahl; Persönlichkeitsdiagnostik; Intelligenz/emotionale Intelligenz/ Kreativität) • Kommunikation als Führungskraft (Verbale – nonverbale Kommunikation; NLP) • Konfliktmanagement/Mediation • Entwicklung von Führungskompetenz in Beispielen • Motivation • Die kulturelle Dimension von Führung und Kommunikation • Führungsethik 				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil mit Skripten, Fallstudien, Übungen und einer (Gruppen-) Kurzpräsentation statt.</p>				

5	Teilnahmevoraussetzungen /
6	Regelungen zur Präsenz /
7	Prüfungsart und -umfang Klausur (120 Minuten / 100%)
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) /
10	Stellenwert der Note für die Endnote 6/114
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Führung</p> <p>Rosenstiel, L. von; Molt, W.; Rüttinger, B.: Organisationspsychologie, Stuttgart, Kohlhammer, insbesondere Kapitel 7: Führung in Organisationen Neuberger, O.: Führen und führen lassen, Lucius und Lucius, 2002 Malik, F.: Führen - Leisten - Leben, Wirksames Management für eine neue Zeit, Stuttgart/München, DVA.</p> <p>Persönlichkeit und Motivation</p> <p>Zimbardo, P. G.; Gerrig, R. J.: Psychologie, Berlin, Springer, insbesondere Kapitel 7.1 und 7.4: Motivation und Leistungsmotivation sowie Kapitel 11: Persönlichkeit</p> <p>Kommunikation</p> <p>Schulz von Thun, F.: Miteinander Reden 1, Störungen und Klärungen, Reinbek, Rowohlt Schulz von Thun, F.: Miteinander Reden 2, Stile, Werte und Persönlichkeitsentwicklung, Reinbek, Rowohlt Schulz von Thun, F.: Miteinander Reden 3, Das „Innere Team“ und situationsgerechte Kommunikation, Reinbek, Rowohlt Schulz von Thun, F.; Ruppel, J.; Stratmann, R.: Miteinander Reden: Kommunikationspsychologie für Führungskräfte, Reinbek, Rowohlt</p> <p>Kommunikation und Führungsethik</p> <p>Lay, R.: Dialektik für Manager, Methoden des erfolgreichen Angriffs und der Abwehr, München, Ullstein Motivation</p> <p>Cube, F. von: Lust an Leistung, Die Naturgesetze der Führung, München, Piper Csikszentmihalyi, Mihaly: Flow, Das Geheimnis des Glücks, Stuttgart, Klett-Cotta Rosenstiel, L. von: Motivation managen, Psychologische Erkenntnisse ganz praxisnah, Weinheim, Beltz</p> <p>Führungsethik</p> <p>Lay, Rupert: Weisheit für Unweise, München, Econ.</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>

Digitale Ökonomie					
Kennnummer	Workload	ECTS Punkte	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
60304	180 h	6	3	Jährlich	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Christian Petri					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße	
	Digitale Ökonomie	60 h	120 h	30 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Studierende erlernen die Grundbegriffe des IT Einsatzes in Unternehmen und vermögen diese zielführend für Konzepte der Digitalen Ökonomie und neue IT basierte Geschäftsmodelle anwenden. Zielgruppengerecht werden Ihnen zunächst Kenntnissen in Technologien (Netzwerke, Infrastrukturen), Anwendungen, IT-Beratungsdienstleistungen, Geschäftsprozessen etc. vermittelt. Damit werden dann moderne Konzepte IS-basierter Netzwerke und Plattformen für Kommunikation, Interaktion und Transaktion in einer globalen Wirtschaft entwickelt. Studierende werden in die Lage versetzt solche Konzepte zu analysieren und anzuwenden.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Die wesentlichen Konzepte, Methoden und Werkzeuge Digitaler Ökonomie werden vermittelt. Studierende sind abschließend in der Lage entsprechende Ansätze kritisch zu analysieren, zu reflektieren, zu diskutieren und selbst anzuwenden. Studierende sind in der Lage die wirtschaftlichen Implikationen digitaler Transformationen von Geschäftsfeldern zu erkennen und zu beurteilen. Dies umfasst auch Fallbeispiele anhand derer - neben den wirtschaftlichen Konsequenzen - auch soziale und kulturelle Konflikte besprochen werden.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Grundlegende Begriffe der Informationstechnologie und der Wirtschaftsinformatik (Technologie, Geschäftsprozesse, Anwendungssysteme, IT als Enabler, IT-Business-Alignment ...)</p> <p>Digitale Ökonomie, Transformation traditioneller Industrien, Wissenschaftliche Einordnung</p> <p>Erste einfache Fallbeispiele</p> <p>Terminologie, Konzepte und Modelle: Digitale Ökonomie, Transformation, neue IT-basierte Geschäftsmodelle</p> <p>Technologische Trends (z.B. Mobile Business, Data Analytics) und Implikationen</p> <p>Komplexe Fallstudien</p> <p>Gesellschaftliche Akzeptanz, soziale und kulturelle Reaktionen</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristisch (Wechsel zwischen Lehre, praktischen Teilen, Gruppenarbeiten, Selbstlernen).</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>/</p>				
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>				
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Klausur (100%) ODER Projektarbeit mit Präsentation (100%) – wird zu Beginn festgelegt.</p>				

8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>6/114</p>
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Christensen, C. M.: The Innovator's Dilemma. Boston, MA, USA, Harvard Business Review Press</p> <p>Clement, R., Schreiber, D.: Internet-Ökonomie – Grundlagen und Fallbeispiel der vernetzten Wirtschaft. Berlin, Springer Gabler</p> <p>Day, G. S.; Moorman, C.: Strategy from the Outside in. London, McGraw-Hill</p> <p>Kaufmann, T.: Geschäftsmodelle in Industrie 4.0 und dem Internet der Dinge. Berlin, Springer Vieweg</p> <p>Kollmann, T.: E-Business. Berlin, Springer Gabler</p> <p>Laudon, K.; Laudon, J.; Schoder, D.: Wirtschaftsinformatik, Pearson</p> <p>Laudon, K. C.; Traver, C. G.: E-Commerce 2016: Business, Technology, Society. Upper Saddle River, NJ, USA, Pearson</p> <p>Osterwalder, A.; Pigneur, Y.: Business Model Generation. Hoboken, NJ, USA, John Wiley & Sons</p> <p>Rogers, D. L.: Digital Transformation Playbook: Rethink Your Business for the Digital Age. New York, Columbia University Press</p> <p>Westerman, G.; Bonnet, D.; McAfee, A.: Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation. Boston, MA, USA, Harvard Business Review Press</p> <p>Wirtz, B. W.: Electronic Business. Berlin, Springer Gabler</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p> <p>Darüber hinaus aktuelle Zeitschriftenbeiträge.</p>

Controlling: Controlling / Unternehmensprojekt Controlling					
Kennnummer	Workload	ECTS Punkte	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
60306	180 h	6	3	Jährlich	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Kai Wiltinger u. a.					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße	
	Controlling Controlling	45 h	80 h	30 Studierende	
	Unternehmensprojekt Controlling	15 h	40 h	10 Studierende	
2	Lernergebnisse/Kompetenzen Teilmodul Controlling <p>Die Studierenden kennen die grundlegenden Konzepte und Methoden des Controllings. Sie wenden Konzepte praktisch an und würdigen Controlling-Ansätze kritisch. Sie beherrschen die relevanten Controlling-Instrumente für unterschiedliche Entscheidungssituationen aus der Unternehmenspraxis.</p> Teilmodul Unternehmensprojekt Controlling <p>Die Studierenden bearbeiten eigenständig eine betriebliche Problemstellung aus dem thematischen Bereich des Modul Controlling und wenden fachspezifische Konzepte und Instrumente zur Entwicklung eines umsetzungsfähigen Lösungsansatzes an.</p> <p>Gemäß § 4, Abs. 1 der Fachprüfungsordnung sind in der Regelstudienzeit von vier Semestern 450 Stunden enthalten, die für die Bearbeitung von Unternehmensprojekten gemäß § 24 Abs. 1, 4 der Allgemeinen Prüfungsordnung genutzt werden müssen. Ob diese Stunden im Bereich Personalmanagement & Organisation, Marketing oder Controlling geleistet werden, obliegt dem/der Studierenden und ist mit dem jeweiligen Betreuer abzustimmen.</p>				
3	Inhalte Teilmodul Controlling Grundlagen des Controlling Informations-, Planungs- und Kontrollprozesse <ul style="list-style-type: none"> • Operatives Controlling • Strategisches Controlling Spezielle Konzepte des Controlling, wie z. B. <ul style="list-style-type: none"> • Kostenmanagement • Wertorientiertes Controlling Teilmodul Unternehmensprojekt Controlling Abhängig von der Themenstellung				
4	Lehrformen Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil mit Skript und Fallstudien statt.				

5	Teilnahmevoraussetzungen Betriebswirtschaftliche Funktionen, Externes Rechnungswesen, Kosten- & Leistungsrechnung.
6	Regelungen zur Präsenz /
7	Prüfungsformen Teilmodul Controlling: Klausur (100 %, 60 Minuten) Teilmodul Unternehmensprojekt Controlling: Hausarbeit (bestanden / nicht bestanden)
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) /
10	Stellenwert der Note für die Endnote 6/114
11	Sonstige Informationen / Literatur Deimel/Heupel/Wiltinger: Controlling. München: Vahlen Jeweils neueste Auflage.

Semester 4

International Exkursion and Management Seminar					
Module Code	Workload	Credits	Semester	Frequency	Duration
60481	90 h	3	4	Annually	One Semester
Module Owner/s					
Prof. Dr. Norbert Rohleder					
1	Class	Class Contact Hours	Private Study Hours	Planned group Size	
	International Exkursion and Management Seminar	30 h	60 h	30 Students	
2	<p>Learning outcomes</p> <p>The students gain an insight into a different culture and/or economic region (e.g. Asia, Central/South America, Africa). They can critically assess problems and approaches in cross-cultural management both from a theoretical and practical point of view. They can also analyze and critically assess international strategies and their implementation based on practical business examples.</p> <p>Competences</p> <p>Students acquire a thorough knowledge about the country visited, especially in regards to its economic development as well as the chances and risks related to international business activities. They improve intercultural competences through the interaction with representatives from institutions and companies in the country visited.</p>				
3	<p>Contents</p> <p>In Germany:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Overview of economic, social and political situation in a specific region. • Strategic analysis of selected industries or companies from this region. • Basis of cross-cultural management <p>Abroad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Specialist presentation and factory tours in German, national and international companies from this region • Specialist presentation in public institutions of this economic area (e.g. Embassy, Chamber of Foreign Commerce, Ministries) 				
4	<p>Teaching Forms</p> <p>Seminar-like lecture style and excursion with presentations, tours and discussions.</p>				
5	<p>Prerequisites</p> <p>Module of term 1 to 3</p>				
6	<p>Rules of Attendance</p> <p>Compulsory Attendance</p>				
7	<p>Form and Scope of Assessment</p> <p>Written assignment</p>				
8	<p>Requirements for ECTS Award</p> <p>Passed assessment</p>				

9	Module Use for other Master Programs /
10	Relative Weight of the Module for Final Grade 0/114
11	Further information / Literature Selected literature sources related to the country visited Welge, M. K.; Holtbrügge, D.: Internationales Management, Stuttgart Kutschker, M.; Schmidt, S.: Internationales Management, München Hampden-Turner, C.; Trompenaars, F.: Building Cross-cultural Competence; Chichester et al Each as latest edition. Specific literature about the economic area visited.

Wissenschaftliches Arbeiten in der Praxis					
Kennnummer	Workload	ECTS Punkte	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
60480	90 h	3	4	Jährlich	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Kai Wiltinger					
1	Lehrveranstaltungen Wissenschaftliches Arbeiten in der Praxis	Kontaktzeit 30	Selbststudium 60h	Geplante Gruppengröße 30 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Die Studierenden können eine komplexe betriebswirtschaftliche Problemstellung, die im Rahmen der Masterarbeit detailliert bearbeitet werden soll, identifizieren und beschreiben. Sie analysieren in einem ersten Schritt die relevante Literatur. Die Studierenden können forschungsmethodische Vorgehensweisen für die Bearbeitung der Problemstellung vergleichen, auswählen und klar beschreiben. Sie strukturieren die Masterarbeit grob und entwickeln einen geeigneten Zeit- und Ressourcenplan.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, die Bearbeitung eines komplexen und für die Unternehmenspraxis wichtigen Themas voranzuplanen. Soziale Kompetenzen werden geschult über die fach-/abteilungsbezogene Vorabstimmung zur Themenstellung und die Gruppenpräsentation der einzelnen Themenvorschläge innerhalb der Veranstaltung Wissenschaftliches Arbeiten. Die Planung ist anwendungsorientiert und soll zu einem ganzheitlichen Lösungsansatz beitragen.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Abhängig von der Themenstellung.</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Individuelle Betreuung.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>/</p>				
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>				
7	<p>Prüfungsformen</p> <p>Hausarbeit (100%)</p>				
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>				
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>				
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>0/114</p>				

11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Das Thema soll möglichst in Zusammenarbeit mit einem Unternehmen bearbeitet werden und eine praktische Aufgabenstellung umfassen.</p> <p>Literatur</p> <p>Koeder, K.: Studienmethodik, Vahlen, München</p> <p>Minto, B.: The Pyramid Principle, Pearson Education Essex, UK</p> <p>Punch, K.F.: Developing Effective Research Proposals, et al., Sage, Los Angeles</p> <p>Saunders, M. N. K., Lewis, P., Thornhill, A. : Research Methods for Business Students, Harlow, Pearson Education, Essex, UK,</p> <p>Sesnik, W.: Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten, Oldenbourg, München</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>
----	--

Masterarbeit					
Kennnummer	Workload	ECTS Punkte	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
60401	600	24	4	Semesterweise	Fünf Monate
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Norbert Rohleder					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße	
	Masterarbeit	30 h	690 h	5 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Lernergebnisse: Das Thema der Arbeit nimmt im Regelfall Bezug auf eine Problemstellung aus einem Unternehmen. Die Studierenden können hierfür eine Problemstellung definieren. Sie können relevante Literaturbeiträge und Forschungsergebnisse erklären und kritisch bewerten. Weiterhin sind sie in der Lage, die im Projektvorschlag entwickelte Methodik zu implementieren. Sie können verschiedene Lösungsansätze generieren, diese kritisch bewerten und Handlungsempfehlungen entwickeln. In Abhängigkeit vom Thema können Sie auch die Umsetzung planen. Dabei sollen sie von einem Betreuer aus dem Unternehmen unterstützt werden.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden können innerhalb einer vorgegebenen Frist eine komplexe Fragestellung aus der Betriebswirtschaftslehre selbstständig mit wissenschaftlichen Methoden und Verfahren bearbeiten. Zielsetzung ist die Anwendung theoretischer Konzepte auf eine praktische Situation. Die in der Regel bereichsübergreifende Kommunikation und Diskussion trägt zur Weiterentwicklung der sozialen Kompetenz bei. Mit der Masterarbeit sollen die eigene Entwicklung und der Karriereweg maßgeblich gefördert werden.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Abhängig von der Themenstellung.</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Individuelle Betreuung.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Hausarbeit (Projektplan) muss vor Beginn der Masterarbeit bestanden sein.</p>				
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>				
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Masterarbeit</p>				
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>				
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>				
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>24/114</p>				
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Das Thema wird größtenteils im Unternehmen bearbeitet.</p>				