



Modulhandbuch

MASTERSTUDIENGANG

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

Inhalt

Semester 1	4
Grundlagen & Methoden der BWL.....	4
Economic Framework for Entrepreneurial Decisions	8
Kosten- & Leistungsrechnung	10
Rechtliche Rahmenbedingungen unternehmerischer Entscheidungen.....	12
 Semester 2	 14
Investition & Finanzierung	14
Forschungsmethoden in der BWL.....	16
Marketing.....	19
Rechnungslegung	23
Projektmanagement.....	25
Supply Chain Management.....	27
 Semester 3	 30
Unternehmensplanspiel.....	30
Entwicklung von Führungskompetenz.....	33
Strategic Management.....	36
Digital Business & Transformation.....	38
Controlling.....	41
 Semester 4	 43
International Management Seminar	43
Wissenschaftliches Arbeiten in der Praxis.....	45
Masterarbeit.....	47



STUDIENSTRUKTUR: BUSINESS ADMINISTRATION M.Sc.

BEGINN IN UNGERADEN JAHREN

SEMESTER 4 30ECTS/6SWS	Int. Exkursion & 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 5 ECTS/3 SWS	Digital Business & Transformation 6 ECTS/4 SWS	Anwendungs- bezogenes Unterneh- mens- projekt ** 4 ECTS/4 SWS	
SEMESTER 2 30ECTS/20SWS	Forschungsmetho- den der BWL 6 ECTS/4 SWS	Investition & Finan- zierung 6 ECTS/4 SWS	Marketing 5 ECTS/3 SWS	Supply Chain Management 5 ECTS/3 SWS	Rechnungs- legung 3 ECTS/2 SWS		Projekt- management 3 ECTS/2 SWS
SEMESTER 1 30ECTS/19SWS	Personalmanage- ment & Organisation 5 ECTS/3 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		
TOTAL 120ECTS/64SWS	UNTERNEHMENSBEZOGENE MODULE		ERGÄNZENDE DISZIPLINEN	FOKUSBEREICH WIRTSCHAFTSWISSENSCHAFTEN		MASTERARBEIT	

* Bestehend aus Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre (2 SWS) und Accounting (1 SWS)

** In einem dieser Funktionsbereiche ist ein dreimonatiges Praktikum zu absolvieren und ein anwendungsbezogenes Unternehmensprojekt (Prüfungsleistung) zu erstellen

STUDIENSTRUKTUR: BUSINESS ADMINISTRATION M.Sc. VOLLZEIT

BEGINN IN GERADEN JAHREN

SEMESTER 4 30ECTS/6SWS	Int. Exkursion & 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	Digital Business & Transformation 6 ECTS/4 SWS	Controlling 5 ECTS/3 SWS	Anwendungs- bezogenes Unterneh- mens- projekt ** 4 ECTS/4 SWS	
SEMESTER 2 30ECTS/20SWS	Investition & Finan- zierung 6 ECTS/4 SWS	Forschungsmetho- den der BWL 6 ECTS/4 SWS	Marketing 5 ECTS/3 SWS	Rechnungs- legung 3 ECTS/2 SWS	Projekt- management 3 ECTS/2 SWS		Supply Chain Management 5 ECTS/3 SWS
SEMESTER 1 30ECTS/19SWS	Econ. framework for entrepreneurial decisions 6 ECTS/4 SWS	Personalmanage- ment & Organisation 5 ECTS/3 SWS	Grundlagen & Methoden der BWL* 6 ECTS/3 SWS	Rechtliche Rahmenbed. untern. Entscheidungen 6 ECTS/4 SWS	Kosten- & Leistungsrechnung 6 ECTS/4 SWS		
TOTAL 120ECTS/64SWS	UNTERNEHMENSBEZOGENE MODULE		ERGÄNZENDE DISZIPLINEN	FOKUSBEREICH WIRTSCHAFTSWISSENSCHAFTEN		MASTERARBEIT	

* Bestehend aus Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre (2 SWS) und Accounting (1 SWS)

** In einem dieser Funktionsbereiche ist ein dreimonatiges Praktikum zu absolvieren und ein anwendungsbezogenes Unternehmensprojekt (Prüfungsleistung) zu erstellen



Semester 1				
Grundlagen & Methoden der BWL				
Kennnummer	ECTS- Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	6	Ein Semester	1	Jährlich
Arbeitsaufwand (h) 180 h		Kontaktzeit (h) 45 h		Selbststudium (h) 135 h
Sprache Deutsch		Geplante Gruppengröße 30 Studierende		Verbindlichkeit Pflichtmodul
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Anna Rosinus		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe) Grundlagen & Methoden der BWL		
1.	Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse <p>Das Modul vermittelt die grundlegenden Ziele, die zentralen Grundbegriffe und gibt eine Einführung in die Funktionsbereiche der Wertschöpfungskette. Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none">zentrale betriebswirtschaftliche Grundbegriffe wie Umsatz, Gewinn, Produktivität oder Wirtschaftlichkeit sowie die zentralen Grundbegriffe der verschiedenen Funktionsbereiche zu erklären.betriebswirtschaftliche Ziele, Zielkonflikte und Zusammenhänge, wie z.B. die Rolle des Gewinns, zu erklären und kritisch zu analysieren.Abhängigkeiten und Schnittstellen zwischen den Funktionsbereichen zu benennen und erläutern.die konstitutiven Entscheidungen, insbesondere Fragen der Rechtsform- und Standortwahl, aufzuzählen, zu erläutern sowie für exemplarische Fälle zu lösen.sich aufgrund der erforderlichen Vor- und Nachbereitung besser selbst zu organisieren sowie dank der Gruppenarbeiten betriebswirtschaftliche Fragestellungen nicht nur systematisch zu lösen, sondern die Ergebnisse auch zu visualisieren und präsentieren.gesetzliche Grundlagen zu Inventur, Inventar, Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung (GuV) zu erläutern.die Buchungstechniken anzuwenden, grundlegende Buchungsvorgänge anzuwenden; Buchungssätze aus Geschäftsvorfällen zu bilden und die Bilanz sowie GuV als elementare Bestandteile des Jahresabschlusses eines Unternehmens zu erstellen.			
2.	Inhalte <ul style="list-style-type: none">Die BWL im System der Wissenschaften: Grundbegriffe und Geschichte des FachsKonstitutive Unternehmensentscheidungen: Wahl von Unternehmensgegenstand, Rechtsform und StandortKompaktdarstellung der Funktionsbereiche: Einkauf/Materialwirtschaft, Produktion, Logistik, Marketing/Vertrieb/Kundenservice, Personalmanagement, Finanzen, IT und ManagementAccounting: Grundlagen der Buchführung (Gesetzliche Grundlagen zur Inventur, Inventar und Bilanz; Eröffnung und Abschluss von Bestandskonten; Erfolgskonten und Erfolgsvermittlung;			

	Buchungen im Warenverkehr; Vor- und Umsatzsteuer; Anschaffungs- und Herstellungskosten, GuV-Rechnung mit Erfassung von Umsatzerlösen und Bestandsveränderungen).
3.	Lehrformen Die Lehrformveranstaltung findet im seminaristischen Stil mit kleinen Fallstudien und Fallbeispielen statt.
4.	Teilnahmevoraussetzungen /
5.	Regelungen zur Präsenz /
6.	Prüfungsart und -umfang Die Klausur (90 Minuten, 100%) besteht aus den beiden Themengebieten BWL (60 Minuten) und Accounting (30 Minuten). Das Bestehen beider Klausurteile BWL und Accounting ist zwingend erforderlich. Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung /
7.	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS) Bestandene Modulprüfung
8.	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) /
9.	Stellenwert der Note für die Endnote 6/114
10.	Literaturhinweise Thommen/Achleitner: Allgemeine Betriebswirtschaft Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht Wöhe/Döring: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre Schmolke, M., Deitermann, S.: Industrielles Rechnungswesen Wüstemann, J.: Buchführung case by case Jeweils neueste Auflage.
11.	Sonstige Informationen /
12.	Zuletzt bearbeitet 22.09.2023



Personalmanagement & Organisation				
Kennnummer	ECTS- Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	5	Ein Semester	1	Jährlich
Arbeitsaufwand (gesamt) (h) 150 h		Kontaktzeit (h) 45 h		Selbststudium (h) 105 h
Sprache Deutsch		Geplante Gruppengröße 30 Studierende		Verbindlichkeit Pflichtmodul
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Norbert Rohleder		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe) Personalmanagement & Organisation		
1.	Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse <p>Das Modul gibt einen partiell tiefergehenden Überblick über die wichtigsten Funktionen und Gestaltungsbereiche des Personalmanagements. Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none">• die Konzeptionen, Inhalte und Ziele des Personalmanagements sowie die Beziehung zur Unternehmensstrategie einzuordnen• grundlegende Konzepte zu erklären und in Fallbeispielen anzuwenden• die Rahmenbedingungen, denen sich das Personalmanagement gegenüber sieht, z. B. die politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Einflussfaktoren, zu beurteilen• die Anforderungen an die Gestaltung von Organisationen und insbesondere von HR-Bereichen einzuschätzen und praktische Konzepte zu beurteilen• die Aufgaben, zentralen Fragestellungen und Instrumentarien einzelner personalwirtschaftlicher Handlungsfelder zu beurteilen• die Herausforderungen im Personalmanagement vor dem Hintergrund der neuen Arbeitswelt und der Digitalisierung zu verstehen• praxisbezogene HR-Fragestellungen zu analysieren und konkrete unternehmerische Handlungsempfehlungen zu entwickeln			
2.	Inhalte <ul style="list-style-type: none">• Aktuelle unternehmerische Herausforderungen im Personalmanagement• Organisation des Unternehmensbereiches Human Resources• Rekrutierung von Mitarbeitenden• Personalentwicklung und Talentmanagement – strategisches HR-Management• Persönlichkeitsdiagnostik• Literatur- und Studienrecherchen• Anwendung von qualitativer oder quantitativer Forschung• Gruppenarbeiten und Teampräsentationen• Schreiben einer wissenschaftlichen Hausarbeit			
3.	Lehrformen			

	Seminaristische Lehrveranstaltung mit Kleingruppenarbeiten, Diskussions- und Präsentationselemente
4.	Teilnahmevoraussetzungen Grundkenntnisse des Personalmanagements
5.	Regelungen zur Präsenz /
6.	Prüfungsart und –umfang Präsentation (50%) und Hausarbeit (50%) Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung /
7.	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS) Bestandene Modulprüfung
8.	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) /
9.	Stellenwert der Note für die Endnote 5/114
10.	Literaturhinweise Berthel, J.; Becker, F.: Personal-Management: Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit Bartscher, Th.; Nissen, R.: Personalmanagement: Grundlagen, Handlungsfelder, Praxis, Pearson Lebreuz, Ch.: Strategie und Personalmanagement. Konzepte und Instrumente zur Umsetzung in Unternehmen, Springer-Gabler Stock-Homburg, R.; Groß, M.: Personalmanagement. Theorien, Konzepte, Instrumente, Springer-Gabler Wagner, D.: Praxishandbuch Personalmanagement, Haufe Jeweils in neuester Auflage.
11.	Sonstige Informationen /
12.	Zuletzt bearbeitet: 14.09.2023



Economic Framework for Entrepreneurial Decisions				
Module code	ECTS-Credits	Duration of the module	Planned semester of study	Module frequency
	6	1 Semester	1	Annually
Workload (total) (h) 180 h		Class Contact Time (h) 60 h		Self Study Workload (h) 90 h
Language English		Planned group size 30 students		Compulsory or Optional Module Compulsory
Module owner Prof. Dr. Margareta Kulesa		Course Economic Framework for Entrepreneurial Decisions		
1.	Learning outcomes/competences After successful completion of the module, students will be able to: <ul style="list-style-type: none"> • present the basic concepts of microeconomics and their overlap with business administration, • illustrate the demand and supply behaviour of households and firms in the price-quantity model, • interpret the models of marginal product, marginal cost, and marginal revenue, • calculate price and quantity changes in markets using elasticities, • examine the effects of market forms on the behaviour of market participants, • evaluate the objectives and instruments of competition policy in terms of market forms and efficiency, • determine market failures and other reasons for government intervention, • classify government regulations and evaluate them in terms of efficiency, • use case studies to develop ideas for solving economic policy problems. 			
2.	Contents <ul style="list-style-type: none"> • Principles of economic activity, economic systems, and entrepreneurship • The role of competition in market-driven economies • Competition policies, market failures and market regulation • Selected cases 			
3.	Teaching methods Combination of interactive lectures and exercises.			
4.	Requirements for participation /			



5.	Rules of attendance /
6.	Form and scope of assessment / examination Written exam (120 minutes) Study achievements as a prerequisite for participation in the examination /
7.	Requirements for receiving credits (ECTS) Passed module exam
8.	Useability of module in other study programs /
9.	Relative weight of the module for final grade 6/114
10.	Literature Mankiw, N., Taylor, M., Ashwin, A., Business Economics. CENGAGE. Mankiw, N., Taylor, M., Economics. CENGAGE. Png, Ivan, Managerial Economics, Routledge. Wilkinson, N., Managerial Economics: Problem-Solving in a Digital World, Cambridge University Press. Latest edition in each case. Further references and information on the teaching material will be announced in the syllabus of the instructor.
11.	Further Information /
12.	Last modified: 11.09.2023



Kosten- & Leistungsrechnung				
Kennnummer	ECTS- Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	6	Ein Semester	1	Jährlich
Arbeitsaufwand (h)		Kontaktzeit (h)		Selbststudium (h)
180 h		60 h		120 h
Sprache		Geplante Gruppengröße		Verbindlichkeit
Deutsch		30 Studierende		Pflichtmodul
Modulverantwortliche/r		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)		
Prof. Dr. Karsten Lorenz		Kosten- & Leistungsrechnung		
1.	Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage: <ul style="list-style-type: none">• die grundlegenden Begriffe der Kosten- und Leistungsrechnung zu erläutern und die Teilgebiete des Rechnungswesens voneinander abzugrenzen;• die Aufgaben der Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung zu erläutern;• die Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung durchzuführen und die Ergebnisse zu bewerten;• Teilkostenrechnungen durchzuführen und Ergebnisse einzuordnen und zu würdigen;• Plankostenrechnungssystem anzuwenden und Abweichungsanalysen durchzuführen.• komplexe Sachverhalte alleine und in Gruppen selbständig zu bearbeiten und sich arbeitsteilig in einem Team zu organisieren.			
2.	Inhalte <ul style="list-style-type: none">• Aufgaben und Begriffe der Kosten- und Leistungsrechnung• Kostenartenrechnung• Kostenstellenrechnung• Kostenträgerstückrechnung (Kalkulation)• Kostenträgerzeitrechnung (Betriebsergebnisrechnung)• Teilkostenrechnungssysteme (Deckungsbeitragsrechnungen)• Plankostenrechnungssysteme• von der Kostenrechnung zum Controlling			
3.	Lehrformen Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung / Übung im seminaristischen Stil.			
4.	Teilnahmevoraussetzungen Grundlagen & Methoden der BWL (insbesondere Grundlagen der Buchführung).			
5.	Regelungen zur Präsenz /			



6.	Prüfungsart und –umfang Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (120 min / 100%) Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung /
7.	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS) Bestandene Modulprüfung
8.	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) /
9.	Stellenwert der Note für die Endnote 6/114
10.	Literaturhinweise Coenenberg, A.G.: Kostenrechnung und Kostenanalyse Däumler, K.-D. / Grabe, J.: Kostenrechnung 1 – Grundlagen Fischbach, S.: Grundlagen der Kostenrechnung Freidank, C. C., Fischbach, S.: Übungen zur Kostenrechnung Freidank, C. C.: Kostenrechnung Küpper, H.-U. u.a.: Übungsbuch zur Kosten- und Leistungsrechnung, München Jeweils neueste Auflage.
11.	Sonstige Informationen /
12.	Zuletzt bearbeitet: 21.07.2023



Rechtliche Rahmenbedingungen unternehmerischer Entscheidungen				
Kennnummer	ECTS- Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	6	Ein Semester	1	Jährlich
Arbeitsaufwand (h) 180 h		Kontaktzeit (h) 60 h		Selbststudium (h) 120 h
Sprache Deutsch		Geplante Gruppengröße 30 Studierende		Verbindlichkeit Pflichtmodul
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Martin Meißner		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe) Rechtliche Rahmenbedingungen unternehmerischer Entscheidungen		
1.	Lernergebnisse/Kompetenzen Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage: <ul style="list-style-type: none">• Rechtsquellen und ihre Struktur und Ordnungsfunktion zu erfassen und zu interpretieren• Wechselwirkungen von Politik und Recht, von Privatautonomie und ihren rechtlichen Grenzen, von grundfreiheitlicher Wirtschaftstätigkeit und den präventiven und repressiven Schutzmechanismen des Staates zu bewerten• Sachverhalte zu analysieren, angebotene Lösungen kritisch zu hinterfragen und eigene Argumentationen zu bilden• Problem zu erkennen und juristische Prozesse und Strukturen zur Lösung zu entwickeln			
2.	Inhalte <ul style="list-style-type: none">• Recht<ul style="list-style-type: none">○ Abgrenzung von Rechtsquellen zu sonstigen ethischen Verhaltensregeln○ Abgrenzung von öffentlichem und privatem Recht○ Internationales, europäisches, nationales Recht○ Aufgaben und Befugnisse von Gesetzgebung, Verwaltung, Gerichten○ Territorialitätsprinzip○ Verfassungsrechtlicher Anspruch auf Asyl• Wirtschaftsverwaltungsrecht (15 Zeitstunden)<ul style="list-style-type: none">○ Eingriffsbefugnisse des Staates○ System der Gewerbeaufsicht, des Sicherheits- und Ordnungsrecht○ Rechtsschutz des Bürgers○ Grundlagen des Schutzes der Lebensgrundlage○ Einzelgesetzliche Ausformung des Umweltschutzes○ Schutzmechanismen, Schutzobjekt○ Abgabenarten (Steuern, Beiträge, Gebühren, Sonderabgaben)○ PPP public private partnership○ Planung○ Fachplanung• Privatrechtsgestaltung (10 Zeitstunden)<ul style="list-style-type: none">○ Staatshaftung○ Vertragsarten, Leistungsstörung○ Rechtswahlklauseln○ Personen-, Kapitalgesellschaften			



	<ul style="list-style-type: none">○ Risikomanagementsystem○ Vertretung der Kapitalgesellschaft• Arbeitsrecht (15 Zeitstunden)<ul style="list-style-type: none">○ Arbeitsvertragliche Rechte und Pflichten, Zielvereinbarungen○ Haftung des Arbeitnehmers○ Kündigungsschutz○ spezieller Arbeitnehmerschutz○ Betriebsübergang○ Recht am eigenen Bild○ Arbeitnehmerschutz in der digitalen Arbeitswelt○ Grenzen der Rundumüberwachung○ Mindestlohn○ Aufgaben und Befugnisse der Arbeitnehmervertretung○ Tariffähigkeit○ Grenzen des Tarifvertrages
3.	Lehrformen Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil mit ausgewählten Aufsätzen und Gesetzen statt.
4.	Teilnahmevoraussetzungen /
5.	Regelungen zur Präsenz /
6.	Prüfungsart und -umfang Hausarbeit (50%), Präsentation (50%) Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung /
7.	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS) Bestandene Modulprüfung
8.	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) /
9.	Stellenwert der Note für die Endnote 6/114
10.	Literaturhinweise Sammlung der prereadings mit den Aufsätzen (wird gestellt) und Gesetze für die Wirtschaft, Nomos Baden Baden Jeweils neueste Auflage.
11.	Sonstige Informationen /
12.	Zuletzt bearbeitet: 26.08.2023



Semester 2				
Investition & Finanzierung				
Kennnummer	ECTS- Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	6	Ein Semester	2	Jährlich
Arbeitsaufwand (h) 180 h		Kontaktzeit (h) 60 h		Selbststudium (h) 120 h
Sprache Deutsch		Geplante Gruppengröße 30 Studierende		Verbindlichkeit Pflichtmodul
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Markus Hehn Prof. Dr. Anja Wittstock		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe) Investition & Finanzierung		
1.	Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage: <ul style="list-style-type: none">• theoretische Grundlagen sowie anwendungsorientierte Rechentechniken innerhalb der Investition und Finanzierung zu beherrschen.• Grundlegende Instrumente zur Gestaltung der Vermögens- und Kapitalstruktur eines Unternehmens zu kennen.• Investitionsziele und deren inhärente Bedingungen zu identifizieren und zu benennen.• Verschiedene Investitionsoportunitäten sowie finanzielle Möglichkeiten einzuschätzen und zu vergleichen.• Komplexe Problemstellungen der Investitionsrechnung zu lösen und zu analysieren.• Investitionsalternativen und deren Vor- und Nachteile zu benennen und einzuordnen.• Verschiedene Finanzierungsinstrumente zu kennen und kritisch zu bewerten.			
2.	Inhalte Investitionen und deren Beurteilung (Investitionsplanung; Statische Investitionsrechnungsmethoden; Dynamische Investitionsrechnungsmethoden; Unternehmensbewertung) Entscheidungsbewertung bzgl. Eigen- und Fremdkapitalfinanzierung (Beteiligungsfinanzierung; Private Equity, M&A, Börsenfinanzierung (IPO); Kreditfinanzierung; Innenfinanzierung; Finanzderivate; Mezzanine Finanzierung).			
3.	Lehrformen Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung / Übung im seminaristischen Stil			
4.	Teilnahmevoraussetzungen /			
5.	Regelungen zur Präsenz			



	/
6. Prüfungsart und -umfang Klausur (100%) Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung /	
7. Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS) Bestandene Modulprüfung	
8. Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) /	
9. Stellenwert der Note für die Endnote 6/114	
10. Literaturhinweise Hehn, S., Hehn, M.: Unternehmensfinanzierung, Erich Schmidt Verlag, Berlin Becker, H.-P., Peppmeier, A.; Investition & Finanzierung, Gabler Verlag, Wiesbaden Perridon, L.; Steiner, M.; Rathgeber, A. W.; Finanzwirtschaft der Unternehmung, Franz Vahlen Verlag, München Steiner, M.; Bruns, C.; Wertpapiermanagement, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart Jeweils neueste Auflage.	
11. Sonstige Informationen /	
12. Zuletzt bearbeitet: 26.07.2023	



Forschungsmethoden in der BWL				
Kennnummer	ECTS- Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	6	Ein Semester	2	Jährlich
Arbeitsaufwand (h) 180 h		Kontaktzeit (h) 60 h		Selbststudium (h) 120 h
Sprache Deutsch		Geplante Gruppengröße 30 Studierende		Verbindlichkeit Pflichtmodul
Modulverantwortliche Qualitativer Teil: Prof. Dr. Kai Wiltinger Quantitativer Teil: Prof. Dr. Sebastian Schlütter		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe) Forschungsmethoden in der BWL		
1.	Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage: <ul style="list-style-type: none">• wissenschaftstheoretische Kernbegriffe sowie grundlegende qualitative und quantitative Forschungsmethoden der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften zu erläutern.• Forschungsfragen zu formulieren, geeignete Methoden zur Beantwortung der Forschungsfrage auszuwählen und die Auswahl zu begründen, insbesondere können sie bewerten, ob eine Forschungsfrage sich für einen quantitativen, einen qualitativen oder einen hybriden Ansatz (Mixed-Methods) eignet.• für den Einsatz quantitativer Analyseverfahren geeignete Verfahren zur Datenerhebung auszuwählen, Analysen mit einem einschlägigen statistischen Anwendungsprogramm (z. B. Stata) durchzuführen und entsprechende Outputs zu interpretieren.• Interviews als qualitative Basis-Methode durchzuführen, zu transkribieren und softwareunterstützt zu analysieren.			
2.	Inhalte <ul style="list-style-type: none">• Wissenschaftstheoretische Grundlagen• Forschungsansätze• Strukturierung und Darstellung wissenschaftlicher Ergebnisse• Quantitative Verfahren, insbesondere:<ul style="list-style-type: none">○ Methoden zur Datenerhebung○ Schätzmethoden und Hypothesentests○ Multivariate Analyseverfahren• Qualitative Verfahren			
3.	Lehrformen 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.
4.	Teilnahmevoraussetzungen Notwendig sind Kenntnisse der statistischen Methodenlehre auf Bachelorniveau
5.	Regelungen zur Präsenz /
6.	Prüfungsart und –umfang Die Prüfung besteht aus zwei Teilen, die mit den angegebenen Gewichten in die Gesamtbewertung einfließen: <ul style="list-style-type: none"> • Qualitativer Teil (25%): Klausur oder Hausarbeit • Quantitativer Teil (75%): Klausur 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. Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung /
7.	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS) Bestandene Modulprüfung
8.	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) /
9.	Stellenwert der Note für die Endnote 6/114
10.	Literaturhinweise Anderson, D. R., Sweeney, D. J., Williams, T. A., Freeman, J., Shoesmith, E.: Statistics for Business and Economics, Mason, OH, USA (Cengage Learning) Bleymüller, J., R. Weißbach, A. Dörre: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, München (Vahlen) Flick, Uwe: Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung. Reinbek bei Hamburg (Rowohlt) Kornmeier, Martin: Wissenschaftliche schreiben leicht gemacht für Bachelor, Master und Dissertationen. Bern.Stuttgart. Wien (Haupt UTB) Saunders, M., P. Lewis, Thornhill, A. : Research Methods for Business Students, Harlow, Essex, UK (Pearson Education) Schulze, P. M., Porath, D.: Statistik mit Datenanalyse und ökonomischen Grundlagen, München (Oldenbourg) Koeder, K.: Studienmethodik, München (Vahlen) Wiltinger, A., Wiltinger, K.: Wissenschaftliches Arbeiten, Cuvillier Wooldridge, J. M., Introduction to Econometrics, Europe, Middle East and Africa Edition, Andover,



	Hampshire, UK (Cengage Learning Emea) Jeweils die neueste Auflage.
11.	Sonstige Informationen /
12.	Zuletzt bearbeitet 22.08.2023



Marketing (inkl. Unternehmensprojekt Marketing)				
Kennnummer	ECTS- Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
60203	6	Ein Semester	2	Jährlich
Arbeitsaufwand (h) 180 h		Kontaktzeit (h) 45 h + 15 h		Selbststudium (h) 80 h + 40 h
Sprache Deutsch		Geplante Gruppengröße 30 + 10 Studierende		Verbindlichkeit Pflichtmodul
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Jörn Redler		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe) Marketing + Unternehmensprojekt Marketing		
1.	Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls Marketing sind die Studierenden in der Lage: <ul style="list-style-type: none">• die Bedeutung und die Rolle des modernen Marketingkonzepts zu erläutern,• Märkte und Zielgruppen zu definieren,• den Marketing-Management-Prozess zu erklären,• die Qualität eines Marketingplans zu bewerten,• Kernkonstrukte im SOR-Modellrahmen zu erläutern sowie Unterschiede zwischen Konsumentenverhalten und organisationalem Kaufverhalten zu verstehen,• die Bedeutung von Daten und Marktforschungsdesigns für die Ermittlung von Customer Insights zu verdeutlichen sowie ihre handlungsleitende Funktion für Marketingentscheidungen zu erklären,• wichtige Marketingziele zu benennen und zu unterscheiden,• relevante Marketingstrategien zu erläutern und zu bewerten,• Entscheidungsbereiche und Parameter in den Bereichen Marken-, Produkt-, Preis-, Vertriebs- und Kommunikationspolitik darzustellen und Wechselwirkungen zwischen ihnen sowie zu Marketingzielen zu diskutieren,• Entscheidungsoptionen in den Bereichen Marken-, Produkt, Preis, Vertriebs- und Kommunikationspolitik auf der Basis theoretischer Überlegungen zu entwickeln und kritisch zu bewerten. Mit dem Unternehmensprojekt Marketing zeigen die Studierenden, dass sie eine betriebliche Marketing-Problemstellung eigenständig unter Anwendung fachspezifischer Konzepte und Methoden nach wissenschaftlichen Standards bearbeiten können. Hinweis: 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.			
2.	Inhalte <ul style="list-style-type: none">• Marketing als Ansatz der Unternehmensführung• Elemente des Marktsystems, Marketingumfeld und Marketinganalyse• Käuferverhalten: Konzepte und Analyse• Marktforschung: Designs, Datenerhebung, Auswertungsverfahren			



	<ul style="list-style-type: none">• Marketingziele und Marketingstrategien• Marketingplan: Bedeutung und Aufbau• Aspekte des Markenmanagement• Aspekte des Produktmanagement• Aspekte des Preismanagement• Aspekte des Vertriebsmanagement• Aspekte des Kommunikationsmanagement• ESG-Kriterien und Marketing• Anwendungen und Beispiele
3.	Lehrformen Lehrveranstaltung mit interaktiver Vorlesung und Übung im seminaristischen Stil
4.	Teilnahmevoraussetzungen /
5.	Regelungen zur Präsenz /
6.	Prüfungsart und -umfang a) Lehrveranstaltung Marketing: Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (90 Minuten) b) Unternehmensprojekt: Hausarbeit (bestanden/nicht bestanden) Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung /
7.	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS) Bestandene Prüfung zur Lehrveranstaltung
8.	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) /
9.	Stellenwert der Note für die Endnote 6/114
10.	Literaturhinweise Dibb, S.; Simkin, L.; Pride, W. M. & Ferrell, O. C.: <i>Marketing: Concepts and Strategies</i> . Cengage, Andover, UK. Redler, J., Ullrich, S.: <i>Marketing klipp & klar</i> . Springer Gabler Jeweils in der neuesten Auflage
11.	Sonstige Informationen /
12.	Zuletzt bearbeitet 26.02.2024



Anwendungsbezogenes Unternehmensprojekt				
Kennnummer	ECTS- Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	4	Drei Monate	in allen Studiensemestern möglich	Semesterweise
Arbeitsaufwand (gesamt) (h) 120 h		Kontaktzeit (h) 15 h		Selbststudium (h) 105 h
Sprache Deutsch		Geplante Gruppengröße 30 Studierende		Verbindlichkeit Pflichtmodul
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Norbert Rohleder		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe) Anwendungsbezogenes Unternehmensprojekt		
1.	Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage: <ul style="list-style-type: none">• anwendungsbezogene betriebswirtschaftliche Zusammenhänge unter Anwendung einer wissenschaftlichen Recherche und Forschungsmethodik zu analysieren sowie ihre Vorgehensweisen kritisch zu hinterfragen.• eine Problemstellung anschaulich darzustellen, zu analysieren und Forschungsziele für ihre eigene Projektarbeit zu definieren.• geeignete Lösungsoptionen für ihr Unternehmensprojekt zu entwickeln und zu bewerten. Dabei können sie ihre Entscheidung für eine Lösung fundiert begründen. Auf dieser Basis planen sie die Umsetzung und die des eigenen Projektes entsprechende Organisation.• eine betriebswirtschaftliche Themenstellung sowohl im Hinblick auf Tiefe als auch Breite fundiert zu analysieren, und dabei die Schwierigkeiten des Wissenstransfers zu erkennen.• eigenständig das bisher erworbene Wissen anzuwenden und geeignete Instrumente des wissenschaftlichen Arbeitens einzusetzen.• durch das Feedback des Lehrenden und ggf. betriebliche Feedback ihren eigenen Lernprozess zu reflektieren.			
2.	Inhalte Die Studierenden bearbeiten eigenständig eine unternehmerische Problemstellung, die sie i. d. R. während ihrer praktischen Tätigkeiten kennengelernt haben. Dabei sollen fachspezifische Konzepte und Instrumente zur Entwicklung eines umsetzungsfähigen Lösungsansatzes angewandt werden. Die folgenden Schwerpunkte sollen insbesondere gewählt werden: <ul style="list-style-type: none">• Marketing Management• Controlling & Finanzen• Human Resource Management• Supply Chain Management			



3.	Lehrformen Die Studierenden leiten eine wissenschaftliche Problemstellung aus ihren praktischen Tätigkeiten oder aus der Literatur ab. Diese Problemstellung wird nach einer wissenschaftlichen Literaturrecherche in einer Projektarbeit unter Zuhilfenahme einer geeigneten wissenschaftlichen Methodik analysiert. Während der praktischen Projektstätigkeit finden zu spezifischen Terminen Seminare mit dem Lehrenden statt. In diesen Seminaren wird das Thema der Hausarbeit definiert, thematische Wahl des Projektschwerpunktes sowie der Fortschritt der Arbeit vorgestellt und diskutiert. Die Lehrenden geben in einer individuellen Beratung dazu Feedback. Die Veranstaltung findet in einem didaktisch sinnvollen blended learning-Format mit Präsenz vs. Onlineformaten zur Einführung und Vertiefung der Inhalte und individuellen Rücksprachen statt.
4.	Teilnahmevoraussetzungen /
5.	Regelungen zur Präsenz /
6.	Prüfungsart und -umfang Schriftliche Ausarbeitung – „Anwendungsbezogenes Unternehmensprojekt“ Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung /
7.	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS) Bestandene Modulprüfung
8.	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) /
9.	Stellenwert der Note für die Endnote 4/114
10.	Literaturhinweise Kornmeier, M.: Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht: Für Bachelor, Master und Dissertation. Konstanz, UTB. Nagel, M./Mieke, C.: BWL-Methoden, Konstanz, UTB. Voss, R.: Wissenschaftliches Arbeiten ... leicht verständlich! UTB. Jeweils in der neuesten Auflage.
11.	Sonstige Informationen Die schriftliche Ausarbeitung „Unternehmensprojekt“ ist im Kontext eines dreimonatigen Praktikums zu erstellen. Studierende, die dauerhaft beispielsweise im Rahmen einer Werkstudententätigkeit in einem Unternehmen tätig sind, haben stattdessen bei ihrem Arbeitgeber ein einschlägig betriebswirtschaftliches Thema zu bearbeiten und ebenfalls schriftlich als „Anwendungsbezogenes Unternehmensprojekt“ einzureichen.
12.	Zuletzt bearbeitet: 06.09.2023



Rechnungslegung				
Kennnummer	ECTS- Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	3	Ein Semester	2	Jährlich
Arbeitsaufwand (h)		Kontaktzeit (h)		Selbststudium (h)
90 h		30 h		60 h
Sprache		Geplante Gruppengröße		Verbindlichkeit
Deutsch		30 Studierende		Pflichtmodul
Modulverantwortliche/r		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)		
Prof. Dr. Karsten Lorenz		Rechnungslegung		
1.	Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage: <ul style="list-style-type: none">• die Adressaten und Zwecke des handelsrechtlichen Jahresabschlusses zu erläutern;• die Ermittlung der handelsrechtlichen Grundsätze ordnungsmäßiger Bilanzierung (GoB) sowie deren rechtliche Qualifikation darzustellen;• die von Rechtsprechung und Literatur entwickelten Prinzipien für den Ansatz, die Zugangs- und Folgebewertung von Vermögensgegenständen und Schulden sowie für Gewinnrealisationsfragen nach den GoB zu erläutern, auf neue Sachverhalte anzuwenden und Anwendungsfragen zu analysieren und zu bewerten;• den Sinn und Zweck sowie die Inhalte der Lageberichterstattung zu erläutern und Aussagen in Lageberichten von Unternehmen zu bewerten;• Jahresabschlusspolitische Maßnahmen zu erkennen, eigene Maßnahmen zu entwickeln sowie explizite und implizite Wahlrechte zu erläutern;• Vorgehensweisen und Instrumente der Jahresabschlussanalyse zu erläutern und anzuwenden.			
2.	Inhalte 1. Aufgaben und Grundlagen der Rechnungslegung <ul style="list-style-type: none">• Adressaten und Zwecke des Jahresabschlusses• Überblick über die Vorschriften• Ermittlung und Auslegung von GoB 2. Jahresabschluss und Lagebericht <ul style="list-style-type: none">• Ansatz, Zugangs- und Folgebewertung von Vermögensgegenständen und Schulden• Gewinnrealisation• Eigenkapital• Anhang und Lagebericht 3. Jahresabschlusspolitik und Jahresabschlussanalyse 4. Ausblick: Internationale Rechnungslegung			



3.	Lehrformen Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung / Übung im seminaristischen Stil.
4.	Teilnahmevoraussetzungen Grundlagen der BWL, insbes. Buchführung, Kosten- & Leistungsrechnung.
5.	Regelungen zur Präsenz /
6.	Prüfungsart und -umfang Klausur (100%) Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung /
7.	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS) Bestandene Modulprüfung
8.	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) /
9.	Stellenwert der Note für die Endnote 6/114
10.	Literaturhinweise Buchholz: Grundzüge des Jahresabschlusses nach HGB und IFRS. Coenenberg, Haller, Schultze: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse – Aufgaben und Lösungen. Krag/Möller: Rechnungslegung. Wüstemann, Wüstemann: Bilanzierung Case by Case Jeweils neueste Auflage.
11.	Sonstige Informationen /
12.	Zuletzt bearbeitet: 21.07.2023



Projektmanagement				
Kennnummer	ECTS- Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	3	Ein Semester	2	Jährlich
Arbeitsaufwand (h)		Kontaktzeit (h)		Selbststudium (h)
90 h		30 h		60 h
Sprache		Geplante Gruppengröße		Verbindlichkeit
Deutsch		30 Studierende		Pflichtmodul
Modulverantwortliche/r		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)		
Prof. Dr. Martin Kowalczyk		Projektmanagement		
1.	Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse			
	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:			
	<ul style="list-style-type: none">• die typischen Herausforderungen in Projekten und im Projektmanagement zu benennen• verschiedene Projektmanagementmethoden zu erläutern• Projektumfang und entsprechende Ziele zu identifizieren und zu spezifizieren• Techniken wie Risikoanalyse und Stakeholder Management zu planen und durchzuführen• gängige Software-Tools wie Microsoft Project zu verwenden, um Planungsaufgaben zu lösen• die bedeutendsten Projektmanagement-Standards zu erläutern• durch die Vermittlung und Anwendung von Planungs- und Managementtechniken kleinere Projekte selbst zu planen und zu leiten• in Kleingruppen Wissen selbständig zu recherchieren, anzuwenden und eine praxisorientierte Projektplanungsfragestellung für ein fiktives Projekt zu bearbeiten• ihre Projektpläne zu präsentieren und kritisch zu diskutieren, sowie die Ergebnisse der Teamarbeit gegenüber Fachleuten und Vorgesetzten adäquat zu vertreten			
2.	Inhalte			
	<ul style="list-style-type: none">• Einführung: Projekt und Projektmanagement• Schlüsselfaktoren für den Projekterfolg• Projektvorgehensmodelle und Agile Ansätze• Management und Koordination von Projekten, Projektrollen und Organisation• Phasen und Aufgaben im Projektmanagement• Definition von Zielen und Stakeholder-Management• Projektplanung, Methoden, Projektstrukturpläne• Aufgabenplanung, Ressourcen- und Kostenplanung, Zeit-/Netzpläne• Projekt Controlling, Earned Value Analysis• Risikomanagement			

3.	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung und Projektarbeit. Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil statt.</p>
4.	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>/</p>
5.	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>
6.	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Definition und Planung eines Projekts in Teams, Projektplan und -bericht (70%), sowie Präsentation (30%).</p> <p>Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung</p> <p>/</p>
7.	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
8.	<p>Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>
9.	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>3/114</p>
10.	<p>Literaturhinweise</p> <p>Deutsch:</p> <p>Patzak, G, Rattay, G.: Projektmanagement: Projekte, Projektportfolios, Programme und projektorientierte Unternehmen, Wien, Linde</p> <p>Timinger, H.: Modernes Projektmanagement: Mit traditionellem, agilem und hybridem Vorgehen zum Erfolg, Weinheim, Wiley</p> <p>Schelle, H.: Projekte zum Erfolg führen, München, dtv Beck</p> <p>Englisch:</p> <p>Project Management Institute: A Guide to the Project Management Body of Knowledge, Newtown Square, Pennsylvania, USA, Project Management Institute</p> <p>Rubin, K.: Essential Scrum: A practical guide to the most popular agile process, Heidelberg et al., mitp</p> <p>Sutherland, J.: Scrum: The Art of Doing Twice the Work in Half the Time, New York, USA, Random House Business</p> <p>Jeweils in der neuesten Auflage.</p>
11.	<p>Sonstige Informationen</p> <p>/</p>
12.	<p>Zuletzt bearbeitet:</p> <p>11.09.2023</p>



Supply Chain Management				
Module Code	ECTS-Credits	Duration of the module	Planned semester of study	Module frequency
	5	One semester	2	Annually
Workload (total) (h) 150 h		Class contact time (h) 45 h		Self study workload (h) 105 h
Language English		Planned group size 30 students		Compulsory or optional module Compulsory
Module owner(s) Prof. Dr. Volrad Wollny		Course Supply Chain Management		
1.	<p>Learning outcomes/competences</p> <p>After successful completion of the module, students will be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • explain main objectives in operations management and the trade-offs between them • apply specific methods for problem solving and optimization in operations and supply chain management • explain, how supply chains (SCs) are managed across company borders by coordinating design and planning: Supply Chain Management (SCM). • analyze and evaluate the fit between the competitive strategy, branch specific factors, the external environment and the specific SCM concept. • evaluate, to assess and to critically diagnose objectives and key elements of a SC. • classify diverse SCs using the most popular SCM classification schemes. • list and to name selected strategic and operational concepts in SCM, • apply basic planning methods in SCM and to assess the outcome of optimization methods. • assess the performance of an SC and to control and measure it with specific KPIs. • develop alternative solutions for SC problems in teams and to decide between them • present the results of case discussions and to reason convincingly 			
2.	<p>Content</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 (costs and profit, service level, sustainability, risk limitation) in supply chain management • Strategic fit between competitive strategy and supply chain strategy, generic supply chain strategies • Driver of supply chain performance: facilities, inventories, transports, information, sourcing, pricing 			

	<ul style="list-style-type: none"> • the Supply Chain Operations Reference Model (SCOR) • Steering and control using supply chain specific KPIs. • Selected examples for coordination problems and solutions (lot sizing, single orders, price-demand curve)
3.	<p>Teaching methods</p> <p>The course takes place in a seminar style with lectures and presentations, case studies, assignments, group works and Excel exercises.</p>
4.	<p>Requirements for participation</p> <p>/</p>
5.	<p>Rules of attendance</p> <p>/</p>
6.	<p>Form and scope of assessment/examination</p> <p>Presentation based on a case study or simulation (30%) with written summary and written exam (70%)</p> <p>Study achievements as a prerequisite for participation in the assessment examination</p> <p>/</p>
7.	<p>Requirements for receiving credits (ECTS)</p> <p>Passed examination.</p>
8.	<p>Useability of module in other study programs</p> <p>/</p>
9.	<p>Relative weight of the module for final grade</p> <p>5/114</p>
10.	<p>Literature</p> <p>Bozarth, C.: Hanfield, R: Introduction to Operations and Supply Chain Management, Harlow (Pearson)</p> <p>Slack, N.; Brandon-Jones, A.; Johnston, 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>Farrington, B., Lysons, K.: Purchasing and Supply Chain Management, Harlow, Essex, UK (Pearson Education)</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 editions.</p>



11.	Further Information /
12.	Last modified: 07.08.2023



Semester 3				
Unternehmensplanspiel				
Kennnummer	ECTS- Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	6	Ein Semester	3	Jährlich
Arbeitsaufwand (gesamt) (h) 180 h		Kontaktzeit (h) 45 h		Selbststudium (h) 135 h
Sprache Deutsch		Geplante Gruppengröße 30 Studierende		Verbindlichkeit Pflichtmodul
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Sven Fischbach Prof. Dr. Britta Rathje		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe) Unternehmensplanspiel		
1.	Qualifikationsziele/Kompetenzen/ Lernergebnisse Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage: <ul style="list-style-type: none">• vernetzte Zusammenhänge und wesentliche Einflussfaktoren für den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens in einem dynamischen Wettbewerbsumfeld zu identifizieren und zu analysieren• quantitative und qualitative Rahmenbedingungen bereichsübergreifend sowie mögliche Zielkonflikte zu erkennen und einzuordnen, sowie geeignete Maßnahmen für eine marktorientierte Steuerung eines Unternehmens auszuwählen• wirtschaftlich plausible Preise von Produkten vor dem Hintergrund der unternehmerischen Herstell- und Selbstkosten sowie der erwarteten Marktsituation zu analysieren und festzulegen• kreative Lösungen für marktorientierte Herausforderungen zu entwickeln und zu präsentieren• im Team mit komplexen Entscheidungssituationen unter Unsicherheit gemeinsam Entscheidungen zu treffen, auch unter Zeitdruck• Folgen getroffener Entscheidungen und die daraus resultierenden Ergebnisse kritisch zu evaluieren, zu präsentieren und zu begründen.			
2.	Inhalte Nach der Einführung in das Planspiel treffen die in Managementteams organisierten Studierenden gemeinsam strategische und operative Entscheidungen für mehrere Perioden. Während der Veranstaltung werden betriebswirtschaftliche Entscheidungen und Ergebnisse in Lehrgesprächen analysiert. Durch Verdeutlichung von betriebswirtschaftlichen Zusammenhängen, das Eingehen auf Verständnisfragen und das Hinterfragen von Ergebnissen werden die Studierenden beim praxisorientierten Vertiefen ihrer betriebswirtschaftlichen Kenntnisse unterstützt. Am Ende des Unternehmensplanspiels präsentieren und verteidigen die Studierenden ihre Unternehmensstrategie sowie die erreichten Ergebnisse im Rahmen einer Abschlusspräsentation (Hauptversammlung). Die verwendete Unternehmenssimulation ist eine realitätsnahe Abbildung eines Industrieunternehmens.			



	<p>Die Studierenden treffen zahlreiche betriebswirtschaftliche Entscheidungen in einem realitätsnahen Umfeld. Behandelt werden wesentliche betriebliche Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none">• Unternehmensziele und –strategien• Absatz: Konkurrenzanalyse, Marketing-Mix, Produktlebenszyklen, Produkt-Relaunch, Produkt-Neueinführung, Deckungsbeitragsrechnung, Marktforschungsberichte• F & E: Technologie, Ökologie, Wertanalyse• Beschaffung/Lagerhaltung: Optimale Bestellmenge• Fertigung: Investition, Desinvestition, Eigenfertigung oder Fremdbezug, Auslastungsplanung, ökologische Produktion, Rationalisierung• Personal: Personalplanung, Qualifikation, Produktivität, Fehlzeiten, Fluktuation• Finanz- und Rechnungswesen: Kostenarten-, Kostenstellen-, Kostenträgerrechnung, Break-Even-Analyse, Finanzplanung, Bilanz und Erfolgsrechnung, Cashflow, separater Kennzahlenbericht (z.B. EBIT, NOPAT, EK- und Umsatzrendite, Geschäftswertbeitrag, EVA, CFROI)• Wertorientierte Unternehmensführung und Aktienkurs
3.	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung im seminaristischen Stil mit Kombination von Vorlesung, Übung und insbesondere Gruppenarbeiten unter Verwendung der Unternehmenssimulation TOPSIM Mastering General Management oder einer vergleichbaren Simulation.</p>
4.	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>/</p>
5.	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>
6.	<p>Prüfungsart und –umfang</p> <p>Zwei Gruppenpräsentationen (25% bzw. 50%) und Kurzbericht (25%)</p> <p>Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung</p> <p>/</p>
7.	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
8.	<p>Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>
9.	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>6/114</p>
10.	<p>Literaturhinweise</p> <p>TOPSIM Mastering General Management, Teilnehmerhandbuch (wird vorab in OLAT zur Verfügung gestellt)</p> <p>Empfehlungen zur inhaltlichen Vorbereitung/Wiederholung:</p>

	<ul style="list-style-type: none">• Fischbach, S.: Grundlagen der Kostenrechnung, München, Vahlen• Thommen, J.-P. u.a.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Wiesbaden, SpringerGabler• Wöhe, G.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München, Vahlen Jeweils in der neusten Auflage.
11.	Sonstige Informationen /
12.	Zuletzt bearbeitet: 25.08.2023



Entwicklung von Führungskompetenz				
Kennnummer	ECTS- Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	6	Ein Semester	3	Jährlich
Arbeitsaufwand (h) 180 h		Kontaktzeit (h) 60 h		Selbststudium (h) 120 h
Sprache Deutsch		Geplante Gruppengröße 30 Studierende		Verbindlichkeit Pflichtmodul
Modulverantwortliche/r Thilo Macharowsky Natascha Nickolaus		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe) Entwicklung von Führungskompetenz		
1.	Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage: <ul style="list-style-type: none">• Verschiedene Führungstheorien zu klassifizieren, zu analysieren und auf konkrete Situationen anzuwenden.• ihr eigenes Führungsverhalten und typische Problemstellungen im Organisationsumfeld eigenständig zu analysieren und zu beurteilen.• Führungspsychologische Zusammenhänge in Organisationen zu erkennen, zu reflektieren und verschiedene Verhaltensoptionen zu erarbeiten und für sich selbst die geeignetste auszuwählen.• ein eigenes Selbstmanagement zum Führungsverhalten zu entwickeln, ihre eigenen Kommunikationsmuster zu verstehen, das Kommunikationsmuster von Gesprächspartnern zu verstehen und Maßnahmen für eine bessere Verständigung zu entwickeln.• ihre Konflikt- und Kritikfähigkeit zu hinterfragen und weiterzuentwickeln.• Vergleiche zwischen verschiedenen Kommunikations- und Führungsstilen im nationalen und internationalen Umfeld anzufertigen und im eigenen Kontext zu bewerten.			
2.	Inhalte <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 und Arbeitszufriedenheit• Die kulturelle Dimension von Führung und Kommunikation			



	<ul style="list-style-type: none">• Neuere Aspekte wie z. B. Salutogenese, Agilität etc.
3.	Lehrformen Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil mit Fallstudien, Übungen sowie Lehrvideos statt. Teile der Vorlesung finden auf Englisch statt.
4.	Teilnahmevoraussetzungen /
5.	Regelungen zur Präsenz /
6.	Prüfungsart und -umfang Klausur (120 Minuten / 100%) Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung /
7.	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS) Bestandene Modulprüfung
8.	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) /
9.	Stellenwert der Note für die Endnote 6/114
10.	Literaturhinweise Führung 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. Persönlichkeit und Motivation Zimbardo, P. G.; Gerrig, R. J.: Psychologie, Berlin, Springer, insbesondere Kapitel 7.1 und 7.4: Motivation und Leistungsmotivation sowie Kapitel 11: Persönlichkeit Kommunikation 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>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>Jeweils neueste Auflage</p>
11.	<p>Sonstige Informationen</p> <p>/</p>
12.	<p>Zuletzt bearbeitet:</p> <p>28.08.2023</p>

Strategic Management				
Module code	ECTS-Credits	Duration of the module	Planned semester of study	Module frequency
	6	One semester	3	Annually
Workload (total) (h) 180 h		Class contact time (h) 60 h		Self study workload (h) 120 h
Language English		Planned group size 30 students		Compulsory or optional Module Compulsory
Module owner(s) Prof. Dr. Anna Rosinus		Course Strategic Management		
1.	Learning Outcomes/competences After successful completion of the module, students will be able to: <ul style="list-style-type: none"> • explain fundamental terms in Strategic Management such as mission/purpose, vision, goals, strategy and corporate culture. • name and explain the single steps as well as the corresponding tools and frameworks of the strategic management process. • describe and examine and corporate and business strategies. • select and apply appropriate management tools for strategic questions such as the analysis of a company's external and internal environment. • examine and critically evaluate existing frameworks in strategic management. • develop, evaluate and choose between strategic options. • discuss present strategic management issues, e.g., sustainability or digitalization and AI. • collaborate in teams when solving strategic issues in case studies including discussion, decision making, and presentation of the results. 			
2.	Contents <ul style="list-style-type: none"> • Management basics: Values, mission, vision, purpose, goals, strategy and corporate culture • Strategic Management Process • Strategic Management tools and frameworks • Modern approaches and recent topics, such as: Business Model Innovation, Strategic Agility, Sustainability or Digitalization and AI. 			
3.	Teaching methods Seminar style with group work and case studies.			

4.	Requirements for participation /
5.	Rules of attendance /
6.	Form and scope of assessment/examination Presentation of a group work project (either case study or applied strategy project) (30%) and exam (70%, 90 minutes) Study achievements as a prerequisite for participation in the assessment examination /
7.	Requirements for receiving credits (ECTS) Passed assessment
8.	Useability of module in other study programs /
9.	Relative weight of the module for final grade 6/114
10.	Literature <ul style="list-style-type: none"> • Grant, R.: Contemporary Strategy Analysis. • Whittington, R. et al. Exploring Strategy, Text & Cases. • Wheelen, T. et al. Strategic Management and Business Policy: Globalization, Innovation and Sustainability, Global Edition. • Thompson, A. et al. Crafting & Executing Strategy: Concepts and Cases. Most recent editions.
11.	Further Information /
12.	Last modified: 04.09.2023



Digital Business & Transformation				
Kennnummer	ECTS- Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	6	Ein Semester	3	Jährlich
Arbeitsaufwand (h) 180 h		Kontaktzeit (h) 60 h	Selbststudium (h) 120 h	
Sprache Deutsch		Geplante Gruppengröße 30 Studierende	Verbindlichkeit Pflichtmodul	
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Dirk Weitzel		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe) Digital Business & Transformation		
1.	Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse <p>Dieses Modul fokussiert auf „Digital Business & Transformation“. Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none">• die grundlegenden Konzepte der digitalen Wirtschaft und IT-basierter Geschäftsmodelle zu erkennen, bestimmen, klassifizieren, charakterisieren und zu vergleichen.• darauf aufbauend eigenständig entsprechende Konzepte und Geschäftsmodelle auszuwählen, kritisch zu hinterfragen, zu konzipieren und zu planen.• verschiedene Ansätze, wie IT-basierte Technologien, zu nutzen, um Kommunikation, Interaktion und Transaktion in einem globalen Umfeld zu ermöglichen, zu beschreiben, zu analysieren, zu gestalten und auf konkrete Fälle der betrieblichen Praxis anzuwenden sowie kritisch zu diskutieren.• die verschiedenen Anwendungsbereiche der digitalen Wirtschaft und IT-basierter Geschäftsmodelle darzustellen, adäquat zu differenzieren und entsprechende Konzepte zu analysieren, kritisch zu hinterfragen, auszuarbeiten und anzuwenden.• den Nutzen neuer IT-basierter Technologien für Unternehmen zu bewerten und betriebliche Probleme der digitalen Wirtschaft kompetent einzuschätzen, zu hinterfragen und Lösungsansätze zu entwickeln.• die Auswirkungen auf organisatorische und prozessuale Veränderungen zu erkennen, die der Veränderungsprozess durch den Einsatz neuer Informationstechnologien mit sich bringt.• Konzepte und Modelle auf konkrete Unternehmensbeispiele anzuwenden, kritisch zu analysieren und zu gestalten.• mögliche soziale und kulturelle Auswirkungen kritisch zu bewerten, damit verbundene digital-ethische unternehmerische und gesellschaftliche Aspekte zu hinterfragen, Lösungsansätze in diesem Kontext zu entwickeln und sich das dafür notwendige Wissen selbstständig zu erarbeiten.• aktuelle innovative Technologien im Bereich der Digitalen Transformation zu erläutern, passende Technologien für spezifische Szenarien auszuwählen und Entscheidungen zu IT-Innovationen unter unsicheren Bedingungen zu treffen und zu argumentieren.• in kleinen Teams verantwortungsbewusst zu agieren, Wissen selbstständig zu recherchieren, anzuwenden, praxisorientierte Fragestellungen zu analysieren, Lösungsalternativen zu beurteilen			

	<p>und Lösungsansätze zu entwickeln.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ihre Ergebnisse innerhalb und außerhalb des Teams zu diskutieren und die Ergebnisse der Teamarbeit gegenüber Fachleuten und Vorgesetzten adäquat zu vertreten.
2.	<p>Inhalte</p> <p>Digital Business & Transformation:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einordnung der digitalen Wirtschaft in den wissenschaftlichen Kontext • Begriffe, Ansätze und Modelle der digitalen Wirtschaft und IT-basierte Geschäftsmodelle • Überblick über aktuelle Entwicklungen in der Informationstechnologie • Methodik zur Bewertung neuer Technologien im betriebswirtschaftlichen Kontext • Erarbeitung von technologischen und betriebswirtschaftlichen Grundlagen neuer Technologien auf der Basis aktueller wissenschaftlicher Erkenntnisse • Anwendungsszenarien und Einsatzmöglichkeiten neuer Technologien, deren Analyse und Bewertung in verschiedenen Unternehmen und Unternehmensfunktionen • soziale und kulturelle Rahmenbedingungen und Auswirkungen digitaler Technologien und der damit verbundenen digital-ethischen gesellschaftlichen und unternehmerischen Fragestellungen
3.	<p>Lehrformen</p> <p>Das Modul wird in Seminarform abgehalten und besteht als digital-orientiertes blended learning-Format aus einer Kombination von Vorlesungen, Übungen, Selbstlernteilen und Coaching-Sitzungen. Teile der Veranstaltung werden in englischer Sprache durchgeführt.</p>
4.	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>/</p>
5.	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>
6.	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Schriftliche Prüfung in Form einer Seminararbeit (40%) und Präsentation (60%)</p> <p>Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung</p> <p>/</p>
7.	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
8.	<p>Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>
9.	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>6/114</p>

<p>10.</p>	<p>Literaturhinweise</p> <p>Literatur in deutscher Sprache:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Andelfinger, V. P., Hänisch, T.: Internet der Dinge: Technik, Trends und Geschäftsmodelle, Springer Gabler. • Clement, R., Schreiber, D.: Internet-Ökonomie – Grundlagen und Fallbeispiel der vernetzten Wirtschaft, Springer Gabler. • Hoffmeister, C., von Borcke, Y.: Think new!, Carl Hanser. • Kaufmann, T.: Geschäftsmodelle in Industrie 4.0 und dem Internet der Dinge, Springer Vieweg. • Kollmann, T.: E-Business, Springer Gabler. • Linnhoff-Popien, C., Zaddach, M., Grahl, A.: Marktplätze im Umbruch: Digitale Strategien für Services im Mobilem Internet, Springer Vieweg. • Osterwalder, A.; Pigneur, Y.; Business Model Generation; Frankfurt am Main; Campus Schmelzer, H. J., Sesselmann, W.: Geschäftsprozessmanagement in der Praxis, Carl Hanser. Wirtz, B. W.: Electronic Business, Springer Gabler. <p>Literatur in englischer Sprache:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ahmed, A., Olander, S.: Velocity – The Seven New Laws for a World Gone Digital, New York, Random House • Christensen, C. M.: The Innovator’s Dilemma; Boston; Harvard Business Review Press • Day, G. S.; Moorman, C.: Strategy from the Outside in; London; Mcgraw-Hill • Day, G. S.; Reibstein, D. J.: Wharton on Dynamic Competitive Strategy; Hoboken; John Wiley & Sons • Kim, W. C.; Mauborgne, R. A.: Blue Ocean Strategy; Boston; Harvard Business Review Press Osterwalder, A.; Pigneur, Y.: Business Model Generation; Hoboken; John Wiley & Sons • Porter, M. E.: Competitive Strategy; New York; Free Press • Rogers, D. L.; Digital Transformation Playbook: Rethink Your Business for the Digital Age; New York; Columbia Univers. Press • Westerman, G.; Bonnet, D.; McAfee, A.; Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation; Boston; Harvard Business Review Press <p>Jeweils neueste Auflage.</p>
<p>11.</p>	<p>Sonstige Informationen</p> <p>/</p>
<p>12.</p>	<p>Zuletzt bearbeitet:</p> <p>12.09.2023</p>



Controlling				
Kennnummer	ECTS- Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	5	Ein Semester	3	Jährlich
Arbeitsaufwand (gesamt) (h) 150 h		Kontaktzeit (h) 45 h		Selbststudium (h) 105 h
Sprache Deutsch		Geplante Gruppengröße 30 Studierende		Verbindlichkeit Pflichtmodul
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Sven Fischbach Prof. Dr. Kai Wiltinger		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe) Controlling		
1.	Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse Nach erfolgreichem Abschluss des Teilmoduls sind die Studierenden in der Lage: <ul style="list-style-type: none">• Relevanz, Aufgaben und Führungsgrößen des operativen und strategischen Controllings zu erläutern• die wichtigen Instrumente des Controllings für unterschiedliche Entscheidungssituationen zu charakterisieren, in praxisorientierten Fallstudien anzuwenden sowie hinsichtlich ihrer Übertragbarkeit auf andere Planungs- und Kontrollentscheidungen in der Praxis zu beurteilen• Ansatzpunkte und Instrumente des Kostenmanagements zu erläutern und hinsichtlich möglicher Einsatzmöglichkeiten zu differenzieren• den Ablauf der operativen Planung und Kontrolle zu erläutern und kritisch zu hinterfragen• empfängerorientierte Berichte zu konfigurieren und in geeigneter Form zu kommunizieren.			
2.	Inhalte <ul style="list-style-type: none">• Einführung in das Controlling• Planung, Steuerung und Kontrolle von Kosten, Erlösen und Ergebnissen<ul style="list-style-type: none">○ Kostenmanagement○ Operative Planung und Budgetierung• Planung, Steuerung und Kontrolle der kurz- und langfristigen Liquidität• Management Reporting<ul style="list-style-type: none">○ Kennzahlen und Kennzahlensysteme○ Gestaltung und Kommunikation von Berichten• Trends im Controlling, z. B.<ul style="list-style-type: none">○ Wertorientiertes Controlling○ Risikoorientiertes Controlling			

3.	Lehrformen Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung / Übung im seminaristischen Stil.
4.	Teilnahmevoraussetzungen Kenntnisse der betriebswirtschaftlichen Funktionen sowie des externen und internen Rechnungswesens
5.	Regelungen zur Präsenz /
6.	Prüfungsart und -umfang Klausur (120 Minuten) Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung /
7.	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS) Bestandene Modulprüfung
8.	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) /
9.	Stellenwert der Note für die Endnote 5/114
10.	Literaturhinweise Deyhle, A. / Eiselmayer, K. / Kleinhietpaß, G.: Controller Praxis, Freiburg, Wörthsee (Verlag für Controlling Wissen) Horváth, P. / Gleich, R. / Seiter, M.: Controlling, München (Vahlen) Horváth & Partners: Das Controllingkonzept, München (dtv / Beck Wirtschaftsberater) Weber, J. / Schäffer, U.: Einführung in das Controlling, Stuttgart (Schäffer-Poeschel) Wiltinger, K. / Heupel, T. / Deimel, K.: Controlling, München (Vahlen) Jeweils in der neuesten Auflage
11.	Sonstige Informationen /
12.	Zuletzt bearbeitet: 15.09.2023



Semester 4				
International Management Seminar				
Modul Code	ECTS-credits	Duration of the module	Planned semester	Module frequency
	3	One semester	4	Annually
Workload (total) (h)		Class contact time (h)		Self study workload (h)
90 h		30 h		60 h
Language		Planned group size		Compulsory or optional module
English		30 students		Compulsory
Module owner(s)		Course		
Prof. Dr. Norbert Rohleder		International Management Seminar		
1.	<p>Learning Outcomes</p> <p>After successful completion of the module, students will be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> acquire in-depth knowledge of the country visited, in particular of its economic, political and social developments as well as of the opportunities and risks of international business activities. develop intercultural competences through the interaction with representatives of institutions and companies in the visited country. compare different cultures and business approaches, e.g. in Asia, North or South America. evaluate current challenges and solutions with regard intercultural management challenges. compare foreign management approaches with German approaches and develop a critical perspective. identify and evaluate the opportunities and risks of doing business abroad using the example of the visited companies. 			
2.	<p>Contents</p> <p>Company/organisation visits and tours, presentations and discussions with local, German and international companies in the respective country visited, as well as presentations, specialist lectures and discussions with institutions in the economic area such as the Embassy, the Chamber of Commerce, the GIZ or local Ministries or Universities.</p>			
3.	<p>Teaching methods</p> <p>Excursion with presentations and discussions</p>			
4.	<p>Requirements for participation</p> <p>/</p>			
5.	<p>Rules of attendance</p> <p>/</p>			



6.	Form and scope of assessment/examination Assignment: company-related paper Study achievements as a prerequisite for participation in the assessment examination /
7.	Requirements for receiving credits (ECTS) Passed assessment
8.	Useability of module in other study programs /
9.	Relative weight of the module for final grade 0/114
10.	Literature 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 Latest edition in each case Selected literature sources related to the country visited
11.	Further Information /
12.	Last modified 29.08.2023



Wissenschaftliches Arbeiten in der Praxis				
Kennnummer	ECTS- Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	3	Ein Semester	4	Semesterweise
Arbeitsaufwand (h)		Kontaktzeit (h)		Selbststudium (h)
90 h		30 h		60 h
Sprache		Geplante Gruppengröße		Verbindlichkeit
Deutsch		30 Studierende		Pflichtmodul
Modulverantwortliche/r		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)		
Prof. Dr. Kai Wiltinger		Wissenschaftliches Arbeiten in der Praxis		
1.	Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse			
	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:			
	<ul style="list-style-type: none">• komplexe betriebswirtschaftliche Problemstellungen, die im Rahmen einer Masterarbeit detailliert bearbeitet werden sollen, zu identifizieren und zu beschreiben.• die für eine Masterarbeit relevante Literatur zu identifizieren und zu analysieren.• forschungsmethodische Vorgehensweisen für die Bearbeitung der Problemstellung zu vergleichen, auszuwählen und klar zu beschreiben.• eine Masterarbeit grob zu strukturieren.• einen geeigneten Zeit- und Ressourcenplan für eine Masterarbeit zu entwickeln.• die Bearbeitung eines komplexen und für die Unternehmenspraxis wichtigen Themas voranzuplanen. Diese Planung ist anwendungsorientiert und soll zu einem ganzheitlichen Lösungsansatz beitragen.• über die fach-/abteilungsbezogene Vorabstimmung zur Themenstellung und die Gruppenpräsentation einzelner Themenvorschläge innerhalb des Moduls die sozialen Kompetenzen weiterzuentwickeln.			
2.	Inhalte			
	Abhängig von der Themenstellung			
3.	Lehrformen			
	Individuelle Betreuung			
4.	Teilnahmevoraussetzungen			
	/			
5.	Regelungen zur Präsenz			
	/			
6.	Prüfungsart und -umfang			
	Hausarbeit (100 %)			
	Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung			

	/
7.	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS) Bestandene Modulprüfung
8.	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) /
9.	Stellenwert der Note für die Endnote 0/114
10.	Literaturhinweise Koeder, K.: Studienmethodik, Vahlen, München Minto, B.: The Pyramid Principle, Pearson Education Essex, UK Punch, K.F.: Developing Effective Research Proposals, et al., Sage, Los Angeles Saunders, M. N. K., Lewis, P., Thornhill, A.: Research Methods for Business Students, Harlow, Pearson Education, Essex, UK, Sesnik, W.: Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten, Oldenbourg, München Jeweils neueste Auflage.
11.	Sonstige Informationen Das Thema soll möglichst in Zusammenarbeit mit einem Unternehmen bearbeitet werden und eine praktische Aufgabenstellung umfassen.
12.	Zuletzt bearbeitet: 07.09.2023



Masterarbeit				
Kennnummer	ECTS- Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	24	Fünf Monate	4.	Semesterweise
Arbeitsaufwand (gesamt) (h) 720 h		Kontaktzeit (h) 30 h		Selbststudium (h) 690 h
Sprache		Geplante Gruppengröße 5 Studierende	Verbindlichkeit Pflichtmodul	
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Norbert Rohleder		Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe) Masterarbeit		
1.	Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage: <ul style="list-style-type: none">• innerhalb einer vorgegebenen Frist eine komplexe Fragestellung aus der Betriebswirtschaftslehre und dem Management selbstständig mit wissenschaftlichen Methoden und Verfahren zu bearbeiten und eine Problemstellung und relevante Forschungsfragen zu definieren.• relevante und neue Literaturbeiträge und Forschungsergebnisse zu erklären und kritisch zu bewerten.• im Projektvorschlag entwickelte Methodik zu implementieren.• verschiedene Lösungsansätze zu generieren, diese kritisch zu bewerten und Handlungsempfehlungen zu entwickeln.• in Abhängigkeit vom Thema die Umsetzung zu planen, durchzuführen sowie ggf. von einem Betreuer aus dem Unternehmen betreut und begleitet zu werden.• durch die Masterarbeit die eigene berufliche Entwicklung und die Möglichkeiten eines Karrierewegs maßgeblich zu skizzieren und zu reflektieren.			
2.	Inhalte Abhängig von der Themenstellung			
3.	Lehrformen Individuelle Betreuung			
4.	Teilnahmevoraussetzungen Bestandene Modulprüfung „Anwendungsbezogenes Unternehmensprojekt“			
5.	Regelungen zur Präsenz /			
6.	Prüfungsart und -umfang Masterarbeit Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung /			

7.	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS) Bestandene Modulprüfung
8.	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) /
9.	Stellenwert der Note für die Endnote 24/114
10.	Literaturhinweise /
11.	Sonstige Informationen Das Thema der Arbeit nimmt im Regelfall Bezug auf eine komplexe Problemstellung aus einem Unternehmen und wird zumeist größtenteils gemeinsam mit Unternehmen bearbeitet.
12.	Zuletzt bearbeitet: 06.09.2023