

Fachbereich Wirtschaftswissenschaften

Modulhandbuch für die Masterstudiengänge

- Business Management
- Human Resource Management

GPO 2021

Stand: Oktober 2026

Inhaltsverzeichnis

Pflichtmodule	4
Empirische Sozial- und Wirtschaftsforschung	4
Europäische und globale Wirtschaftsbeziehungen	6
International Human Resource Management.....	9
Management von Unternehmenskrisen	11
Ökonometrie und empirische Datenanalyse	14
Personalführung.....	16
Personalpolitik und Personalstrategie	18
Projektarbeit.....	20
Wissenschaftliche Studie	22
Auslandssemester.....	24
Masterarbeit	26
Kolloquium	28
Schwerpunktmodule	29
Controlling I.....	29
Finanzierung I	31
Employer Branding, Personalmarketing & Recruiting	33
HR Innovation-Lab I	35
Personalentwicklung & Talentmanagement.....	37
HR Innovation-Lab II	39
Brand Management in a digital world.....	41
International Marketing and Management.....	43
Operations Management I.....	45
Operations Management II.....	47
Wirtschaftsprüfung/Steuerberatung I.....	49
Wirtschaftsprüfung/Steuerberatung II.....	52
Wahlpflichtmodule	55
Controlling und Finanzierung II	55
Leistungsmanagement.....	57
Arbeits- und Sozialversicherungsrecht.....	59
Data Science im Marketing	61
Operations Management III - Digitale Transformation im Unternehmen	63
Softwaregestützte Jahresabschlusserstellung und -prüfung	65
Wirtschaftsrecht	68
Aktuelle Fallstudien der Digitalökonomie und der Künstlichen Intelligenz.....	71
Controlling und Finanzierung II – Digitalisierung, aktuelle Trends und Entwicklungen	73

Fremdsprachenkompetenz	75
Data Analytics II	77
Preismanagement im Marketing.....	79
Sustainable Business Creation	81
International Human Resource Management.....	83
Grundlagen des internationalen Steuerrechts.....	85

Pflichtmodule

Empirische Sozial- und Wirtschaftsforschung

Modulnr./-kürzel: MPES	Empirische Sozial- und Wirtschaftsforschung Vollständiger Modulname		
Veranstaltungsform(en) Vorlesung (2 SWS) + Übung (2 SWS)	Kontaktzeit 32 h / 2 SWS 32 h / 2 SWS	Selbststudium 116 h	Workload gesamt 180 h
ECTS-Punkte 6	Studiensemester 1. Semester (BM) / 2. Semester (HRM)	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Unterrichtssprache Deutsch / Englisch	Art des Moduls Pflichtmodul	geplante Gruppengröße 60	
Verwendbarkeit des Moduls Master-Studiengang "Business Management" (Pflichtmodul) Master-Studiengang „Human Resource Management“ (Pflichtmodul) Zusammenhänge als Analysegrundlage - zu Modul „Ökonometrie und empirische Datenanalyse“ (Weiterführung) (Business Management) - zu „wissenschaftliche Studie“ - zu Projektarbeit - zu einzelnen Schwerpunktmodulen (Business Management) - zur Masterthesis			
Qualifikationsziele			
Inhalte der Vorlesung und der Übung • Einführung in die Wissenschaftstheorie • Grundlagen, Anwendungsbereiche und Probleme der empirischen Sozialforschung • Planung und Ablauf empirischer Untersuchungen • Datenerhebung ○ Beobachtung ○ Befragung ○ Experiment • Datenauswertung ○ Qualitative Inhaltsanalyse ○ Ausgewählte quantitative Verfahren ▪ Deskriptive Statistik und Einführung in SPSS ▪ Hypothesentests und ANOVA ▪ Multivariate Verfahren			
Kompetenzerwerb 1. fachbezogene Kompetenzen Nach diesem Modul haben die Studierenden einen Überblick über die Ziele und Methoden der empirischen Sozialforschung erhalten, sind dafür sensibilisiert, deren Probleme zu erkennen, können wissenschaftliche Untersuchungen mindestens mittlerer Komplexität konzipieren (z.B. Entwicklung eines Fragebogens) und durchführen und wissen, mit welchen Methoden sie die Daten am besten auswerten. Im Rahmen der Auswertung kennen sie Möglichkeiten der qualitativen Datenanalyse und können diese anwenden. Sie kennen auch ausgewählte quantitative Verfahren (insbesondere Hypothesentests) und sind in der Lage, diese anzuwenden. Daneben kennen sie die Einsatzbereiche der multivariaten Verfahren und können das für die spezifischen Untersuchungsziele am besten geeignete multivariate Verfahren auswählen. Außerdem verfügen sie über ausreichende Grundkenntnisse in statistischer Standardsoftware, um sich schnell in gängige Programme einzuarbeiten, und verfügen über vertiefende Kenntnisse in mind. einem dieser Programme (z.B. SPSS, atlas.ti). 2. methodische Kompetenzen			

Nach der Teilnahme an der Modulveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, empirische (quantitative und qualitative) Methoden zu verstehen, anzuwenden und zu bewerten, um Informationen zu sammeln und auszuwerten.

3. fachübergreifende Schlüsselqualifikationen

Das erlernte Wissen (z. B. die Erhebung von Informationen oder die Auswertung von Datenmengen unter Verwendung der erlernten Analysemethoden) kann fachübergreifend angewendet werden.

Lernziele im Hinblick auf die zu erwerbende Gesamtqualifikation / den Studienabschluss

Die Studierenden haben nach diesem Modul die notwendigen Kenntnisse auf dem Gebiet der empirischen Sozial- und Wirtschaftsforschung, um sich bei Bedarf schnell vertiefend in entsprechende Aufgabengebiete einzuarbeiten. Darüber hinaus verfügen sie über praktische Anwendungskompetenz und haben ihr Wissen anhand von Fallbeispielen und praktischen Übungen intensiviert.

Lehr-/Lernformen

Seminaristischer Unterricht, Fallstudien, Selbststudium. Ergänzt um elektronische Lehr- und Lernangebote sowie nach Möglichkeit „computer based training“ mit Hilfe von Datensätzen.

Teilnahmevoraussetzungen

Inhaltlich: Grundkenntnisse der Statistik und Marktforschung

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Zu erbringende Leistung (Art der Leistung und Dauer)

Wissenschaftliche Hausarbeit.

Alternativ: Klausur (90 Min.)

Gewichtung der Note für die Endnote

Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte

Modulbeauftragte/r

Prof. Dr. Holger J. Schmidt

Hauptamtlich Lehrende

Dr. Stephanie May

Literaturhinweise

- Atteslander, P., „Methoden der empirischen Sozialforschung“, Berlin.
- Backhaus, K. u.a., „Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung“, Berlin/Heidelberg.
- Mayring, Ph., „Qualitative Inhaltsanalyse“, Beltz.
- Sarstedt, E. & Mooi, E., „A Concise Guide to Market Research“, Heidelberg.

(jeweils neueste Auflagen)

Europäische und globale Wirtschaftsbeziehungen

Modulnr./-kürzel: MPWB	Europäische und globale Wirtschaftsbeziehungen		
Veranstaltungsform(en) Seminar (4 SWS)	Kontaktzeit 64h/ 4 SWS	Selbststudium 116 h	Workload gesamt 180 h
ECTS-Punkte 6	Studiensemester 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Lehrsprache Deutsch / Englisch	Art des Moduls Pflichtmodul	geplante Gruppengröße 50	
Verwendbarkeit des Moduls Master-Studiengang „Business Management“ (Pflichtmodul)			
Qualifikationsziele			
Inhalte des Seminars <u>Seminarteil „Globale Wirtschaftsbeziehungen“, Prof. Dr. Teodorescu</u> Ausgewählte Themen, unter anderem aus folgenden Bereichen: I. Bedeutung und Entwicklung des internationalen Handels II. Ursachen des Außenhandels III. Staat und Außenhandel IV. Handelspolitische Maßnahmen V. Wirtschaftliche Integration VI. Internationale Währungsordnungen und Wechselkurse VII. Devisenmarkt und Wechselkurssysteme VIII. Internationale Währungsordnung bis 1973 IX. Internationale Währungsordnung seit 1973 X. Aktuelle Fragestellungen im Bereich Globalisierung und internationale Wirtschaftsbeziehungen <u>Seminarteil „Europäische Wirtschaftsbeziehungen“, Prof. Dr. Treude</u> Ausgewählte Themen, unter anderem aus folgenden Bereichen: I. Begriff, Geschichte und Motive der europäischen Integration II. EU und EFTA als internationale Organisationen III. Aufgabengebiete, Institutionen und Akteure der EU IV. EU als Rechtsgemeinschaft V. EU als Wirtschaftsgemeinschaft VI. EU-Binnenmarkt VII. EU-Handelspolitik VIII. Europäische Wirtschafts- und Währungsunion IX. Theorien der (europäischen) Integration X. Aktuelle Entwicklungen des europäischen Integrationsprozesses			

Lernergebnisse (Learning Outcomes)/Kompetenzen

Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über folgende Kenntnisse und Fähigkeiten:

1. fachbezogene Kompetenzen

- Sie sind in der Lage, globale ökonomische Zusammenhänge ganzheitlich darzustellen.
- Sie können konkrete Fragestellungen im Bereich „Europäische und globale Wirtschaftsbeziehungen“ thematisch einordnen, sie mit Hilfe geeigneter Instrumente analysieren sowie konkrete Einflüsse bzw. Handlungsempfehlungen für ein Unternehmen daraus ableiten und bewerten
- Sie können verschiedene Modelle internationaler Handelsbeziehungen analysieren, die Unterschiede zwischen diesen kritisch interpretieren und verschiedene Auswirkungen beurteilen
- Sie sind befähigt, diese Modelle auf aktuelle Fragestellungen des internationalen Handels weltweit sowie auch im Kontext einzelner globalisierten Staaten anzuwenden
- Sie sind in der Lage, Handelseinflüsse im Kontext der Globalisierung zu beurteilen und Triebkräfte und sozio-ökonomische Auswirkungen von Handel zu erklären.
- Nach diesem Modul können die Studierenden die Bedeutung und die Ursachen des Außenhandels erläutern.
- Staatliche Eingriffe in den Außenhandel bzw. handelspolitische Maßnahmen können sie unterscheiden und bewerten.
- Des Weiteren können sie Formen wirtschaftlicher Integration insbesondere in Europa darstellen und Wechselkurse, Devisenmarkt, Wechselkurssysteme und internationale Wirtschaftsordnungen erklären.
- Nach der Teilnahme können die Studierenden die europäische (Wirtschafts-)Integration in den globalen wirtschaftlichen, politischen und rechtlichen Kontext einordnen.
- Sie können die Geschichte, Akteure, Aufgabengebiete und Arbeitsweise der Institutionen der Europäischen Union (EU) darstellen.
- Außerdem sind sie in der Lage, Arbeits- und Denkweisen, Methoden und Theorien der interdisziplinären Forschung zur europäischen Integration zu unterscheiden.
- Sie können Auswirkungen europäischer Politik auf Wirtschaft, Politik und Gesellschaft aus nationaler, transnationaler und internationaler Perspektive analysieren.

2. methodische Kompetenzen

- Die Studierenden werden in die Lage versetzt, ihre Problemlösefähigkeit, Transfer- und Analysefähigkeit zu verbessern und erweitern.
- Die Studierenden entwickeln ihre Fähigkeit zu abstraktem und vernetztem Denken.

3. fachübergreifende Schlüsselqualifikationen

- Sozialkompetenz:
 - Die Studierenden entwickeln ihre Team- und Kooperationsfähigkeit.
 - Sie entwickeln ihre Diskussions- und Argumentationsfähigkeit über gegebene Inhalte.
 - Die Teilnahme an diesem Modul befähigt die Studierenden, im Team Fragestellungen zu bearbeiten und diese vor der Seminaröffentlichkeit zu präsentieren sowie sich einer kritischen Diskussion zu stellen. Somit entwickeln Sie ihre Team- und Kooperationsfähigkeit und erweitern ihre Diskussions- und Argumentationsfähigkeit über gegebene Inhalte.
- Selbstkompetenz:
 - Die Teilnahme an diesem Modul fördert die Fähigkeiten des Selbstmanagements wie z. B. der Selbstlernkompetenz und der sinnvollen Zeiteinteilung bei der Vorbereitung auf die zu erbringende Prüfungsleistung.
 - Die Studierenden entwickeln ein kritisches Bewusstsein für die Herausforderungen in einer wirtschaftlich und politisch vernetzten globalisierten Welt.

Lernziele im Hinblick auf die zu erwerbende Gesamtqualifikation/den Studienabschluss

- Die Studierenden sind in der Lage, betriebswirtschaftliche Fragestellungen in globaler Perspektive in ihren ökonomischen und wirtschaftspolitischen Kontext einzuordnen.
- Der Besuch des Moduls befähigt die in- und ausländischen Studierenden, anwendungsbezogene Inhalte zu durchdringen und auf dieser Basis Vorgänge und Probleme der nationalen und internationalen Wirtschaftspraxis zu analysieren sowie selbstständig ökonomisch begründete Lösungen zu finden.

Lehr-/Lernformen

Seminaristische Lehr-/Lernform mit Vortrags-, Diskussions- und Übungselementen

Wissensvermittlung mittels: Vorträgen, Texten, PowerPoint-Präsentationen, Übungsaufgaben, Flipped Classroom-Elementen, Präsentation von wissenschaftlichen Ausarbeitungen.

Teilnahmevoraussetzungen

keine

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Zu erbringende Leistung (Art der Leistung und Dauer)

Klausur (120 Minuten) oder Portfolioprfung

Gewichtung der Note für die Endnote

Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte

Modulbeauftragte

Prof. Dr. Margareta Teodorescu

Prof. Dr. Sibylle Treude

Hauptamtlich Lehrende

Prof. Dr. Margareta Teodorescu

Prof. Dr. Sibylle Treude

Literaturhinweise

Teil „Globale Wirtschaftsbeziehungen“

- Feenstra, Robert C.: Advanced International Trade: Theory and Evidence, Princeton University Press
- Feenstra, Robert C.; Taylor, Alan M.: International Economics, Worth Publishers
- Ingham, Barbara: International Economics – A European focus, Prentice Hall
- Jarchow, Hans J.; Rühmann, Peter: Monetäre Außenwirtschaft, I. Monetäre Außenwirtschaftstheorie, Stuttgart: UTB
- Krueger, Anne O.: International Trade – What Everyone Needs to Know, Oxford University Press
- Krugman, Paul; Obstfeld, Maurice; Melitz, Marc: Internationale Wirtschaft, Theorie und Politik der Außenwirtschaft, München: Pearson
- Salvatore, Dominik: International Economics – Trade and Finance, Wiley
- Sauernheimer, Karlhans; Rose, Klaus: Theorie der Außenwirtschaft, München: Vahlen
- Siebert, Horst; Lorz, Oliver: Außenwirtschaft, Stuttgart: UTB
- Stiglitz, J. E.: Making Globalization Work, W. W. Norton & Company

Teil „Europäische Wirtschaftsbeziehungen“

- Baldwin, Richard; Wyplosz, Charles: The Economics of European Integration, Berkshire: McGraw-Hill Education Ltd.
- Hix, Simon; Høyland, Bjørn: The Political System of the European Union, London u. a.: Bloomsbury Academic.
- Loth, Wilfried: Europas Einigung. Eine unvollendete Geschichte, Frankfurt/M.: Campus
- Thiemeyer, Guido: Europäische Integration, Köln u. a.: UTB
- Weidenfeld, Werner: Die Europäische Union, aktuelle Auflage, Paderborn: UTB
- Wallace, Helen et al. (Hrsg.): Policy-making in the European Union, Oxford: Oxford University Press.
- Webber, Douglas: European Disintegration? The politics of crisis in the European Union, London: Macmillan.
- Wiener, Antje; Börzel, Tanja A.; Risse, Thomas: European Integration Theory, Oxford: Oxford University Press.

International Human Resource Management

Modulnr./-kürzel: MPIH	International Human Resource Management Vollständiger Modulname		
Veranstaltungsform(en) Seminar (4 SWS)	Kontaktzeit 64 h / 4 SWS	Selbststudium 116 h	Workload gesamt 180 h
ECTS-Punkte 6	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Sommersemester	Dauer 1 Semester
Unterrichtssprache Englisch	Art des Moduls Pflichtmodul	geplante Gruppengröße 25	
Verwendbarkeit des Moduls Ergänzt die grundlegende Qualifikation für eine Tätigkeit im Personalbereich und wirkt damit als Pflichtmodul profilbildend im Studiengang „Human Resource Management“.			
Qualifikationsziele			
Inhalte des Seminars und der Übung • HR-Governance, institutionelle und sozio-kulturelle Rahmenbedingungen der Personalarbeit • Globalisierungs- und Internationalisierungstrends des Personalmanagements • Globale Rekrutierung und Entwicklung von Mitarbeitenden • Performance Management in internationalen Kontext • Entgeltfindung im globalen Spannungsfeld • Entsendung von Mitarbeitenden			
Kompetenzerwerb 1. fachbezogene Kompetenzen • Die Studierenden verstehen die zentralen Modelle des internationalen Personalmanagements, sind in der Lage, die Modelle für einen konkreten Unternehmenskontext auszuwählen und an die gegebenen Rahmenbedingungen anzupassen. 2. methodische Kompetenzen • Die Studierenden sind in der Lage, sich selbstständig neue Fachinhalte zu erschließen und diese zu bewerten und zu präsentieren. 3. fachübergreifende Schlüsselqualifikationen • Durch die kritische Bewertung verschiedener Theorien und Konzepte wird die Analysefähigkeit gesteigert. • Die Gruppenarbeiten befähigen Studierenden, gemeinsam im Team Problemstellungen zu analysieren und Theorien zu übertragen und Lösungsansätze zu bewerten. • Die Bearbeitung von Fallstudien mit konkreten Managementsituationen befähigt die Studierenden, Theorien passend zur Situation auszuwählen und auf die Situation anzuwenden.			
Lernziele im Hinblick auf die zu erwerbende Gesamtqualifikation / den Studienabschluss • Durch die Hinterfragung der jeweiligen Theorien und Konzepte auf ihre zu Grunde liegenden Annahmen können die Studierenden für den jeweiligen beruflichen Kontext passend Konzepte auswählen und anwenden. • Studierende sind in der Lage, Instrumente des internationalen Personalmanagements für Unternehmen zu entwickeln bzw. zu überarbeiten. • Durch die Überprüfung von Modellen und Theorien auf ihre Anwendbarkeit in spezifischen Kontexten werden Studierende in die Lage versetzt, Theorien und Modelle kritisch zu analysieren und passend zum beruflichen Kontext auszuwählen.			
Lehr-/Lernformen Seminaristischer Unterricht im flipped classroom-Format mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen und Fallstudienbearbeitung.			
Teilnahmevoraussetzungen			

keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Zu erbringende Leistung (Art der Leistung und Dauer) Klausur (120 min) oder wissenschaftliche Hausarbeit
Gewichtung der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Christian Lebrecht Lehrende Prof. Dr. Christian Lebrecht, Dr. Uta Langner
Literaturhinweise ▪ Briscoe, D. & Schuler, R.: International Human Resource Management: Policies and Practices for Multinational Enterprises ▪ Dowling, P.; Festing, M.; Engle, A.: International Human Resource Management ▪ Harzing, A. & Piinnington, A. International Human Resource Management. ▪ Hayton, J.; Biron, M., Castro Christiansen, L. & Kuvaas, B. (Hrsg) Global Human Resource Management Casebook ▪ Stahl, G.; Mendenhall, M. & Oddou, G. (Hrsg.) Readings and Cases in International Human Resource Management and Organizational Behavior ▪ Fallstudien ▪ Aktuelle Studien (jeweils neueste Auflagen)

Management von Unternehmenskrisen

Modulnr./-kürzel:	Management von Unternehmenskrisen		
MPMU	Vollständiger Modulname		
Veranstaltungsform(en)	Kontaktzeit	Selbststudium	Workload gesamt
Vorlesung (1 SWS) + Seminar (3 SWS)	16 h / 1 SWS 48 h / 3 SWS	116 h	180 h
ECTS-Punkte	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
6	1. od. 2. Semester	Jedes Wintersemester	1 Semester
Unterrichtssprache	Art des Moduls	Geplante Gruppengröße	
Deutsch	Pflichtmodul	50	
Verwendung des Moduls			
Master-Studiengang "Business Management" (Pflichtmodul)			
Qualifikationsziele: Unternehmenskrisen bedrohen das Unternehmen in seiner Existenz. Zugleich ist das Erkennen und Beherrschen von Unternehmenskrisen zentraler Inhalt einer BWL, die einen Gestaltungsanspruch besitzt und die Kernkompetenzen des Unternehmens und seinen Fortbestand sichern will. Die Studierenden sind in der Lage, Frühwarnsignale zu erkennen und zu interpretieren. Sie sind in der Lage, wirksame Gegenmaßnahmen zu entwickeln und operativ umzusetzen.			
Inhalte Vorlesung und Seminar			
- Grundlagen des Krisenmanagements im Unternehmen - Einordnung Krise; Abgrenzung und Gemeinsamkeiten zu erhöhtem Wettbewerbsdruck durch VUCA, Globalisierung, Digitalisierung u.a. - Krisenmanagement Abgrenzung und Grundprinzipien, Prozess, Rollen und Prinzipien - Risiken in der Praxis und deren Wandel - Prävention, Identifikation, Handlungsprinzipien, Lernen - Erfolgsfaktoren und geeignete Management-Prinzipien in der Krise - Abgrenzung zu klassischen Managementprinzipien - Expectation-Management, Organizational Change Management und Kommunikation in die Organisation - Krisenmanagement von IT-Störungen - Beispiele, Arten, Entwicklung und Bedeutung von IT-Störungen - Prävention und Risikomanagement von IT-Störungen - Business Continuity Management - Vorbereitung auf IT-Krisen - Handlungsprinzipien und Erfolgsfaktoren bei IT-Störungen - Krisenmanagement von Störungen in internationalen Supply Chains (SC) - Paradigmenwechsel am Markt und die Implementierung der Wertschöpfungsphilosophie in der SC - Global Sourcing vs. local production - Krisenmanagement bei kurzfristigen Lieferantenausfällen (Insolvenzen, Übernahmen, Qualitätsprobleme, Kapazitätsprobleme, Sabotage, Produktpiraterie, IPM-Konflikte, etc.) - Krisenmanagement bei politischer Abschottung von Märkten und Lieferanten (Zölle, Technologische Marktprotektion, Sanktionen, etc.) - Krisenmanagement bei exogenen Schocks auf Lieferantenmärkte (Pandemien, Umweltkatastrophen, Terrorismus, Krieg, etc.) - Krisenmanagement bei Unterbrechung der Transportketten in der Beschaffungslogistik durch exogene Schocks (s.o.) - Praxisnahe Optionen zur Absicherung des Lieferantennetzwerks und der Beschaffungslogistik im Krisenfall - Krisenmanagement im Bereich Rechnungswesen und Controlling (Prof. Dr. Moschinski) - Typik von Unternehmenskrisen in ergebniswirtschaftlicher und in finanzwirtschaftlicher Hinsicht - Früherkennung, Analyse und Management operativer Unternehmenskrisen - Umgang mit disruptiven Entwicklungen - Ökonomische Folgen von Unternehmenskrisen und deren Management (Gestaltung von Jahresabschluss und Bilanz, Beeinflussung relevanter Kennzahlen, Management der Bonität des Unternehmens, Verbesserung des Ratings bei			

Fremdkapitalfinanzierungen durch Banken etc.) - Kurz- und mittelfristiges Management von Maßnahmen zur Behebung von Unternehmenskrisen nach der IBER-Methode (Identifikation, Bewertung, Entscheiden und Umsetzen von Maßnahmen) - Handling der Krise und Zusammenarbeit mit internen und externen Stakeholdern (Mitarbeiter, Betriebsrat, Kapitalgeber, Öffentlichkeit etc.) bei Unternehmenskrisen - Minimierung von Haftungsrisiken von Eigenkapitalgebern - Maßnahmen- und Erfolgscontrolling bei Unternehmenskrisen
Kompetenzerwerb 1. Fachbezogene Kompetenzen • Die Studierenden kennen die relevanten Fragestellungen, Handlungsprinzipien und Erfolgsfaktoren des Krisenmanagements in Unternehmen 2. Methodische Kompetenzen • Die Studierenden sind in der Lage, anhand konkreter Fälle Gefährdungssituationen jedweder Art selbstständig zu analysieren und eine Lösungsstrategie zu entwickeln. • Die Studierenden sind sie in der Lage, Disruptionen auf operativer Ebene erfolgreich zu erkennen, zu analysieren, zu managen und zu lösen. 3. Fachübergreifende Schlüsselqualifikationen: • Inhaltlich stehen dabei Unternehmenskrisen aus dem operativen Geschäft im Fokus. Das Management von strategischen Krisen über Sanierungsprogramme oder die Krisenkommunikation stehen nicht im Mittelpunkt dieses Moduls. Für diese Themenstellungen wird auf die Module des Studiengangs verwiesen, in denen diese Fragestellungen behandelt werden.
Lehrformen Seminaristischer Unterricht (auch online) mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen. <u>Schlüsselkompetenzen:</u> ▪ Teamarbeit (Argumentieren über gegebene Inhalte, Moderieren von Teamsitzungen, gemeinsames Entwickeln von Lösungen) ▪ Konzeption von Thesenpapieren ▪ Mündliche Präsentation von Inhalten in Referatsform ▪ Fähigkeit zur Kommunikation (schriftlich und mündlich) <u>Lehrsprache:</u> Deutsch <u>Wissensvermittlung via:</u> Beamer, Tafel, Folienskript, Online und Beiträge aus der Praxis zu den aktuellen Themen des Krisenmanagements
Teilnahmevoraussetzungen Keine
Prüfungsformen Klausur (90 Min.), wissenschaftliche Hausarbeit
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Modulverantwortliche/r: ▪ Prof. Dr. Andreas Moschinski Lehrende: ▪ Prof. Dr. Ayelt Komus, Prof. Dr. Andreas Moschinski
Empfohlene Literatur: - Bräklings, Lux, Oidtmann: Logistik Management, Verlag SpringerGabler - Bräklings, Oidtmann: Beschaffungsmanagement, Verlag SpringerGabler - BSI-Standard 100-4: Notfallmanagement

- Bundesministerium des Innern: Leitfaden Krisenkommunikation
- Hohberger/Damlachi (Hrsg.): Praxishandbuch Sanierung im Mittelstand, Verlag Springer Gabler
- Krystek, Ulrich und Moldenhauer, Ralf: Handbuch Krisen-und Restrukturierungsmanagement: Generelle Konzepte, Spezialprobleme, Praxisberichte
- Karl E. Weick, Kathleen M. Sutcliffe: Das Unerwartete managen, Wie Unternehmen aus Extremsituationen lernen, Verlag Schaeffer Poeschel
- Niering/Hillebrand: Wege durch die Unternehmenskrise, Verlag Gabler
- Taleb, Nassim Nicholas: The Black Swan: The Impact of the Highly Improbable: With a New Section: "on Robustness and Fragility", Verlag Hanser
- Woehe, Jens Marcus; Kurz, Eberhard: Krisen in Digitalprojekten erfolgreich managen: Ein Leitfaden zur Krisenkommunikation

(jeweils neueste Auflagen)

Ökonometrie und empirische Datenanalyse

Modulnr./-kürzel: MPÖK	Ökonometrie und empirische Datenanalyse Vollständiger Modulname		
Veranstaltungsform(en) Vorlesung (2 SWS) + Übung (2 SWS)	Kontaktzeit 32 h / 2 SWS 32 h / 2 SWS	Selbststudium 116 h	Workload gesamt 180 h
ECTS-Punkte 6	Studiensemester 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Unterrichtssprache Deutsch / Englisch	Art des Moduls Pflichtmodul	geplante Gruppengröße 50	
Verwendbarkeit des Moduls Pflichtmodul im Master-Studiengang "Business Management" Zusammenhänge Analysegrundlage - aufbauend auf bzw. auch Wechselwirkung mit Modul „Empirische Sozial- und Wirtschaftsforschung“ (Business Management) - zu „wissenschaftliche Studie“ - zu Projektarbeit - zu einzelnen Schwerpunktmodulen (Business Management) - zur Masterthesis			
Qualifikationsziele			
Inhalte der Vorlesung und der Übung • Einführung in die Ökonometrie • Das lineare Regressionsmodell • Hypothesentests und Konfidenzintervalle • Verletzung der Annahmen des Regressionsmodells • Das logistische Regressionsmodell (Logit/Probit-Modelle) • Weitere Anwendungen in der Ökonometrie (z. B. Zeitreihenmodelle, multivariate Analysemethoden)			
Kompetenzerwerb			
1. fachbezogene Kompetenzen Die Studierenden erhalten einen Einblick in die grundlegenden Ansätze der Ökonometrie und empirischen Datenanalyse und lernen, anwendungsbezogene Fragestellungen zu beantworten.			
2. methodische Kompetenzen Nach der Teilnahme an der Modulveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, wesentliche ökonometrische Analyseansätze mit Hilfe von entsprechender Software (z. B. Excel, SPSS) zu bearbeiten.			
3. fachübergreifende Schlüsselqualifikationen Das erlernte Wissen (z. B. die Auswertung von Datenmengen unter Verwendung der erlernten Analysemethoden) kann fachübergreifend angewendet werden. Die Analyse quantitativer Sachverhalte in Teams wird trainiert. Die Studierenden können komplexe quantitative Zusammenhänge interpretieren und die Ergebnisse verständlich präsentieren.			
Lernziele im Hinblick auf die zu erwerbende Gesamtqualifikation / den Studienabschluss Die Studierenden haben nach diesem Modul weitgehende Kenntnisse auf dem Gebiet der Ökonometrie und empirischen Datenanalyse, um entsprechende Aufgabengebiete in den Wirtschaftswissenschaften selbstständig zu bearbeiten.			
Lehr-/Lernformen Vorlesung (seminaristischer Unterricht), Präsentation, Bearbeitung von Fallstudien in Gruppenarbeit, Diskussion, Selbststudium, Übungsaufgaben, „computer based training“ mit Hilfe von Datensätzen.			
Teilnahmevoraussetzungen <i>Inhaltlich:</i> Grundkenntnisse der Statistik und linearen Algebra. Grundkenntnisse in der empirischen Sozialforschung.			

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Zu erbringende Leistung (Art der Leistung und Dauer) Klausur (90 Min.) Alternativ: Wissenschaftliche Hausarbeit
Gewichtung der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Modulverantwortliche/r: - Prof. Dr. Mark Sellenthin Lehrende: - Prof. Dr. Mark Sellenthin, wiss. Mitarbeiter/innen, LB
Literaturhinweise - Auer & Rottmann, Statistik und Ökonometrie für Wirtschaftswissenschaftler: Eine anwendungsorientierte Einführung, Springer Gabler Verlag. - Backhaus, Erichson et al., Multivariate Analysemethoden, Springer Gabler Verlag. - Cleff, Applied Statistics and Multivariate Data Analysis for Business and Economics: A Modern Approach Using SPSS, Stata and Excel, Springer Verlag. - Dreger, Kosfeld & Eckey, Ökonometrie: Grundlagen – Methoden – Beispiele, Springer Gabler Verlag. (jeweils neueste Auflagen)

Personalführung

Modulnr./-kürzel: MPPF	Personalführung Vollständiger Modulname		
Veranstaltungsform(en) Seminar (4 SWS)	Kontaktzeit 64 h / 4 SWS	Selbststudium 116 h	Workload gesamt 180 h
ECTS-Punkte 6	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Unterrichtssprache deutsch	Art des Moduls Pflichtmodul	geplante Gruppengröße 60	
Verwendbarkeit des Moduls Pflichtmodul in den Masterstudiengängen Business Management und Human Resource Management.			
Qualifikationsziele Die Studierenden erhalten einen vertieften Einblick in die wichtigsten Führungstheorien und -konzepte. Darüber hinaus erwerben die Studierenden ein Verständnis für die den Theorien zu Grunde liegenden Annahmen. Durch die Einbindung der organisationalen Kontextfaktoren der Führung werden die Studierenden verstehen die Studierenden nicht nur die Notwendigkeit von Personalführung. Die Studierenden werden darüber hinaus in die Lage versetzt, die Anwendbarkeit der jeweiligen Führungstheorien auf die konkrete Situation einschätzen und eine der Situation angemessene Führungstheorie auswählen zu können.			
Inhalte des Seminars • Klassische Führungstheorien ○ Eigenschaftstheorie der Führung ○ Führungskompetenzen ○ Führungsstile und verteilte Führung ○ situative Führung ○ Selbstführung • Neuere Führungstheorien ○ transformationale Führung ○ charismatische Führung ○ postheroische Führungstheorien • Organisationale Kontextfaktoren der Führung ○ Macht & Konflikt ○ Unternehmenskultur			
Kompetenzerwerb 1. fachbezogene Kompetenzen • Studierende werden in die Lage versetzt, an Hand von verschiedenen Führungstheorien das Verhalten von einzelnen Personen und Gruppen einerseits zu analysieren, andererseits geeignete Theorien und Konzepte zur zielgerichteten Beeinflussung Einzelner und Gruppe auszuwählen und anzuwenden. 2. methodische Kompetenzen • Die Studierenden sind in der Lage, sich selbstständig neue Fachinhalte zu erschließen und diese zu bewerten und zu präsentieren. 3. fachübergreifende Schlüsselqualifikationen • Durch die kritische Bewertung verschiedener Theorien und Konzepte wird die Analysefähigkeit gesteigert. • Die Bearbeitung von Fallstudien mit konkreten Managementsituationen befähigt die Studierenden, Theorien passend zur Situation auszuwählen und auf die Situation anzuwenden. • Die Gruppenarbeiten befähigen Studierenden, gemeinsam im Team Problemstellungen zu analysieren und Theorien zu übertragen und Lösungsansätze zu bewerten.			
Lernziele im Hinblick auf die zu erwerbende Gesamtqualifikation / den Studienabschluss • Durch den Erwerb von Fachkompetenzen zu Organisation und Personalführung, der Vertiefung der Sozialkompetenzen in den Gruppenarbeiten und der Präsentation der Ergebnisse werden Studierenden für die			

Übernehmen von Führungsverantwortung in Unternehmen und Non-Profit-Organisationen vorzubereitet. • Durch die Hinterfragung der jeweiligen Theorien auf ihre zu Grunde liegenden Annahmen, ihre Anwendbarkeit in spezifischen Kontexten werden Studierende in die Lage versetzt, Theorien und Modelle kritisch zu analysieren.
Lehr-/Lernformen Seminaristischer Unterricht im flipped classroom-Format mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen und Fallstudienbearbeitung.
Teilnahmevoraussetzungen Inhaltlich: Grundlagen der Organisationslehre
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Zu erbringende Leistung (Art der Leistung und Dauer) Klausur oder wiss. Hausarbeit
Gewichtung der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulbeauftragte/r • Prof. Dr. Christian Lebrecht Hauptamtlich Lehrende • Prof. Dr. Christian Lebrecht
Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.) • Bauer, T. & Erdogan, B.: An Introduction to Organizational Behavior • Blessin, B. & Wick, A.: Führen und führen lassen. Ansätze, Ergebnisse und Kritik der Führungsforschung. • Martin, A. (Hrsg.) Organizational Behaviour – Verhalten in Organisationen • Northouse, P.G.: Leadership – Theory and Practice • Weibler, J.: Personalführung • Fallstudien

Personalpolitik und Personalstrategie

Modulnr./-kürzel MPPP	Personalpolitik und Personalstrategie Vollständiger Modulname		
Veranstaltungsform(en) Seminar	Kontaktzeit 64 h / 4 SWS	Selbststudium 116 h	Workload gesamt 180 h
ECTS-Punkte 6	Studiensemester 1. Semester	Häufigkeit des Angebots Wintersemester	Dauer 1 Semester
Unterrichtssprache Deutsch	Art des Moduls Pflichtmodul	geplante Gruppengröße 25	
Verwendbarkeit des Moduls Pflichtmodul im Masterstudiengang Human Resource Management.			
Qualifikationsziele Die Studierenden erhalten einen konzeptionellen Rahmen, der sie befähigt, die Personalarbeit in den unternehmerischen Gesamtzusammenhang einordnen zu können. Das Denken in gesamtunternehmerischen Kontexten bereitet auf die Übernahmen von Führungsfunktionen im Unternehmen, insbesondere in der HR-Funktion vor.			
Inhalte • Historische und sozio-kulturelle Einflussfaktoren auf die Entwicklung unterschiedlicher personalpolitischer Ansätze • Die Implikationen der unterschiedlichen personalpolitischen Ansätze auf die strategische und operative Personalarbeit • Das strategische Personalmanagement als Verbindung von Unternehmensstrategie und Personalmanagement • Das Humankapital des Unternehmens als Wettbewerbsvorteil • Die Verbindung von strategischem Personalmanagement und Unternehmenserfolg • Instrumente und Ansätze zur Strategieimplementierung durch die Personalarbeit			
Kompetenzerwerb 1. fachbezogene Kompetenzen • Studierende werden in die Lage versetzt, durch die Kenntnis verschiedener Ansätze zur Personalpolitik, dem Strategischen Management und dem Personalmanagement beurteilen zu können, wie unterschiedliche Personalinstrumente passend zur Personalpolitik ausgewählt werden sollten, wie die Personalarbeit in ihren verschiedenen Facetten auf die strategischen Belange des Unternehmens ausgerichtet werden kann. 2. methodische Kompetenzen • Die Studierenden sind in der Lage, sich selbstständig neue Fachinhalte zu erschließen und diese zu bewerten und zu präsentieren. • Die Gruppenarbeiten befähigen Studierenden, gemeinsam im Team Problemstellungen zu analysieren und Theorien zu übertragen und Lösungsansätze zu bewerten. 3. fachübergreifende Schlüsselqualifikationen • Durch die kritische Bewertung verschiedener Theorien und Konzepte wird die Analysefähigkeit gesteigert. • Die Bearbeitung von Fallstudien mit konkreten Managementsituationen befähigt die Studierenden, Theorien passend zur Situation auszuwählen und auf die Situation anzuwenden.			

Lernziele im Hinblick auf die zu erwerbende Gesamtqualifikation / den Studienabschluss:

Die Studierenden sollten, nachdem Sie das vorliegende Modul absolviert haben, in der Lage sein, ...

- die unterschiedlichen Ansätze und Philosophien zur Entwicklung einer Personalpolitik kennen und deren Implikationen für die Ausgestaltung der Personalarbeit verstehen,
- mit den zentralen Fragen zur Verknüpfung der Personalarbeit mit der Unternehmensstrategie vertraut sein und die zentralen Problemfelder, die einer erfolgreichen Verknüpfung im Weg stehen,
- kennen die wichtigsten Modelle zur Verknüpfung von Unternehmensstrategie und Personalmanagement und deren jeweiligen zu Grunde liegenden Annahmen kennen und auf unternehmensspezifische Kontexte anwenden können,
- die Vor- und Nachteile der unterschiedlichen Ansätze zur Strategieimplementierung kennen und die Anwendbarkeit des jeweiligen Ansatzes auf einen unternehmerischen Kontext beurteilen können
- in der Lage sein, unter Berücksichtigung der Personalpolitik sowie den weiteren relevanten internen und externen Faktoren für ein Unternehmen eine firmenspezifische Ausrichtung der Personalarbeit zu konzipieren

Lehr-/Lernformen

Seminaristischer Unterricht im flipped classroom-Format mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen und Fallstudienbearbeitung.

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Keine

Inhaltlich: Keine

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Zu erbringende Leistung (Art der Leistung und Dauer)

Klausur (120 Minuten) oder Hausarbeit

Gewichtung der Note für die Endnote

Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte

Modulbeauftragte/r

Prof. Dr. Christian Lebrecht

Hauptamtlich Lehrende

Prof. Dr. Christian Lebrecht

Literaturhinweise

Kernliteratur

- Boxall, P. /Purcell, J.: Strategy and Human Resource Management
- Birri, R.: Human Capital Management: Ein praxisorientierter Ansatz mit strategischer Ausrichtung.
- Lebrecht, C.: Strategie und Personalmanagement. Konzepte und Instrumente zur Umsetzung im Unternehmen (jeweils neueste Auflagen)

Ergänzende Literatur

- aktuelle Studien zu Personalpolitik und strategischem Personalmanagement

Projektarbeit

Modulnr./-kürzel: MPPR	Projektarbeit Vollständiger Modulname		
Veranstaltungsform(en) Projekt	Kontaktzeit 32 h / 2 SWS	Selbststudium 508 h	Workload gesamt 540 h
ECTS-Punkte 18	Studiensemester 3. Studiensemester	Häufigkeit des Angebots jedes Semester	Dauer 1 Semester
Unterrichtssprache Deutsch/Englisch	Art des Moduls Pflichtmodul	geplante Gruppengröße 2 - 5	
Verwendbarkeit des Moduls Master-Studiengänge „Business Management“ und „HRM“ (Pflichtmodul)			
Qualifikationsziele			
Inhalte Ein Projekt soll durch die vier Phasen des Projektzyklus geführt werden. Dabei werden die relevanten Werkzeuge angewandt und weiter vertieft sowie die Aufgabenstellung des Projekts gelöst: Startphase mit Portfoliomanagement, Projektauftrag, Sponsor & Projektmanager, Projektteam und Stakeholder. Planungsphase mit Planungswerkzeugen, wie bspw. Gantt Chart und Netzplantechniken. Durchführungsphase mit Teammanagement, Kreativitätstechniken, Problemlösemethoden, Projektcontrolling und Projektfortschrittsbericht. Abschlussphase mit Projektabschlussbericht, Abschlussbesprechung, Übergabe an Prozesseigner, kritische Reflektion der Ergebnisse und der Vorgehensweise und Projektpräsentation. Die fachliche Ausrichtung und konkrete Ausgestaltung ist vom jeweiligen Projektsponsor abhängig.			
Kompetenzerwerb 1. fachbezogene Kompetenzen Die Fachkompetenz bezieht sich zum einen auf die Methodik selbst und zum anderen auf die inhaltlich-fachliche Kompetenz. Die Ausrichtung des Letzteren ist vom jeweiligen Projektsponsor abhängig. 2. methodische Kompetenzen Erlernen und vertiefen der Kompetenzen im Portfoliomanagement, in der Ausgestaltung und der Abstimmung von Projektaufträgen, in der Organisation von Projektteams, in der Nutzung von Planungswerkzeugen, in Kreativitätstechniken und Problemlösemethoden sowie in der Projektpräsentation. 3. fachübergreifende Schlüsselqualifikationen Denken in Projektstrukturen. Beherrschen der mit längeren und umfangreicheren Projekten einhergehenden Komplexität, sowohl fachlich als auch menschlich. Moderieren, Führen, Entscheiden und Präsentieren von und in Projekten.			
Lernziele im Hinblick auf die zu erwerbende Gesamtqualifikation / den Studienabschluss Nach Beendigung des Moduls haben die Studierenden die im Bachelorstudium erworbenen Grundkenntnisse zum Projektmanagement weiter vertieft und sind in der Lage, auch größere und umfangreichere Projekte eigenständig zum Erfolg zu führen. Sie erkennen, welche Daten und Informationen mit welchen quantitativen oder qualitativen Methoden erhoben werden müssen. Sie können selbstständig Lösungen auf Basis der vorhandenen Daten oder allgemeiner Informationen erarbeiten und Lösungen zielgruppengerecht präsentieren.			
Lehr-/Lernformen Projektarbeit im Team, Projektbesprechungen sowie Selbststudium. Wissensvermittlung via: Projektarbeit, Teambesprechung, Projektauftrag, Projektfortschrittsbericht, Projektabschlussbericht, Erleben und Lösen der üblichen Probleme im Projektmanagement, Diskussionen und Lehrgespräche.			
Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Projektspezifische Vorkenntnisse, idealerweise aus dem Bachelorstudium am FB WiWi, sind von Vorteil.			
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten			

Bestandene Modulprüfung
Zu erbringende Leistung (Art der Leistung und Dauer) Projektarbeit, konkrete Ausgestaltung ist projektabhängig, und Projektpräsentation
Gewichtung der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Kaul Hauptamtlich Lehrende Alle Personen gemäß § 6 Abs. 2 unter analoger Anwendung von § 6 Abs. 3 der Prüfungsordnung.
Literaturhinweise Spezifische Fachliteratur, abhängig vom Thema und Projektsponsor

Wissenschaftliche Studie

Modulnr./-kürzel:	Wissenschaftliche Studie		
MPWS	Vollständiger Modulname		
Veranstaltungsform(en) Wiss. Studie / forschendes Lernen	Kontaktzeit 48 h / 3 SWS	Selbststudium 312 h	Workload gesamt 360 h
ECTS-Punkte 12	Studiensemester 3. Semester	Häufigkeit des Angebots jedes Semester	Dauer 1 Semester
Unterrichtssprache Deutsch/Englisch	Art des Moduls Pflichtmodul	geplante Gruppengröße 7	
Verwendbarkeit des Moduls Master-Studiengänge „Business Management“ und „HRM“ (Pflichtmodul)			
Inhalte			
Qualifikationsziele Die Studierenden können konkrete wissenschaftsrelevante Fragestellungen erarbeiten. Darauf aufbauend können sie bestehende Veröffentlichungen analysieren oder übersetzen die Fragestellungen in eigene theoretische, empirische oder experimentelle Untersuchungen, bei denen qualitative oder quantitative Methoden zur Anwendung kommen können. Sie können die Konzepte und das Studiendesign erarbeiten, die Datenerhebung und -auswertung durchführen und die Ergebnisse präsentieren. Konkret können hierbei Befragungen, Marktuntersuchungen, Produktvergleiche, Benchmarking-Studien, Analyse existierender Veröffentlichungen etc. durchgeführt werden. Dabei können die erarbeitenden Studienteile sowohl eine Bestandsaufnahme der bisherigen wissenschaftlichen Erkenntnisse als auch die Erhebung und Analyse neuer Möglichkeiten/Lösungswege und Alternativen enthalten. Das Studiendesign wird in Absprache mit dem jeweiligen Professor/in abgestimmt.			
Kompetenzerwerb 1. fachbezogene Kompetenzen Die Studierenden verfügen nach Absolvieren des Moduls über vertieftes Spezialwissen in den behandelten Bereichen. Sie sind in der Lage ausgewählte Themen zu analysieren, mit dem bestehenden Wissen zu verknüpfen und zu bewerten. 2. methodische Kompetenzen Die Studierenden erlernen neue, komplexe Sachverhalte eigenständig zu erarbeiten, in Gruppen zu diskutieren und zu präsentieren. Dabei sollen wissenschaftliche Arbeitsmethoden angewendet werden, die durch Projektmanagementmethoden sowie Präsentationstechniken ergänzt werden können. 3. fachübergreifende Schlüsselqualifikationen Selbständige Erschließung von Fachinhalten; Laterales Denken durch selbständiges, konzeptionelles und wissenschaftliches Arbeiten, Präsentation von Ergebnissen, Professionalisierung der Kooperationsfähigkeit, Reflektion von Verhaltensmustern, Umgang mit Kritik.			
Lernziele im Hinblick auf die zu erwerbende Gesamtqualifikation / den Studienabschluss Neben dem Fachwissen kennen die Studierenden die wesentlichen Aspekte der wissenschaftlichen Methodenanwendung. Sie sind, abhängig vom Studieninhalt, in der Lage die quantitativen und qualitativen Methoden der Datenanalyse, -aufbereitung und -auswertung kontextbezogen zu analysieren und zusammenzustellen oder selbst durchzuführen. Sie können, wiederum abhängig vom Studieninhalt, selbstständig Konzepte erstellen, Studiendesigns und Untersuchungsgegenstände entwickeln und operationalisieren, Ergebnisse dokumentieren und Studienberichte erstellen.			
Lehr-/Lernformen Seminaristischer Unterricht mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen. Wissensvermittlung via u.a.: Praxisarbeit, Felduntersuchungen, PowerPoint-Vorträge, Internetanalysen, Literaturanalyse, Lehrgespräche.			
Teilnahmevoraussetzungen Inhaltlich: Keine			
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung			
Zu erbringende Leistung (Art der Leistung und Dauer)			

Wiss. Hausarbeit in Form eines Studienberichtes in Verbindung mit der Präsentation der (Zwischen-) Ergebnisse
Gewichtung der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Kaul Hauptamtlich Lehrende Alle Personen gemäß § 6 Abs. 2 unter analoger Anwendung von § 6 Abs. 3 der Prüfungsordnung.
Literaturhinweise Spezifische Fachliteratur, abhängig vom Thema

Auslandssemester

Modulnr./-kürzel	Auslandssemester		
Veranstaltungsform(en) Auslandssemester	Kontaktzeit	Selbststudium	Workload gesamt
ECTS-Punkte 18 oder 30	Studiensemester 3.	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Lehrsprache i. d. R. englisch oder an- dere Fremdsprache	Art des Moduls Optional zu Modulen des 3. Semesters: Pro- jektphase (18 ECTS) oder wiss. Studie und Pro- jektphase (30 ECTS)	geplante Gruppengröße	
Verwendbarkeit des Moduls Master-Studiengänge „Business Management“ und „Human Resource Management“			
Qualifikationsziele			
Das Auslandsstudium in einem anderen gesellschaftlichen, kulturellen und sprachlichen Umfeld an einer ausländischen Hochschule soll das wirtschaftswissenschaftliche Studium im Inland ergänzen und vertiefen. Darüber hinaus fördert es die Persönlichkeitsentwicklung und regt zur Auseinandersetzung mit wissenschaftlichen Diskursen in anderen kulturellen Settings an. Kulturelle Vielfalt prägt auch die Arbeitssituationen in Unternehmen im globalisierten Wirtschaftsumfeld. Dies setzt voraus, dass die Akteur*innen die Befähigung haben, in interkulturell geprägten Arbeitssituationen mit Angehörigen verschiedener ethnischer Gruppen und in fremdkultureller Umgebung kommunizieren und effektiv und effizient professionell interagieren können. Diese Befähigung wird als interkulturelle Kompetenz bezeichnet. Interkultureller Kompetenzerwerb findet in einer lernenden Auseinandersetzung des Menschen mit ihm zunächst unbekannten, vielleicht befremdlich erscheinenden Situationen, Dingen und Personen statt. Konkret werden dabei u. a. folgende Aspekte zu aktivieren sein: Offenheit, Bereitschaft sich auf neue Umgebung und neue Anforderung einzulassen, Interaktionsfreudigkeit, Flexibilität, Selbstsicherheit und eigenkulturelle Bewusstheit, Stresstoleranz, Ambiguitätstoleranz, Respekt und Interesse für andere Kulturen, Gefühl für angemessenes Handeln. Es geht auch darum, interkulturelle Probleme von anderen Problemzusammenhängen zu unterscheiden sowie unterschiedliche Regeln und Muster der Interaktion erkennen zu können, ferner darum, Lösungsstrategien entwickeln und Problemlösungen zu erproben. Ferner ist zu beachten, dass Menschen, die in internationalen Zusammenhängen arbeiten, nicht nur Kenntnisse über die eigene und andere Kulturen benötigen, sondern auch lernen, mit ihren eigenen Gefühlen, Bewertungen, Akzeptanzschwellen umzugehen.			

Kompetenzerwerb

1. interkulturelle fachwissenschaftliche Kompetenzen

- Die Studierenden erwerben die in der jeweiligen Modulbeschreibung der im Learning Agreement zu absolvierenden Modulen an ausländischen Universitäten/Hochschulen beschriebenen fachbezogenen Kompetenzen (fachwissenschaftliche Kompetenzen).
- Die Studierenden können unterschiedliche kulturelle Perspektiven auf ihre Fachwissenschaft einnehmen (interkulturelle fachwissenschaftliche Kompetenz).

2. methodische Kompetenzen in interkulturellen Kontexten

- Die Studierenden erwerben die in der jeweiligen Modulbeschreibung der im Learning Agreement zu absolvierenden Modulen an ausländischen Universitäten/Hochschulen beschriebenen methodischen Kompetenzen in interkulturellen Kontexten.

3. fachübergreifende Schlüsselqualifikationen in interkulturellen Kontexten

- Die Studierenden erwerben die in der jeweiligen Modulbeschreibung der im Learning Agreement zu absolvierenden Modulen an ausländischen Universitäten/Hochschulen beschriebenen fachübergreifenden Schlüsselkompetenzen in interkulturellen Kontexten. Zu diesen gehören insbesondere:

▪ Sozialkompetenz:

- Die Studierenden entwickeln ihre Team- und Kooperationsfähigkeit in interkulturellen Kontexten.
- Sie entwickeln ihre Diskussions- und Argumentationsfähigkeit in interkulturellen Kontexten.

▪ Selbstkompetenz:

- Die Teilnahme an diesem Modul fördert die Fähigkeiten des Selbstmanagements wie z. B. der Selbstlern- und Zeitmanagementkompetenz auch in fremdkulturellen Kontexten.

▪ Interkulturelle Handlungskompetenz:

- Die Studierenden können in interkulturellen Situationen angemessen und erfolgreich handeln.
- Die Studierenden entwickeln ein kritisches Bewusstsein für die Herausforderungen in einer wirtschaftlich und politisch vernetzten globalisierten Welt.

▪ Fremdsprachenkenntnisse/Sprachkenntnisse:

- Die Studierenden besitzen erweiterte Fremdsprachenkompetenzen/Sprachenkompetenzen

Lernziele im Hinblick auf die zu erwerbende Gesamtqualifikation/den Studienabschluss

- Die Studierenden erwerben und reflektieren interkulturelle Kompetenzen.
- Ein Auslandssemester befähigt die in- und ausländischen Studierenden, fachwissenschaftliche und fachlich-methodische Inhalte in interkulturellen Kontexten zu durchdringen.
- Die Studierenden erweitern ihre fremdsprachigen Kenntnisse.

Lehr-/Lernformen

Gemäß Modulbeschreibungen der den im Learning Agreement zu absolvierenden Module an ausländischen Universitäten/Hochschulen.

Teilnahmevoraussetzungen

Inhaltlich: keine

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfungen gemäß Learning Agreement

Zu erbringende Leistung (Art der Leistung und Dauer)

Gemäß Learning Agreement

Gewichtung der Note für die Endnote

Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte

Modulbeauftragte und hauptamtlich Lehre

Alle Lehrenden des Fachbereichs

Masterarbeit

Modulnr./-kürzel: MPMA	Masterarbeit Vollständiger Modulname		
Veranstaltungsform(en) Thesis	Kontaktzeit	Selbststudium 750 h	Workload gesamt 750 h
ECTS-Punkte 25	Studiensemester 4. Semester	Häufigkeit des Angebots jedes Semester	Dauer 1 Semester
Unterrichtssprache Deutsch/Englisch	Art des Moduls Pflichtmodul	geplante Gruppengröße i.d.R. 1	
Verwendbarkeit des Moduls Master-Studiengänge „Business Management“ und „HRM“ (Pflichtmodul)			
Qualifikationsziele			
Inhalte Bearbeitung der Masterarbeit nach wirtschaftswissenschaftlichen Gesichtspunkten oder Bearbeitung eines Projekts. Erstellung einer schriftlichen, wissenschaftlich fundierten Ausarbeitung. Im Rahmen der Masterarbeit soll der/die Studierende unter Beweis stellen, dass er/sie theoretisches Wissen und die im Studium angeeigneten Kenntnisse auf ein konkretes theoretisches oder an der Praxis orientiertes Problem anwenden und Erkenntnisse daraus ziehen kann. Hier werden zwar auch Fakten referiert, jedoch werden schwerpunktmäßig Problemlösungen mit wissenschaftlichen Methoden erarbeitet.			
Kompetenzerwerb 1. fachbezogene Kompetenzen Abhängig von dem Thema. 2. methodische Kompetenzen Analyse von wissenschaftlichen Publikationen oder wissenschaftlich fundierte Gewinnung von Informationen und Daten sowie deren Auswertung unter Berücksichtigung der bisher erworbenen Kenntnisse und Fertigkeiten. Verfassen wirtschaftswissenschaftlicher Texte. 3. fachübergreifende Schlüsselqualifikationen Ausbau der Fähigkeiten zur selbstständigen, zielorientierten Arbeit in einem begrenzten Zeitrahmen unter Leitung eines Betreuers bzw. Betreuerin. Umsetzung eines persönlichen Zeit- und Selbstmanagements.			
Lernziele im Hinblick auf die zu erwerbende Gesamtqualifikation / den Studienabschluss Innerhalb einer vorgegebenen Zeit kann ein Problem aus dem Bereich der Wirtschaftswissenschaften oder angrenzender Fachdisziplinen selbstständig nach wissenschaftlichen Methoden erarbeitet werden.			
Lehr-/Lernformen Entfällt			
Teilnahmevoraussetzungen Formal: 60 ECTS im Studiengang Business Management, 90 ECTS im Studiengang Human Resource Management Inhaltlich: Keine			
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung			
Zu erbringende Leistung (Art der Leistung und Dauer) Schriftliche Ausarbeitung			
Gewichtung der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte			
Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Kaul Hauptamtlich Lehrende Alle Personen gemäß § 6 Abs. 2 und Abs. 3 der Prüfungsordnung			
Literaturhinweise			

Spezifische Fachliteratur, abhängig vom Thema

Kolloquium

Modulnr./-kürzel: MPKO	Kolloquium Vollständiger Modulname		
Veranstaltungsform(en) Kolloquium	Kontaktzeit	Selbststudium 150 h	Workload gesamt 150 h
ECTS-Punkte 5	Studiensemester 4. Semester	Häufigkeit des Angebots jedes Semester	Dauer 1 Semester
Unterrichtssprache Deutsch/Englisch	Art des Moduls Pflichtmodul	geplante Gruppengröße	
Verwendbarkeit des Moduls Master-Studiengänge „Business Management“ und „HRM“ (Pflichtmodul) Zusammenhang: Themengebiete der Masterthesis werden erörtert			
Qualifikationsziele			
Inhalte Das Master-Kolloquium behandelt sämtliche Themengebiete der jeweiligen Masterarbeit des/der Studierenden.			
Kompetenzerwerb 1. fachbezogene Kompetenzen Abhängig vom Thema. 2. methodische Kompetenzen Kritische mündliche Präsentation eines zuvor im Rahmen der Masterarbeit erschlossenen Themengebietes und die Diskussion der wesentlichen Themenaspekte und offenen Fragen. 3. fachübergreifende Schlüsselqualifikationen Mündliche Präsentation und Diskussion.			
Lernziele im Hinblick auf die zu erwerbende Gesamtqualifikation / den Studienabschluss Die Inhalte und Ergebnisse der vorangegangenen Masterarbeit können mündlich präsentiert und kritisch diskutiert werden. Zusätzlich können die Fragen der Prüfenden beantwortet werden.			
Lehr-/Lernformen Entfällt			
Teilnahmevoraussetzungen Formal: eine mit mind. „ausreichend“ (4,0) bewertete Masterarbeit Inhaltlich: Keine			
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung			
Zu erbringende Leistung (Art der Leistung und Dauer) Mündliche Prüfung, mindestens 30 und maximal 60 Minuten			
Gewichtung der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte			
Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Kaul Hauptamtlich Lehrende Alle Personen gemäß § 6 Abs. 2 unter analoger Anwendung von § 6 Abs. 3 der Prüfungsordnung			
Literaturhinweise Spezifische Fachliteratur, abhängig vom Thema			

Schwerpunktmodule

Controlling I

Modulnr./-kürzel: MSCO1	Controlling I Vollständiger Modulname		
Veranstaltungsform(en) Seminar (5 SWS) + Übung (3 SWS)	Kontaktzeit 80 h / 5 SWS 48 h / 3 SWS	Selbststudium 232 h	Workload gesamt 360 h
ECTS-Punkte 12	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Wintersemester	Dauer 1 Semester
Unterrichtssprache Deutsch und Englisch	Art des Moduls Schwerpunktmodul	geplante Gruppengröße 20-30 Studierende	
Verwendbarkeit des Moduls: Master-Studiengang „Business Management“; Schwerpunktmodul im Schwerpunkt „Controlling und Finanzierung“			
Qualifikationsziele Nach diesem Modul sind die Studierenden in der Lage, die Methoden des Controllings zu verstehen und selbstständig anzuwenden. Das im Bachelor-Studium erworbene Wissen wurde vertieft und ergänzt.			
Inhalte des Seminars und der Übung ▪ Wissenschaftstheoretische Grundlagen ▪ Informationsversorgung sowie Operative und Taktische Planung und Kontrolle ▪ Controlling mit SAP ▪ Fallstudien und Übungen ▪ Gastreferenten aus der Unternehmenspraxis zu aktuellen Controlling-Themen			
Kompetenzerwerb 1. Fachbezogene Kompetenzen: Controlling-Instrumente verstehen und anwenden 2. Methodische Kompetenzen: Selbständiges Arbeiten, Arbeiten in Gruppen, Diskussionsfähigkeit, Eigenständiges Erarbeiten eines Themas und Präsentation 3. Fachübergreifende Schlüsselqualifikationen: Wissenschaftstheorie verstehen			
Lernziele im Hinblick auf die zu erwerbende Gesamtqualifikation / den Studienabschluss Das Fach im Zusammenhang mit den Aufgaben der Unternehmensführung einordnen und verstehen			
Lehr-/Lernformen Seminaristischer Unterricht mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen.			
Teilnahmevoraussetzungen Inhaltlich: Keine			
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung			
Zu erbringende Leistung (Art der Leistung und Dauer) Hausarbeit und mündliche Prüfung			
Gewichtung der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte			
Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Andreas Mengen Hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Andreas Mengen / LB			
Literaturhinweise (jeweils aktuelle Auflage) ▪ Weber, J./Schäffer, U.: Einführung in das Controlling. ▪ Küpper, H.-U. et al.: Controlling.			

- Horváth, P. et al.: Controlling.
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten.

Finanzierung I

Modulnr./-kürzel MSFI1	Finanzierung I Vollständiger Modulname		
Veranstaltungsform(en) Seminar (5 SWS) + Übung (3 SWS)	Kontaktzeit 80 h / 5 SWS 48 h / 3 SWS	Selbststudium 232 h	Workload gesamt 360 h
ECTS-Punkte 12	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Sommersemester	Dauer 1 Semester
Unterrichtssprache Deutsch / Englisch	Art des Moduls Schwerpunktmodul	geplante Gruppengröße 20-30 Studierende	
Verwendbarkeit des Moduls Master-Studiengang „Business Management“; Schwerpunktmodul im Schwerpunkt „Controlling und Finanzierung“			
Qualifikationsziele Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen sind die Studierenden in der Lage, die behandelten Themen zu analysieren und bewerten; darauf aufbauend sollen gegebenenfalls auch eigene Ansätze entwickelt werden können.			
Inhalte des Seminars und der Übung Ausgewählte Themen aus unter anderem folgenden Bereichen: • Kapitalstruktur- und Ausschüttungspolitik • Finanzinstrumente • Risikomanagement • Portfolio- und Kapitalmarkttheorie • Mikrostruktur von Finanzmärkten • Behavioral Finance • weitere finanzwirtschaftliche Themen			
Kompetenzerwerb 1. fachbezogene Kompetenzen Die Studierenden verfügen nach Absolvieren des Moduls über vertieftes Spezialwissen in den behandelten finanzwirtschaftlichen Bereichen. Dies beinhaltet sowohl strategische Aspekte, operative Instrumente als auch forschungsorientierte Ansätze. Sie sind in der Lage ausgewählte finanzwirtschaftliche Themen zu analysieren, mit dem bestehenden Wissen zu verknüpfen und zu bewerten. 2. methodische Kompetenzen Die Studierenden erlernen neue, komplexe Sachverhalte eigenständig zu erarbeiten, in Gruppen zu diskutieren und zu präsentieren. Dabei können Projektmanagementmethoden sowie Präsentations- und auch Moderationstechniken zum Einsatz gelangen. 3. fachübergreifende Schlüsselqualifikationen Die Studierenden sind mit diversen finanzwirtschaftlichen Themen vertraut, so dass sie weitere bzw. neue Themen und Situationen selbst erarbeiten und einordnen können, grundsätzlich ein Austausch mit Fachvertretern möglich ist und komplexe Sachverhalte hinterfragt werden können.			
Lernziele im Hinblick auf die zu erwerbende Gesamtqualifikation / den Studienabschluss Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden die Bedeutung finanzwirtschaftlicher Themen und deren Vielfalt erfasst. Sie haben Ihre Kenntnisse über Finanzinstrumente, finanzwirtschaftliche Gestaltungsprozesse und Notwendigkeiten einer Unternehmung, damit zusammenhängender relevanter Methoden, und über Finanzmärkte vertieft. Stärken und Schwächen modelltheoretischer Überlegungen und der Einfluss menschlichen Verhaltens ist ihnen präsent. Auf der Basis können die Teilnehmer neue finanzwirtschaftliche Fragestellungen analysieren, bewerten und Überlegungen zu Lösungen entwickeln.			
Lehr-/Lernformen Seminaristischer Unterricht mit Vortrags-, Diskussions- und Übungselementen, auch flipped classroom-Bestandteile Wissensvermittlung via: PowerPoint, Tafel, Diskussion, eigenständige Erarbeitung und Präsentation von Themen, Übungen und Fallstudien, E-Learning-Veranstaltungsformate (synchron, asynchron) und Experimente, Selbststudium			

Teilnahmevoraussetzungen
Inhaltlich: Grundwissen in finanzwirtschaftlichen Themen (von Vorteil)
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
Bestandene Modulprüfung
Zu erbringende Leistung (Art der Leistung und Dauer)
Klausur oder mündliche Prüfung
Gewichtung der Note für die Endnote
Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulbeauftragte/r
Prof. Dr. Kaul
Hauptamtlich Lehrende
Prof. Dr. Kaul, wiss. Mitarbeiter/in, Lehrbeauftragte
Literaturhinweise
(Jeweils die aktuelle Auflage)
• Copeland, T. E., Weston, J. F., Shastri, K.: Financial Theory and Corporate Policy, Boston. • Daxhammer, R. J., Faccar, M.: Behavioral Finance, Konstanz. • Foucault, T., Pagano, M., Röell, A.: Market Liquidity, Oxford. • Gilligan, J., Wright, M.: Private Equity Demystified, London. • Hillier, D., Ross, S. A.; Westerfield, R. W.; Jaffe, J.; Jordan, B. D.: Corporate Finance, London. • Hartmann-Wendels, T., Pfingsten, A., Weber, M.: Bankbetriebslehre, Berlin. • Hull, J. C.: Optionen, Futures und andere Derivate, München. • Perridon, L.; Steiner, M., Rathgeber, A. W.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, München.
Bei Bedarf wird weitere Literatur in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Employer Branding, Personalmarketing & Recruiting

Modulnr./-kürzel MSHM1	Employer Branding, Personalmarketing & Recruiting Vollständiger Modulname		
Veranstaltungsform(en) Seminar	Kontaktzeit 96 h / 6 SWS	Selbststudium 174 h	Workload gesamt 270 h
ECTS-Punkte 9	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Wintersemester	Dauer 1 Semester
Unterrichtssprache Deutsch	Art des Moduls Schwerpunktmodul	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
Verwendbarkeit des Moduls Master-Studiengang "Human Resource Management", wählbar auch für Studierende des Studiengangs „Business Management“			
Qualifikationsziele: Die Studierenden erhalten einen vertieften Einblick in die wichtigsten theoretischen Grundlagen zum Employer Branding, Personalmarketing und Recruiting. Darüber hinaus erwerben die Studierenden ein tiefgreifendes Verständnis für die den Theorien zu Grunde liegenden Annahmen. Durch die Auseinandersetzung mit den organisationalen Kontextfaktoren werden die Studierenden verstehen, diese hinsichtlich ihrer Anwendbarkeit differenziert zu reflektieren, kritisch zu analysieren und zu bewerten. Darüber hinaus sollen die Studierenden in die Lage versetzt werden, die Konzepte, Instrumente und Prozesse im Hinblick auf konkrete Situationen und Zielgruppen einzuschätzen und eine den Gegebenheiten und Rahmenbedingungen entsprechende eigenständige Lösung zu erarbeiten.			
Inhalte Employer Branding, Personalmarketing & Recruiting I. Demographie, Arbeitsmarkt & Zielgruppen II. Von den Markenkonzptionen des Produktmarketings zum Employer Branding III. Employer Branding in der Praxis IV. Internal (Employer-) Branding (Transferkonzption) V. Social Media im Personalmarketing VI. Ausbildungsmarketing 2.0 VII. Innovatives Hochschulmarketing VIII. Recruiting in Theorie und Praxis IX. Recruiting-Trends von Big Data bis Robot-Recruiting			
Kompetenzerwerb 1. fachbezogene Kompetenzen Die Studierenden verfügen nach Absolvieren des Moduls über vertieftes Spezialwissen in den Bereichen Employer Branding, Personalmarketing & Recruiting. Dies beinhaltet sowohl strategische Dimensionen als auch operative Instrumentarien. 2. methodische Kompetenzen Die Studierenden erlernen neue und komplexe Aufgaben und Probleme selbstständig und flexibel zu bewältigen, und zwar unter Anwendung von Problemlösungs-, Analyse- und Entscheidungstechniken. 3. fachübergreifende Schlüsselqualifikationen Im Sinne einer kommunikativen Kompetenz sollen (fachbezogene) Positionen und Problemlösungen rezipiert, formuliert und argumentativ verteidigt werden können, um den Austausch mit Fachvertretern und Laien zu gewährleisten. Die Entwicklung eines ethischen und sozialverantwortlichen Bewusstseins sowie eine individuelle Werthaltung (Einstellungen) in Bezug auf Menschen, Sozialpartnern und Stake-/Shareholder werden gefördert.			
Lernziele im Hinblick auf die zu erwerbende Gesamtqualifikation / den Studienabschluss Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden die ganzheitliche Bedeutung des Employer Brandings, des Personalmarketing und Recruitings in ihren strategischen Zusammenhängen und Wirkungen internalisiert. Sie kennen die operativen und strategischen Instrumente und können diese selbstständig anwenden. Des Weiteren sind sie dazu in der Lage selbstständig Praxis-konzepte zu entwickeln, nationale und internationale Studien fundiert auszuwerten und zu bewerten.			
Lehr-/Lernformen Seminaristischer Unterricht mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen. Lehrsprache: Deutsch Wissensvermittlung via: PowerPoint-Vorträge, Lehrgespräche, Fallstudien, Konzeptentwicklungen, Workshops mit Unternehmen, Exkursion, Praxisbeispiele und Gruppenübungen, Vorlesungsmanuskript, Internet- und Literaturstudium			
Teilnahmevoraussetzungen			

Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Zu erbringende Leistung (Art der Leistung und Dauer) Hausarbeit mit Präsentation (6 Wochen Bearbeitungszeit für 5 Seiten i. S. e. wissenschaftlichen Artikels – ohne Deckblatt/Literaturverzeichnis/Anhang), 20 Minuten Präsentation/ Fachgespräch) gem. § 10 Abs.3 der gemeinsamen Prüfungsordnung oder Portfolioprfung (Thesen-/Praxispapier, Projektaufgabe, Fachgespräch (max. 30 Minuten), Lerntagebuch (12 Seiten) ...)
Gewichtung der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r: - Prof. Dr. Christoph Beck Hauptamtlich Lehrende: - Prof. Dr. Christoph Beck
Literaturhinweise (jeweils die aktuelle Auflage): - Bartscher, T./ Nissen, R.: Personalmanagement, Pearson. - Beck, C. (Hrsg.): Personalmarketing 2.0, Wolters-Kluwer-Verlag. - Beck, C.: Ausbildungsmarketing 2.0, Wolters-Kluwer-Verlag. - Esch, F.-R. (Hrsg.): Moderne Markenführung, Gabler-Verlag. - Personalwirtschaftliche Fachzeitschriften. - Aktuelle Studien.

HR Innovation-Lab I

Modulnr./-kürzel MSHL1	HR Innovation-Lab I Vollständiger Modulname		
Veranstaltungsform(en) Labor	Kontaktzeit 32 h / 2 SWS	Selbststudium 58 h	Workload gesamt 90 h
ECTS-Punkte 3	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Wintersemester	Dauer 1 Semester
Unterrichtssprache Deutsch	Art des Moduls Schwerpunktmodul	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
Verwendbarkeit des Moduls Master-Studiengang "Human Resource Management", wählbar auch für Studierende des Studiengangs „Business Management“			
Qualifikationsziele Die Studierenden ▪ beschäftigen sich intensiv mit einem Zukunftsthema und entwickeln dieses weiter ▪ stellen bisherige Verfahren/Systeme/Prozesse/Produkte in Frage und formulieren Anforderungen für die Zukunft ▪ entwickeln unter Einsatz agiler Methoden eigenständig innovative Lösungen/Konzepte/Ansätze für konkrete Fragestellungen ▪ präsentieren und verteidigen Ihre innovativen Lösungsansätze			
Inhalte Hier wird ein aktuelles Thema (je Gruppe.) neu oder anders gedacht und weiterentwickelt. Aus heutiger Sicht kämen bspw. Themen aus den folgenden Bereichen in Frage (=Momentaufnahme): Digitales Personalmanagement - Digitalisierung von Personalprozessen - Systeme neu denken: Bewerbermanagement-Systeme, Self-Service-Systeme, etc. - Chatbots, Virtual Reality & Co: Neue Einsatz- und Anwendungsmöglichkeiten. Oder auch New Work - Digital Workplace und die Arbeitswelt der Zukunft - Autonomie von Arbeitszeit und Arbeitsort: Neu denken - Konkrete Ansätze in Theorie & Praxis: ganzheitlich evaluieren			
Kompetenzerwerb - fachbezogene Kompetenzen Die Studierenden verfügen nach Absolvieren des Moduls über ein Spezialwissen in einem bzw. mehreren Zukunftsthemen, welches sie inhaltlich weiterentwickeln bzw. neu oder anders denken sollen. - methodische Kompetenzen Die Studierenden erlernen die Anwendung agiler Methoden (Scrum, Design Thinking, ..) um Innovationen zu generieren. - fachübergreifende Schlüsselqualifikationen Im Sinne einer kommunikativen Kompetenz sollen Innovationen und neue Problemlösungen/Konzepte rezipiert, formuliert und argumentativ verteidigt werden können, um den Austausch mit Fachvertretern und Laien zu gewährleisten. Die Studierenden lernen bestehende Produkte, Prozesse etc. in Frage zu stellen und selbstständig innovative Konzepte für die Praxis zu entwickeln.			
Lernziele im Hinblick auf die zu erwerbende Gesamtqualifikation / den Studienabschluss Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden die behandelten Zukunftsthemen internalisiert, bestehende Lösungen/Konzepte kritisch hinterfragt sowie neue bzw. andere Lösungen/Konzepte selbstständig entwickelt. Sie können die Zukunftsthemen im Zusammenhang einordnen, lernen eine Offenheit für Innovationen und Veränderungen und die Notwendigkeit, das eigene Tun und Denken kontinuierlich zu hinterfragen und neue Ansätze/Methoden/Techniken/Technologien in ihren Denkhorizont einzubinden.			
Lehr-/Lernformen Experimental-Vorlesung, Projektarbeit unter Einsatz agiler Methoden (Scrum, Design Thinking), mit Vortrags-, Diskussions- und Präsentationselementen, sowie selbst gesteuertem Lernen. Lehrsprache: Deutsch Wissensvermittlung via: Internet- und Literaturstudium, Studium von Praxisanwendungen, Projektarbeit mittels agiler Methoden,			

Konzept-/Lösungsentwicklungen, Präsentationen
Teilnahmevoraussetzungen
Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
Bestandene Modulprüfung
Zu erbringende Leistung (Art der Leistung und Dauer)
Prüfungsleistung: keine
Studienleistung: Lerntagebuch (je Woche eine Seite) und Abschlusspräsentation
Gewichtung der Note für die Endnote
Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulbeauftragte/r:
▪ Prof. Dr. Christoph Beck
Hauptamtlich Lehrende:
▪ Prof. Dr. Christoph Beck
Literaturhinweise
▪ Aktuelle themenabhängige Literatur
▪ Aktuelle Projektberichte, Anwendungsreichte
▪ Aktuelle System- und Prozessbeschreibungen
▪ Aktuelle nationale und internationale Studien

Personalentwicklung & Talentmanagement

Modulnr./-kürzel MSHM2	Personalentwicklung & Talentmanagement Vollständiger Modulname		
Veranstaltungsform(en) Seminar	Kontaktzeit 96 h / 6 SWS	Selbststudium 174 h	Workload gesamt 270 h
ECTS-Punkte 9	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Sommersemester	Dauer 1 Semester
Unterrichtssprache Deutsch	Art des Moduls Schwerpunktmodul	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
Verwendbarkeit des Moduls Master-Studiengang "Human Resource Management", wählbar auch für Studierende des Studiengangs „Business Management“			
Qualifikationsziele: Die Studierenden erhalten einen vertieften Einblick in die wichtigsten theoretischen Grundlagen zur Personalentwicklung und dem ganzheitlichen Talentmanagement. Darüber hinaus erwerben die Studierenden ein tiefgreifendes Verständnis für die den Theorien zu Grunde liegenden Annahmen. Durch die Auseinandersetzung mit den organisationalen Kontextfaktoren werden die Studierenden verstehen, diese hinsichtlich ihrer Anwendbarkeit differenziert zu reflektieren, kritisch zu analysieren und zu bewerten. Darüber hinaus sollen die Studierenden in die Lage versetzt werden, die Konzepte, Instrumente und Prozesse im Hinblick auf konkrete Situationen und Zielgruppen einzuschätzen und eine den Gegebenheiten und Rahmenbedingungen entsprechende eigenständige Lösung zu erarbeiten.			
Inhalte Personalentwicklung & Talentmanagement I. Grundlagen der Personalentwicklung II. Strategische Personalentwicklung III. Moderne Ansätze der Personalentwicklung IV. Lebensphasen- und lebensereignisorientierte PE / Evidenzorientierte Personalentwicklung V. Personalentwicklung mit/ohne Persönlichkeitsentwicklung VI. Kompetenzentwicklung VII. Operative Personalentwicklung und Personalentwicklungsprogramme VIII. Ganzheitliches Talent-Management IX. Talentmanagement in Theorie und Praxis X. Talentdefinition und Talentidentifikation XI. Die vier Handlungsfelder im Detail: Attraction, Keep, Development und Retention XII. Analyse von Praxisbeispielen			
Kompetenzerwerb 1. fachbezogene Kompetenzen Die Studierenden verfügen nach Absolvieren des Moduls über vertieftes Spezialwissen in den Bereichen Personalentwicklung & Talentmanagement. Dies beinhaltet sowohl strategische Dimensionen als auch operative Instrumentarien. 2. methodische Kompetenzen Die Studierenden erlernen neue und komplexe Aufgaben und Probleme selbstständig und flexibel zu bewältigen, und zwar unter Anwendung von Problemlösungs-, Analyse- und Entscheidungstechniken sowie die Anwendung der methodischen Kompetenzen der Moderations- und Präsentationstechniken. 3. fachübergreifende Schlüsselqualifikationen Im Sinne einer kommunikativen Kompetenz sollen (fachbezogene) Positionen und Problemlösungen rezipiert, formuliert und argumentativ verteidigt werden können, um den Austausch mit Fachvertretern und Laien zu gewährleisten. Ferner entwickeln die Studierenden selbstständig Konzepte für die Praxis, durch Transfer ihres erworbenen Wissens unter Berücksichtigung der aktuellen Forschung.			
Lernziele im Hinblick auf die zu erwerbende Gesamtqualifikation / den Studienabschluss Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden die ganzheitliche Bedeutung der strategischen Personalentwicklung und des Talentmanagements internalisiert. Sie kennen die Themenfelder und können diese im Zusammenhang einordnen und kennen Ansätze zur Implementierung. Die Studierenden kennen darüber hinaus die operativen und strategischen Instrumente und sind in der Lage, diese selbstständig zu konzipieren, einzusetzen und anzuwenden.			
Lehr-/Lernformen			

Seminaristischer Unterricht mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen, selbst gesteuertem Lernen. Lehrsprache: Deutsch Wissensvermittlung via: PowerPoint-Vorträge, Lehrgespräche, Fallstudien, Konzeptentwicklungen, Praxisbeispiele und Gruppenübungen, Vorlesungsmanuskript, Internet- und Literaturstudium, E-Learning
Teilnahmevoraussetzungen Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Zu erbringende Leistung (Art der Leistung und Dauer) Klausur (180 Minuten) oder Portfolioprfung (Thesen-/Praxispapier, Projektaufgabe, Fachgespräch (max. 30 Minuten), Lerntagebuch (12 Seiten/ je Woche eine Seite) ...)
Gewichtung der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulbeauftragte/r: ▪ Prof. Dr. Christoph Beck Hauptamtlich Lehrende: ▪ Prof. Dr. Christoph Beck
Literaturhinweise (jeweils die aktuellste Auflage) ▪ Becker, M.: Systematische Personalentwicklung, Schäffer-Poeschel-Verlag. ▪ Jäger, W. / Lukasczyk, A. (Hrsg.): Talent Management, Wolters-Kluwer-Verlag. ▪ Meifert, M. T. (Hrsg.): Strategische Personalentwicklung, Springer-Verlag. ▪ Personalwirtschaftliche Fachzeitschriften. ▪ Wegerich, C.: Strategische Personalentwicklung in der Praxis, Wiley-VCH. ▪ Aktuelle nationale und internationale Studien.

HR Innovation-Lab II

Modulnr./-kürzel MSHL2	HR Innovation-Lab II Vollständiger Modulname		
Veranstaltungsform(en) Labor	Kontaktzeit 32 h / 2 SWS	Selbststudium 58 h	Workload gesamt 90 h
ECTS-Punkte 3	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Wintersemester	Dauer 1 Semester
Unterrichtssprache Deutsch	Art des Moduls Schwerpunktmodul	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
Verwendbarkeit des Moduls Master-Studiengang "Human Resource Management", wählbar auch für Studierende des Studiengangs „Business Management“			
Qualifikationsziele Die Studierenden ▪ beschäftigen sich intensiv mit einem Zukunftsthema und entwickeln dieses weiter ▪ stellen bisherige Verfahren/Systeme/Prozesse/Produkte in Frage und formulieren Anforderungen für die Zukunft ▪ entwickeln unter Einsatz agiler Methoden eigenständig innovative Lösungen/Konzepte/Ansätze für konkrete Fragestellungen ▪ präsentieren und verteidigen Ihre innovativen Lösungsansätze			
Inhalte Hier wird ein aktuelles Thema (je Gruppe.) neu oder anders gedacht und weiterentwickelt. Aus heutiger Sicht kämen bspw. Themen aus dem folgenden Bereich in Frage (=Momentaufnahme): E-Learning ▪ E-Didaktik ▪ Lernplattformen und Systeme / Learning-Experience-Plattform ▪ MOOCs, LernApps, Cross-Media eLearning, Smartwatch-Learning ▪ Kollaboratives Learning, User-Generated Content Learning ▪ Content-Management ▪ Innovative Personalentwicklungsinstrumente ▪ Evidenzorientierte Personalentwicklung			
Kompetenzerwerb 1. fachbezogene Kompetenzen Die Studierenden verfügen nach Absolvieren des Moduls über ein Spezialwissen in einem bzw. mehreren Zukunftsthemen, welches sie inhaltlich weiterentwickeln bzw. neu oder anders denken sollen. 2. methodische Kompetenzen Die Studierenden erlernen die Anwendung agiler Methoden (Scrum, Design Thinking, ..) um Innovationen zu generieren. 3. fachübergreifende Schlüsselqualifikationen Im Sinne einer kommunikativen Kompetenz sollen Innovationen und neue Problemlösungen/Konzepte rezipiert, formuliert und argumentativ verteidigt werden können, um den Austausch mit Fachvertretern und Laien zu gewährleisten. Die Studierenden lernen bestehende Produkte, Prozesse etc. in Frage zu stellen und selbstständig innovative Konzepte für die Praxis zu entwickeln.			
Lernziele im Hinblick auf die zu erwerbende Gesamtqualifikation / den Studienabschluss Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden die behandelten Zukunftsthemen internalisiert, bestehende Lösungen/Konzepte kritisch hinterfragt sowie neue bzw. andere Lösungen/Konzepte selbstständig entwickelt. Sie können die Zukunftsthemen im Zusammenhang einordnen, lernen eine Offenheit für Innovationen und Veränderungen und die Notwendigkeit, das eigene Tun und Denken kontinuierlich zu hinterfragen und neue Ansätze/Methoden/Techniken/Technologien in ihren Denkhorizont einzubinden.			
Lehr-/Lernformen Experimental-Vorlesung, Projektarbeit unter Einsatz agiler Methoden (Scrum, Design Thinking), mit Vortrags-, Diskussions- und Präsentationselementen, sowie selbst gesteuertem Lernen. Lehrsprache: Deutsch Wissensvermittlung via: Internet- und Literaturstudium, Studium von Praxisanwendungen, Projektarbeit mittels agiler Methoden, Konzept-/Lösungsentwicklungen, Präsentationen			

Teilnahmevoraussetzungen
Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
Bestandene Modulprüfung
Zu erbringende Leistung (Art der Leistung und Dauer)
Prüfungsleistung: keine
Studienleistung: Lerntagebuch (je Woche eine Seite) und Abschlusspräsentation
Gewichtung der Note für die Endnote
Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulbeauftragte/r:
▪ Prof. Dr. Christoph Beck
Hauptamtlich Lehrende:
▪ Prof. Dr. Christoph Beck
Literaturhinweise
▪ Aktuelle themenabhängige Literatur
▪ Aktuelle Projektberichte, Anwendungsreichte
▪ Aktuelle System- und Prozessbeschreibungen
▪ Aktuelle nationale und internationale Studien

Brand Management in a digital world

Modulnr./-kürzel: MSMI1	Brand Management in a digital world Vollständiger Modulname		
Veranstaltungsform(en) Seminar (5 SWS) + Übung (3 SWS)	Kontaktzeit 80 h / 5 SWS 48 h / 3 SWS	Selbststudium 232 h	Workload gesamt 360 h
ECTS-Punkte 12	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Wintersemester	Dauer 1 Semester
Unterrichtssprache Englisch / Deutsch	Art des Moduls Schwerpunktmodul	geplante Gruppengröße 20-30 Studierende	
Verwendbarkeit des Moduls Master-Studiengang "Business Management" (Schwerpunktmodul)			
Qualifikationsziele			
Inhalte des Seminars und der Übung • The history of brands and their management • The era of globalization, digitalization and co-creation • Generating and understanding brand-related insights • Defining and aligning brand strategy • Co-creating brand meaning • Situational challenges for brands in various industries (e.g., B2B, retail, services, non-for-profit) • New Challenges for brands (digital, mobile and social media business, artificial intelligence & big data) • Brand activism, purpose, CSR & ethics in the context of brand management • Future directions of brand management • Personal Branding			
Kompetenzerwerb 1. fachbezogene Kompetenzen Nach der Teilnahme an der Modulveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, das Wesen von Marken sowie aktuelle Entwicklungstendenzen der Markenführung zu verstehen, ihre aktuelle Verankerung/Bedeutung in Wirtschaft und Gesellschaft zu analysieren, verschiedene Methoden, Ansätze und Instrumente der Markenführung zu bewerten und selbstständig komplexe praktische Aufgabenstellungen im Kontext der Markenführung zu lösen. 2. methodische Kompetenzen Nach der Teilnahme an der Modulveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, wissenschaftliche Methoden zu verstehen, anzuwenden und zu bewerten, um für die Markenführung benötigte Informationen zu sammeln und auszuwerten. Sie sind darüber hinaus dazu befähigt, wissenschaftliche Literatur auszuwerten und deren Erkenntnisse auf die Praxis der Markenführung anzuwenden. 3. fachübergreifende Schlüsselqualifikationen Nach der Teilnahme an der Modulveranstaltung haben die Studierenden ihre Kompetenzen in Teamarbeit, Präsentation und wissenschaftlichem Arbeiten erheblich verbessert. Die hierbei erworbenen Kompetenzen können fachübergreifend angewendet werden.			
Lernziele im Hinblick auf die zu erwerbende Gesamtqualifikation / den Studienabschluss Die Studierenden haben nach diesem Modul weitreichende Kenntnisse auf dem Gebiet der Markenführung vor dem Hintergrund einer globalen und digitalen Welt, um sowohl in der Theorie als auch in der Praxis komplexe Aufgabenstellungen rund um die Führung von Marken zu bearbeiten. Darüber hinaus verfügen sie über praktische Anwendungskompetenz und haben ihr Wissen anhand von Fallbeispielen und praktischen Übungen intensiviert			
Lehr-/Lernformen Seminaristischer Unterricht (mehrheitlich basierend auf dem flipped-classroom Prinzip), Fallstudien, Gruppendiskussionen, Präsentationen, Selbststudium. Ergänzt um elektronische Lehr- und Lernangebote.			

Teilnahmevoraussetzungen
Inhaltlich: Englisch fließend
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
Bestandene Modulprüfung
Zu erbringende Leistung (Art der Leistung und Dauer) Portfolioprüfung aus mindestens 2 der folgenden 3 Prüfungsformen: Klausur, Wissenschaftliche Hausarbeit, Fallstudiendiskussion, mündliche Prüfung Alternativ: Klausur (180 Min.)
Gewichtung der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulbeauftragte/r ▪ Prof. Dr. Holger J. Schmidt Hauptamtlich Lehrende ▪ Prof. Dr. Sonja Christ-Brendemühl, Dr. Aida Matri Ben Jemaa
Literaturhinweise • Beverland, M. (2018). Brand Management: Co-creating Meaningful Brands. London: Sage. • Burmann, Chr., Riley, N.-M., Halaszovich, T., Schade, M. (2017). Identity-Based Brand Management. Wiesbaden: Springer Gabler. • Ind, N., Schmidt, H. J. (2019). Co-creating Brands. London: Bloomsbury. • Steenkamp, J.-B. (2017). Global Brand Strategy. London: Palgrave Macmillan.
Vorlesungen werden ab Wintersemester 26/27 in folgende Module aufgeteilt: • Digital Marketing & E-Commerce • Advanced Brand Management

International Marketing and Management

Modulnr./-kürzel: MSMI2	International Marketing and Management Vollständiger Modulname		
Veranstaltungsform(en) Seminar (5 SWS) + Übung (3 SWS)	Kontaktzeit 128 h / 8 SWS	Selbststudium 232 h	Workload gesamt 360 h
ECTS-Punkte 12	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Sommersemester	Dauer 1 Semester
Unterrichtssprache Englisch	Art des Moduls Schwerpunktmodul	geplante Gruppengröße 20–30 Studierende	
Verwendbarkeit des Moduls Master-Studiengang „Business Management“ (Schwerpunktmodul)			
Qualifikationsziele			
Inhalte des Seminars und der Übung Teil A (Christ-Brendemühl) 4 SWS in englischer Sprache: International Marketing: • Fundamentals and current developments in international and global marketing. • Analysis of international market environments (economic, political, legal, and cultural factors). • Cross-cultural consumer behavior and implications for marketing strategy • International market research and data-driven decision-making. • Global segmentation, targeting, and positioning strategies. • Development and management of international brands and product portfolios. • International pricing, distribution, and communication policies. • Digitalization and its impact on global marketing and cross-border e-commerce. • Ethical challenges, sustainability, and corporate social responsibility in international marketing. • Case studies and project work on global marketing strategy development. Teil B (Matri Ben Jemaa) 4 SWS in englischer Sprache: „International Marketing Trends“ legt den Fokus auf die anwendungsorientierte Vertiefung aktueller Entwicklungen im internationalen Marketing. Die Studierenden setzen sich auf Basis wissenschaftlicher Literatur sowie aktueller Beiträge aus Fachzeitschriften und der Wirtschaftspresse mit zentralen Trends und Herausforderungen auseinander. Im Verlauf des Semesters entwickeln die Studierenden in Gruppen eine eigene Forschungsfrage und erstellen darauf aufbauend eine wissenschaftliche Ausarbeitung (Artikel), die auf einer strukturierten Literaturrecherche basiert. Dabei werden insbesondere analytische und methodische Kompetenzen im wissenschaftlichen Arbeiten gefördert. Die Lehrveranstaltung kombiniert verschiedene Formate, darunter interaktive Diskussionen, Workshops zum wissenschaftlichen Arbeiten, Präsentationen sowie Gastvorträge aus der Praxis. Die Ergebnisse der Gruppenarbeiten werden im Rahmen einer abschließenden Veranstaltung präsentiert und diskutiert, die den Studierenden die Möglichkeit bietet, ihre Arbeiten in einem akademischen Kontext vorzustellen (z. B. im Rahmen einer von den Studierenden mitgestalteten Veranstaltung).			
Kompetenzerwerb			
1. fachbezogene Kompetenzen • Die Studierenden verstehen die Bedeutung, Motive und Ziele einer Internationalisierung der Geschäftstätigkeit von Unternehmen. Sie sind mit den strategischen Aspekten der Internationalisierung wie Marktselektion, Wahl der Betätigungsform und Marktbearbeitungsstrategien sowie mit den operativen Aspekten wie der Gestaltung der internationalen Marketinginstrumente vertraut. • Die Studierenden lernen die aktuellen Herausforderungen und Trends bei der internationalen Marktbearbeitung durch die Analyse wissenschaftlicher Fachartikel, der aktuellen Wirtschaftspresse sowie der internationalen Aktivitäten ausgewählter Unternehmen kennen. 2. methodische Kompetenzen			

Die Studierenden kennen geeignete Analyse- und Planungsinstrumente zur Entscheidungsunterstützung und können diese zur Entwicklung und Bewertung von Strategieoptionen im internationalen Management einsetzen. Sie sind darüber hinaus dazu befähigt, Fach- und Wirtschaftspresse auszuwerten und deren Erkenntnisse auf Fragestellung im internationalen Marketing anzuwenden.
3. fachübergreifende Schlüsselqualifikationen Nach der Teilnahme an der Modulveranstaltung haben die Studierenden ihre Kompetenzen in Teamarbeit, wissenschaftlichem Arbeiten und der Anfertigung und Durchführung von Präsentationen verbessert. Die Studierenden haben ebenfalls gelernt, in einem internationalen Kontext eine wissenschaftliche Konferenz zu organisieren und zu vermarkten. Schließlich haben sie ihre Fähigkeiten, wissenschaftlich zu schreiben, verbessert.
Lernziele im Hinblick auf die zu erwerbende Gesamtqualifikation / den Studienabschluss Die Studierenden haben nach diesem Modul tiefgreifende Kenntnisse auf dem Gebiet des internationalen Managements mit den Schwerpunkten „International Marketing“ und „Globalisation and Emerging Markets“. Darüber hinaus verfügen sie über praktische Anwendungskompetenz und haben ihr Wissen anhand des Studiums von Fallbeispielen und der aktuellen Wirtschaftspresse intensiviert.
Lehr-/Lernformen • Seminaristischer Unterricht mit Vortrags- und Übungselementen • Selbststudium • Gruppenarbeit
Teilnahmevoraussetzungen
Inhaltlich: Englisch fließend
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
Bestandene Modulprüfung
Zu erbringende Leistung (Art der Leistung und Dauer) Teil A: Präsentation zu einem ausgewählten Aspekt des internationalen Managements und mündliche Prüfung (45 Min.) Teil B: Wissenschaftliche Hausarbeit (Artikel) und Präsentation (20-25 Min. + Diskussion) Die Prüfungsleistungen sind in englischer Sprache zu erbringen. Alternativ: Klausur (180 Min.)
Gewichtung der Note für die Endnote
Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulbeauftragter: ▪ Prof. Dr. Holger J. Schmidt Lehrende: ▪ Prof. Dr. Sonja Christ-Brendemühl, Dr. Aida Matri Ben Jemaa
Literaturhinweise ▪ Swoboda / Schramm-Klein / Halaszovich: Internationales Marketing, 4. Aufl. 2022 ▪ Berndt / Altobelli / Sander: Internationales Marketing-Management, 5. Aufl., 2016 ▪ Sure: Internationales Management – Grundlagen, Strategien und Konzepte, 1. Aufl., 2017

Operations Management I

Modulnr./-kürzel: MSOM1	Operations Management I Vollständiger Modulname		
Veranstaltungsform(en) Seminar (5 SWS) + Übung (3 SWS)	Kontaktzeit 80 h / 5 SWS 48 h / 3 SWS	Selbststudium 232 h	Workload gesamt 360 h
ECTS-Punkte 12	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Wintersemester	Dauer 1 Semester
Unterrichtssprache Deutsch/Englisch	Art des Moduls Schwerpunktmodul	geplante Gruppengröße 20-30 Studierende	
Verwendbarkeit des Moduls Master-Studiengang "Business Management" (Schwerpunktmodul)			
Qualifikationsziele Die Studierenden sind in der Lage, die Methoden des Operations Management zu verstehen und selbstständig anzuwenden.			
Inhalte des Seminars und der Übung • Aufbau und Steuerung einer Produktion • Six Sigma und Lean Management zur Optimierung operativer Prozesse, Teil 1 • Kennzahlen, Scorecards • Management von Geschäftsprozessen • Zusammenspiel von Geschäftsprozessen und Digitalisierung • Modellierung von Geschäftsprozessen am IT-System • Aufbau und Betrieb von komplexen Logistiksystemen • Simulation und Analyse von Logistikprozessen • Gastreferenten aus der Unternehmenspraxis			
Kompetenzerwerb 1. fachbezogene Kompetenzen • Sicherer Umgang mit den unter „Inhalte“ beschriebenen Themen 2. methodische Kompetenzen • Umgang mit den Analysemethoden aus dem IT- und Geschäftsprozessmanagement, dem Logistikmanagement, dem Produktionsmanagement und Lean Six Sigma 3. fachübergreifende Schlüsselqualifikationen • Selbstständiges Arbeiten • Arbeiten in Gruppen • Diskussionsfähigkeit • eigenständiges Erarbeiten eines Themas und Präsentation (teils in englischer Sprache)			
Lernziele im Hinblick auf die zu erwerbende Gesamtqualifikation / den Studienabschluss • Das im Bachelor-Studium, in den korrespondierenden Schwerpunkten, erworbene Grundlagenwissen wird vertieft und ergänzt.			
Lehr-/Lernformen Seminaristischer Unterricht mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen. Wissensvermittlung via: Vorlesung, Diskussion, Bearbeitung und Präsentation von Fallstudien (z. T. in englischer Sprache)			
Teilnahmevoraussetzungen keine			
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung			
Zu erbringende Leistung (Art der Leistung und Dauer) Klausur (180 Min.) oder wiss. Hausarbeit			
Gewichtung der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte			

Modulbeauftragte/r:

Prof. Dr. Bert Leyendecker

Lehrende:

Prof. Dr. Bert Leyendecker, Prof. Dr. Elmar Bräkling, Prof. Dr. Ayelt Komus, LB

Literaturhinweise (jeweils aktuellste Auflage)

- Bräkling, Lux, Oidtmann: Logistikmanagement.
- Breyfogle, F. W.: Implementing Six Sigma.
- European Association of Business Process Management (Hrsg.) BPM Common Body of Knowledge.
- Fischermanns, G.: Praxishandbuch Prozessmanagement.
- Gudehus, T.: Logistik.
- Komus, A; Hofmann, R. (Hrsg.): Praxisbuch Prozessmanagement: BPM erfolgreich etablieren und nachhaltig verankern 10 ausführliche Beispiele aus der Praxis
- Leyendecker, B, Pötters, P: Shopfloor Management
- Nebl, T.: Produktionswirtschaft.
- Tempelmeier, H.: Produktion und Logistik.
- Wagner, Karl Werner; Patzak, Gerald: Performance Excellence - Der Praxisleitfaden zum effektiven Prozessmanagement.

Operations Management II

Modulnr./-kürzel: MSOM2	Operations Management II Vollständiger Modulname		
Veranstaltungsform(en) Seminar (5 SWS) + Übung (3 SWS)	Kontaktzeit 80 h / 5 SWS 48 h / 3 SWS	Selbststudium 232 h	Workload gesamt 360 h
ECTS-Punkte 12	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Sommersemester	Dauer 1 Semester
Unterrichtssprache Deutsch/Englisch	Art des Moduls Schwerpunktmodul	geplante Gruppengröße 20-30 Studierende	
Verwendbarkeit des Moduls Master-Studiengang "Business Management" (Schwerpunktmodul)			
Qualifikationsziele Die Studierenden sind in der Lage, die Methoden des Operations Management (u. a. Six Sigma und Lean Management) zu verstehen und selbstständig anzuwenden.			
Inhalte des Seminars und der Übung • Six Sigma und Lean Management zur Optimierung operativer Prozesse, Teil 2 • IT-Architekturen, Business-Intelligence • Organisational Change Management, Agile Methoden des IT-, Projekt- und Prozessmanagements • Aufbau und Steuerung eines Beschaffungsnetzwerks • Simulation und Analyse von Beschaffungsprozessen • Gastreferenten aus der Unternehmenspraxis			
Kompetenzerwerb 1. fachbezogene Kompetenzen • Sicherer Umgang mit den unter „Inhalte“ beschriebenen Themen 2. methodische Kompetenzen • Umgang mit den Analysemethoden aus dem IT- und Geschäftsprozessmanagement, dem Beschaffungsmanagement, dem Produktionsmanagement und Lean Six Sigma 3. fachübergreifende Schlüsselqualifikationen • Selbstständiges Arbeiten • Arbeiten in Gruppen • Diskussionsfähigkeit • eigenständiges Erarbeiten eines Themas und Präsentation (teils in englischer Sprache)			
Lernziele im Hinblick auf die zu erwerbende Gesamtqualifikation / den Studienabschluss • Das im Bachelor-Studium erworbene Grundlagenwissen wird vertieft und ergänzt.			
Lehr-/Lernformen Seminaristischer Unterricht mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen. Wissensvermittlung via: Vorlesung, Diskussion, Bearbeitung und Präsentation von Fallstudien (z. T. in englischer Sprache)			
Teilnahmevoraussetzungen keine			
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung			
Zu erbringende Leistung (Art der Leistung und Dauer) Klausur (180 Min.) oder wiss. Hausarbeit			
Gewichtung der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte			
Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Bert Leyendecker Lehrende:			

Prof. Dr. Elmar Bräkling, Prof. Dr. Ayelt Komus, Prof. Dr. Bert Leyendecker, LB

Literaturhinweise (jeweils aktuellste Auflage)

- Bräkling, E.: Power in Procurement.
- Breyfogle, F.W.: Implementing Six Sigma.
- Foegen, Malte; Kaczmarek, Christian: Organisation in einer Digitalen Zeit: Ein Buch für die Gestaltung von reaktionsfähigen und schlanken Organisationen mit Hilfe von skalierten Agile & Lean Mustern.
- Gloger, B.: Scrum: Produkte zuverlässig und schnell entwickeln.
- Hanschke, I.: Strategisches Management der IT-Landschaft.

Wirtschaftsprüfung/Steuerberatung I

Modulnr./-kürzel: MSWP1	Wirtschaftsprüfung/Steuerberatung I Vollständiger Modulname		
Veranstaltungsform(en) Vorlesung (6 SWS) Seminar 2 SWS) + Übung (2 SWS)	Kontaktzeit 96 h / 6 SWS 32 h / 2 SWS 32 h / 2 SWS	Selbststudium 200 h	Workload gesamt 360 h
ECTS-Punkte 12	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Wintersemester	Dauer 1 Semester
Unterrichtssprache Deutsch	Art des Moduls Schwerpunktmodul	geplante Gruppengröße 20-30 Studierende	
Verwendbarkeit des Moduls Master-Studiengang „Business Management“ (Schwerpunktmodul)			
Qualifikationsziele			
Inhalte des Seminars und der Übung			
Teil: Erbschaftsteuerrecht und Bewertungsrecht ▪ Erbrechtliche Grundlagen ▪ Gesetzliche Erbfolge und Güterstände im Erbrecht ▪ Gewillkürte Erbfolge und Pflichtteilsrecht ▪ Systematik der Erbschaftsteuer ▪ Steuertatbestände für die Erwerbe von Todes wegen ▪ Grundtatbestände der Schenkungsteuer ▪ Sachliche Steuerbefreiungen, Steuerklassen, Steuersätze, persönliche Freibeträge ▪ Übertragung von Betriebsvermögen. Regelverschonung und Optionsverschonung ▪ Bewertung von Anteilen an Kapitalgesellschaften und Betriebsvermögen ▪ Bewertungshierarchie nach dem BewG ▪ Marktpreis, Ertragswertverfahren und Substanzwertverfahren ▪ Bewertung von Grundbesitz Teil Umwandlungsrecht und -steuerrecht: ▪ Grundlagen der Umwandlungen nach dem UmwG und nach dem Umwandlungssteuerrecht, ▪ Die Verschmelzung zur Aufnahme zur Neugründung nach dem UmwG und dem UmwStG, ▪ Die Formen der Spaltung (Aufspaltung, Abspaltung) nach dem UmwG und dem UmwStG, ▪ Der Formwechsel von GmbH in GmbH & Co.KG nach dem UmwG und dem UmwStG ▪ Die Einbringung in Personengesellschaften nach § 24 UmwStG Teil Internationale Rechnungslegung: ▪ Grundlagen zu IAS/IFRS, ▪ Behandlung der einzelnen Jahresabschlussposten nach IAS/IFRS im Vergleich zum HGB, ▪ Immaterielle und Sachanlagen (einschließlich Leasing), Wertminderungen (einschließlich Zahlungsmittel generierender Einheiten inklusive Goodwill), ▪ Vorräte, Forderungen/Erlösrealisierung, ▪ Pensions-Rückstellungen, Sonstige Rückstellungen ▪ Segmentberichterstattung usw.			
Kompetenzerwerb			
1. fachbezogene Kompetenzen:			
Teil: Erbschaftssteuerrecht, Bewertungsrecht ▪ Die Mechanismen der Erbschaft- und Schenkungssteuer werden vermittelt. Steuerliche Rechtsquellen sowie die diesbezügliche Fachliteratur können verstanden und kritisch beurteilt werden. ▪ Die Studierenden verfügen über vertiefte Kenntnisse im Erbschaft- und Schenkungssteuerrecht sowie im Bewertungsrecht. Sie wissen Bescheid über die gesetzliche Erbfolge sowie Güterstände im Erbrecht. Sie kennen die Vorteile bei der Übertragung von Unternehmensvermögen, die der Gesetzgeber gewährt. Die Studierenden kennen die unterschiedlichen Möglichkeiten zur Unternehmens- und Immobilienbewertung, etwa in Form des Sachwertverfahrens und des vereinfachten Ertragsverfahrens. Teil: Umwandlungsrecht und -steuerrecht:			

- Die Grundlagen und speziellen Vorschriften des UmwG und des UmwStG werden vermittelt. Steuerliche Rechtsquellen sowie die diesbezügliche Fachliteratur können verstanden und kritisch beurteilt werden. Ergänzend wird anhand des sog. Umwandlungssteuererlasses die Sichtweise der Finanzverwaltung dargelegt.
- Die Studierenden verfügen über grundlegende Kenntnisse im Umwandlungsrecht sowie vertiefte Kenntnisse im Umwandlungssteuerrecht. Sie lernen die Besonderheiten und Hürden der einzelnen Umwandlungsformen im Detail kennen. Die Studierenden kennen die unterschiedlichen Möglichkeiten einer Unternehmensumwandlung, sei es durch Verschmelzung oder Spaltung oder Formwechsel und könne diese erforderlichenfalls einer kritischen Analyse unterziehen und Lösungswege fundiert ableiten.

Teil: Internationale Rechnungslegung:

Die Studierenden lernen die Regelungen und die Bedeutung der einzelnen IFRS-Standards, die Gestaltungspotenziale der IFRS-Rechnungslegung sowie die Unterschiede zwischen IFRS- und HGB-Rechnungslegung fundiert kennen und verstehen. In diesem Zusammenhang lernen die Studierenden, die einzelnen grundlegende IFRS konzeptionell und inhaltlich zu beschreiben, zu verstehen und nach erforderlichenfalls kritischer Analyse argumentativ fundiert abgeleitet ziel- und lösungsorientiert auch bei zuvor unbekannten Fragestellungen anzuwenden.

2. methodische Kompetenzen:

Teil: Erbschaftssteuerrecht, Bewertungsrecht

- Nach erfolgter Teilnahme beherrschen die Studierenden unterschiedliche Methoden der Planung und Gestaltung von Vermögensübertragungen aus erbschaftsteuerlicher Sicht und können Vorteilhaftigkeiten analysieren.
- Die Studierenden können das Erbschaftssteuerrecht sowie das Bewertungsrecht auf Praxisfälle anwenden. Sie können anhand des vereinfachten Ertragswertverfahrens eine Unternehmensbewertung durchführen, und sie sind in der Lage, das Ergebnis mit anderen betriebswirtschaftlichen Verfahren der Unternehmensbewertung zu vergleichen. Die Studierenden können Immobilien steuerpraxisgerecht bewerten.
- Aufbauend auf den Inhalt der Vorlesung *Erbschaftsteuer- und Bewertungsrecht* vertiefen die Studierenden ihr Wissen im Rahmen von 2 Übungsstunden pro Woche. Es werden – auch mit Unternehmensvertretern – Fallstudien oder einzelne erbschaftsteuerlich einschlägige Praxisfälle gelöst und aktuelle rechtliche Entwicklungen diskutiert.

Teil: Umwandlungsrecht und -steuerrecht: Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, komplexe Sachverhalte einer Umwandlungsform zu erarbeiten und zu analysieren, vernetzt zu denken und auch für neue Problemstellungen im Bereich der Unternehmensumwandlungen Lösungen zu entwickeln.

Teil: Internationale Rechnungslegung:

Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, komplexe Sachverhalte zu den einzelnen IFRS Standards zu erarbeiten und zu analysieren, vernetzt über die einzelnen Standards hinweg zu denken und auch für neue Problemstellungen Lösungen zu entwickeln. Des Weiteren ist ihnen der Vergleich zu den Rechnungslegungsvorgaben des HGB bewusst und es können hierzu fachlich kompetente Überlegungen angestellt werden.

3. fachübergreifende Schlüsselqualifikationen:

Teil: Erbschaftssteuerrecht, Bewertungsrecht

- Die Studierenden können komplexere und fachübergreifende Steuer- und Bilanzierungsprobleme (EStG, ErbStG, BewG, HGB/IAS/IFRS) in ein inhaltliches Gesamtsystem einordnen und begründen.
- Die Studierenden sind mit einer Vielzahl von Methoden und Techniken vertraut, die es ihnen ermöglichen komplexe und steuerartübergreifende Sachverhalte selbständig zu lösen. Sie können in der Praxis bereits Steuerfragen in den thematisierten Feldern selbständig und umfassend analysieren und Vorschläge/Ergebnisse mündlich wie schriftliche dokumentieren. Die Studierenden sind in der Lage, relevante Problemstellungen fachadäquat zu kommunizieren und ihre Lösungsansätze kompetent zu vertreten. Der Besteuerungsprozess aus verschiedenen Perspektiven (Unternehmenssicht, fiskalische Sicht) wird gut verstanden.

Teil: Umwandlungsrecht und -steuerrecht und Teil: Internationale Rechnungslegung:

Die Studierenden stärken ihre kommunikativen Fähigkeiten. Sie lernen, auch im Team ziel- und lösungsorientiert zu arbeiten und zu kooperieren sowie mit Kritik und Konflikten umzugehen. Des Weiteren stärken die Studierenden die Fähigkeit sich selbst und andere für Aufgaben auch mit hoher Komplexität zu motivieren.

Lernziele im Hinblick auf die zu erwerbende Gesamtqualifikation / den Studienabschluss

Die Studierenden haben nach diesem Modul tiefe Kenntnisse auf dem Gebiet der Wirtschaftsprüfung und Steuerberatung mit den Schwerpunkten Umwandlungssteuerrecht, internationale Rechnungslegung sowie Erbschaft- und Schenkungssteuerrecht sowie Bewertungsrecht. Sie verfügen über praktische Anwendungskompetenz und haben ihr Wissen anhand von Fallbeispielen und Fallübungen bzw. umfangreichen Fallgestaltungen intensiviert.

Lehr-/Lernformen

- Seminaristischer Unterricht mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen.

▪ Schlüsselkompetenzen: Mündliche Präsentation von Aufgabenlösungen und Fallbeispielen, Diskussion über erarbeitete Lösungsvorschläge, Teamarbeit, wissenschaftliche Arbeitsformen, Zitierformen, Erschließung anwendungsbezogener Aspekte. ▪ Wissensvermittlung via: Vorlesung, Übungen, Diskussion, Lehrbücher, Gesetzestexten, Steuerrichtlinien, Vorlesungsmanuskript und andere Materialien zur Vorlesung und Übungen.
Teilnahmevoraussetzungen
Inhaltlich: Grundwissen (Unternehmens-) Besteuerung
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
Bestandene Modulprüfung
Zu erbringende Leistung (Art der Leistung und Dauer)
Klausur (180 Min.) oder Bearbeitung von Praxisfällen sowie Fallstudien (in Erbschaftsteuer- & Bewertungsrecht)
Gewichtung der Note für die Endnote
Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulbeauftragte/r: Prof. Arno Steudter Hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Arno Steudter
Literaturhinweise (jeweils die aktuelle Auflage) Teil: Erbschaftssteuerrecht, Bewertungsrecht ▪ Vorlesungsskript des Dozenten und Steuergesetze ▪ Horschitz, H. et al.: Erbschaft- und Schenkungsteuer, Bewertungsrecht, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart ▪ Heil, M.: Erbrecht, Erbschaftsteuer, Schenkungsteuer, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart ▪ Radeisen, R.-R. Erbschaftsteuer und Bewertung, HDS-Verlag, Weil im Schönbuch Teil: Umwandlungsrecht und –steuerrecht ▪ Vorlesungsskript des Dozenten ▪ Schwedhelm, Die Unternehmensumwandlung, Otto Schmidt Verlag, Köln ▪ Madl: Umwandlungssteuerrecht, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart ▪ Dötsch: Umwandlungssteuerrecht, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart Teil: Internationale Rechnungslegung: ▪ Vorlesungsskript des Dozenten ▪ IFRS Textausgabe (z.B. NWB) ▪ Pellens: Internationale Rechnungslegung, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart ▪ Heuser / Theile: IFRS Handbuch, Otto Schmidt Verlag, Köln ▪ Buchholz: Internationale Rechnungslegung, Erich Schmidt Verlag, Berlin

Wirtschaftsprüfung/Steuerberatung II

Modulnr./-kürzel: MSWP2	Wirtschaftsprüfung/Steuerberatung II Vollständiger Modulname		
Veranstaltungsform(en) Vorlesung (8 SWS) Übung (2 SWS)	Kontaktzeit 128 h / 8 SWS 32 h / 2 SWS	Selbststudium 200 h	Workload gesamt 360 h
ECTS-Punkte 12	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Sommersemester	Dauer 1 Semester
Unterrichtssprache Deutsch	Art des Moduls Schwerpunktmodul	geplante Gruppengröße 20-30 Studierende	
Verwendbarkeit des Moduls Master-Studiengang „Business Management“ (Schwerpunktmodul)			
Qualifikationsziele			
Inhalte des Seminars und der Übung			
Teil: Unternehmensbewertung ▪ Bewertungsanlässe ▪ Grundsätze der Unternehmensbewertung (Subjektivität, Objektivierung, Typisierung, Besteuerung, Synergien) ▪ Gesamtbewertungsverfahren (Ertragswertverfahren, EVA, DCF-Verfahren) ▪ Integrierte Planungsrechnung und Plausibilisierung ▪ Einzelbewertungsmethoden (Substanzwertverfahren, Liquidationswertverfahren) ▪ Kapitalmarkttheorie (Modigliani/Miller, CAPM) ▪ Praktikermethoden (Multiplikatorenverfahren) ▪ Unternehmensbewertung im Kontext der Konzernrechnungslegung (Impairment-Test) Teil: Konzernrechnungslegung nach HGB ▪ Konzernaufstellungspflicht nach §§ 290 ff HGB und PubLG, Befreiungsvorschriften ▪ Grundlagen der Konzernrechnungslegung (Stichtag, Unterschiede Tochterunternehmen, Joint Ventures, Assoziierte Unternehmen, HB I Transformationen in HB II, Bestandteile des Konzernabschlusses) ▪ Konsolidierungskreis n. § 294 ff HGB ▪ Währungsumrechnung ▪ Kapitalkonsolidierung nach den §§ 301 (Erstkonsolidierung und Folgekonsolidierung, bei 100% iger Beteiligung der Muttergesellschaft und mit Minderheitenbeteiligungen) ▪ Quotenkonsolidierung nach 302 HGB ▪ Schuldenkonsolidierung nach § 303 HGB ▪ Zwischenergebniseliminierung nach § 304 HGB ▪ Konsolidierung der Gewinn- und Verlustrechnungen nach § 305 HGB, ▪ Equity-Methode § 311 ff HGB ▪ Konzern-Anhang, Konzern-Lagebericht usw.			
Kompetenzerwerb			
1. fachbezogene Kompetenzen:			
Teil: Unternehmensbewertung ▪ Die Studierenden lernen praxisbezogen und lösungsorientiert den Bewertungsprozess und die wesentlichen Verfahren kennen. Auch wichtige Besonderheiten – von der Besteuerung bis hin zur Relevanz und Berücksichtigung von Synergien im Unternehmensverbund – werden ausführlich erläutert. Teil: Konzernrechnungslegung nach HGB Die Studierenden lernen die Regelungen und die Bedeutung der Vorgaben der Konzernrechnungslegung nach §§ 290 ff. HGB, die Gestaltungspotenziale der HGB Konzern-Rechnungslegung fundiert kennen und verstehen In diesem Zusammenhang lernen die Studierenden, die einzelnen grundlegende HGB Konsolidierungen konzeptionell und inhaltlich zu beschreiben, zu verstehen und nach erforderlichenfalls kritischer Analyse argumentativ fundiert abgeleitet ziel- und lösungsorientiert auch bei zuvor			

unbekannten Fragestellungen anzuwenden.

2. methodische Kompetenzen:

Teil: Unternehmensbewertung

- Die Studierenden können Verfahren der Unternehmensbewertung (etwa Ertragswertmethode, DCF-Verfahren und Multiplikatorverfahren) anwenden und die Ergebnisse kritisch interpretieren. Sie sind zudem in der Lage, die Grundlagen für eine Unternehmensbewertung schrittweise mittels einer integrierten Planungsrechnung sowie der Ermittlung des Kapitalisierungszinssatzes aufzubereiten.
- Weiterhin lernen die Studierenden den typischen Ablauf von M&A-Transaktionen kennen und wissen über Bedeutung und Inhalt von Due Diligence-Prüfungen.
- Aufbauend auf den Inhalt der Vorlesung vertiefen die Studierenden ihr Wissen im Rahmen von 2 Übungsstunden pro Woche. Es werden – auch mit Unternehmensvertretern – Fallstudien oder einzelne bewertungsrelevante Sachverhalte gelöst und aktuelle Entwicklungen in der Unternehmensbewertungspraxis, etwa mit Blick auf den Kapitalisierungszinssatz gemäß TAX-CAPM oder der Risikosimulation diskutiert.

Teil: Konzernrechnungslegung nach HGB

Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, komplexe Sachverhalte zu den Aufgabenstellungen eines HGB Konzernabschlusses und einzelnen Konsolidierungsmethoden zu erarbeiten und zu analysieren, vernetzt über die einzelnen Konsolidierungen hinweg zu denken und auch für neue Problemstellungen Lösungen zu entwickeln. Des Weiteren sind ihnen der Vergleich zu den Rechnungslegungsvorgaben eines HGB-Einzelabschlusses sowie mögliche bilanzpolitische Gestaltungsmöglichkeiten der Konzernrechnungslegung bewusst und es können hierzu fachlich kompetente Überlegungen zur optimalen Erstellung eines Konzernabschlusses angestellt werden.

3. fachübergreifende Schlüsselqualifikationen:

- Die Studierenden lernen die Interdependenzen zwischen der Konzernrechnungslegung im Kontext der Kaufpreisallokation (PPA) bzw. der Werthaltigkeitsprüfung und der Relevanz der Unternehmensbewertung, etwa zur Bestimmung des Kaufpreises.
- Übertragung der erlernten Methoden auf weitere Bereiche der Rechnungslegung und Bewertungstheorie. Die Studierenden kennen die Wechselwirkung zwischen Unternehmensbewertung und der Abbildung wesentlicher Geschäftsvorfälle in der Bilanz (z. B. Bewertung von Beteiligungen).
- Die Studierenden erkennen zudem die Verknüpfung von Unternehmensbewertung einerseits und Investitions- bzw. Kapitalmarkttheorie andererseits.
- Die Studierenden stärken ihre kommunikativen Fähigkeiten. Sie lernen, auch im Team ziel- und lösungsorientiert zu arbeiten und zu kooperieren sowie mit Kritik und Konflikten umzugehen. Des Weiteren stärken die Studierenden die Fähigkeit sich selbst und andere für Aufgaben auch mit hoher Komplexität zu motivieren.

Lernziele im Hinblick auf die zu erwerbende Gesamtqualifikation / den Studienabschluss

Die Studierenden haben nach diesem Modul tiefe Kenntnisse auf dem Gebiet der Wirtschaftsprüfung und Steuerberatung mit den Schwerpunkten: „Konzernrechnungslegung“ und „Unternehmensbewertung“. Darüber hinaus verfügen sie über praktische Anwendungskompetenz und haben ihr Wissen anhand von Fallbeispielen und Fallübungen bzw. umfangreichen Fallgestaltungen intensiviert.

Lehr-/Lernformen

- Seminaristischer Unterricht mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen.
- Schlüsselkompetenzen: Mündliche Präsentation von Aufgabenlösungen und Fallbeispielen, Diskussion über erarbeitete Lösungsvorschläge, Teamarbeit, wissenschaftliche Arbeitsformen, Zitierformen, Erschließung anwendungsbezogener Aspekte.
- Wissensvermittlung via: Vorlesung, Übungen, Diskussion, Lehrbücher, Gesetzestexten, Steuerrichtlinien, Vorlesungsmanuskript und andere Materialien zur Vorlesung und Übungen.

Teilnahmevoraussetzungen

Inhaltlich: Grundwissen Rechnungslegung und des Bilanzrechts

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Zu erbringende Leistung (Art der Leistung und Dauer)

Klausur (180 Min.)
Gewichtung der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Arno Steudter Hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Arno Steudter, Dr. Stefan Lewe
Literaturhinweise (jeweils die aktuelle Auflage) Teil: Unternehmensbewertung ▪ Vorlesungsskript des Dozenten ▪ Ballwieser/Hachmeister: Unternehmensbewertung, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart ▪ Drukarczyk/Schüler: Unternehmensbewertung, Verlag Vahlen, München ▪ Ernst/Schneider/Thielen: Unternehmensbewertungen erstellen und verstehen, Verlag Vahlen, München ▪ Hommel/Dehmel: Unternehmensbewertung – case by case, Verlag Recht und Wirtschaft, Heidelberg ▪ Institut der Wirtschaftsprüfer (Hrsg.), WP-Handbuch, Band II, IDW-Verlag, Düsseldorf (Abschnitt A) ▪ Matschke/Brösel: Unternehmensbewertung, Gabler Verlag, Wiesbaden ▪ Peemöller: Praxishandbuch der Unternehmensbewertung, NWB Verlag, Herne Teil: Konzernrechnungslegung nach HGB ▪ Vorlesungsskript des Dozenten ▪ Gräfer/Scheld, Grundzüge der Konzernrechnungslegung, Erich Schmidt Verlag, Berlin ▪ Brösel, Grundwissen Konzernrechnungslegung, UVK Verlag, Konstanz/München ▪ Steiner / Orth / Schwarzmann, Konzernrechnungslegung nach HGB und IFRS, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart ▪ Scherrer, Konzernrechnungslegung nach HGB, Vahlen Verlag, München

Wahlpflichtmodule

Controlling und Finanzierung II

Modulnr./-kürzel: MWPCF	Controlling und Finanzierung II – Digitalisierung, Datenanalyse		
	Vollständiger Modulname		
Veranstaltungsform(en) Seminar (2 SWS) + Übung (2 SWS)	Kontaktzeit 32 h / 2 SWS 32 h / 2 SWS	Selbststudium 116 h	Workload gesamt 180 h
ECTS-Punkte 6	Studiensemester 1. / 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Sommersemester	Dauer 1 Semester
Unterrichtssprache Deutsch / Englisch	Art des Moduls Wahlpflichtmodul	geplante Gruppengröße 20-30 Studierende	
Verwendbarkeit des Moduls Wahlpflichtfach in den Master-Studiengängen "Business Management" und „Human Resource Management“. Ergänzt und vertieft den Schwerpunkt „Controlling und Finanzierung“ um weitere Controlling und finanzwirtschaftliche Themen.			
Qualifikationsziele			
Inhalte des Seminars und der Übung Controlling II: Digitales Controlling • Einführung in systemgestütztes Controlling in ERP-Systemen • Kostenstellenrechnungsprozess in SAP CO • Prozess im Produktkosten-Controlling in SAP CO Finanzierung II: Finanzmärkte, verhaltensorientierte Finanzierung • Wertpapier- und Rohstoffhandel / Mikrostruktur der Finanzmärkte • Erstemissionen, Verbriefungen und Auktionen • Insiderhandel und Informationseffizienz • Behavioral Finance • Finanzmarktkrisen • weitere finanzwirtschaftliche Themen			
Kompetenzerwerb 1. fachbezogene Kompetenzen Die Studierenden verfügen nach Absolvieren des Moduls über vertieftes Spezialwissen in den behandelten finanzwirtschaftlichen Bereichen. Dies beinhaltet sowohl strategische Aspekte, operative Instrumente als auch forschungsorientierte Ansätze. Sie sind in der Lage ausgewählte finanzwirtschaftliche Themen zu analysieren, mit dem bestehenden Wissen zu verknüpfen und zu bewerten. 2. methodische Kompetenzen Die Studierenden erlernen neue, komplexe Sachverhalte eigenständig zu erarbeiten, in Gruppen zu diskutieren und zu präsentieren. Dabei können Projektmanagementmethoden sowie Präsentations- und auch Moderationstechniken zum Einsatz gelangen. 3. fachübergreifende Schlüsselqualifikationen Die Studierenden sind mit diversen finanzwirtschaftlichen Themen vertraut, so dass sie weitere bzw. neue Themen und Situationen selbst erarbeiten und einordnen können, grundsätzlich ein Austausch mit Fachvertretern möglich ist und komplexe Sachverhalte hinterfragt werden können.			
Lernziele im Hinblick auf die zu erwerbende Gesamtqualifikation / den Studienabschluss Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden die Bedeutung von Finanzmärkten, ihre Organisationsmöglichkeiten und darauf aufbauende Stärken und Schwächen von modelltheoretischen Überlegungen und empirischen Analysen erfasst. Die			

Studierenden sind in der Lage, die systemgestützten Prozesse des Controllings zu verstehen und selbstständig anzuwenden.
Lehr-/Lernformen Seminaristischer Unterricht, mit Vortrags-, Diskussions- und Übungselementen, auch flipped classroom-Bestandteile Wissensvermittlung via: PowerPoint, Tafel, Diskussion, eigenständige Erarbeitung und Präsentation von Themen, Übungen und Fallstudien, E-Learning-Lehrformate (synchron, asynchron) und Experimente, Selbststudium
Teilnahmevoraussetzungen Inhaltlich: Grundkenntnisse in Finanzierung
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Zu erbringende Leistung (Art der Leistung und Dauer) Portfolioprüfung oder mündliche Prüfung
Gewichtung der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Michael Kaul, Prof. Dr. Andreas Mengen Lehrende: Prof. Dr. Andreas Mengen, Prof. Dr. Michael Kaul, Moritz Kuberg, Christopher Grabe
Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage) Controlling II: • Boldau, M.;Weidner, S.: Fallstudie Kostenstellenrechnung (CO-CCA) • Boldau, M.;Weidner, S.: Fallstudie Produktkosten-Controlling (CO-PC) • Help.sap.com Finanzierung II: • Daxhammer, R. J., Faccsar, M.: Behavioral Finance, Konstanz. • Foucault, T., Pagano, M., Röell, A.: Market Liquidity, Oxford. • Hasbrouck, J.: Empirical Market Microstructure - the institutions, economics, and econometrics of securities trading, Oxford Univ. Press, Oxford (u.a.). • O'Hara, Maureen: Market Microstructure Theory, Blackwell Publishers, Cambridge, Mass. • Sperber, H.: Finanzmärkte: eine praxisorientierte Einführung. 2. Aufl., Schäffer-Poeschel, Stuttgart. • Weitere Literatur wird ggfls. in der Veranstaltung bekanntgegeben.

Leistungsmanagement

Modulnr./-kürzel MWPLM	Leistungsmanagement Vollständiger Modulname		
Veranstaltungsform(en) Seminar	Kontaktzeit 64 h / 4 SWS	Selbststudium 116 h	Workload gesamt 180 h
ECTS-Punkte 6	Studiensemester 1. Semester	Häufigkeit des Angebots Winter- oder Sommersemester	Dauer 1 Semester
Unterrichtssprache Deutsch	Art des Moduls Wahlpflichtmodul	geplante Gruppengröße 25	
Verwendbarkeit des Moduls Es ergänzt die grundlegende Qualifikation für eine Tätigkeit im Personalbereich und wirkt damit profilbildend im Master „Human Resource Management“ und vertieft einen Aspekt Personalführung als Teil der generalistischen Ausbildung im Master „Business Management“.			
Qualifikationsziele Die Studierenden sind in der Lage, die Möglichkeiten und Grenzen bestimmter monetärer und nicht-monetärer Incentivierungsinstrumente im Management einzuschätzen und für die jeweilige Organisation passende Instrumente auszuwählen.			
Inhalte Compensation & Benefits • Komponenten der Vergütung - Grundvergütung, variable Vergütung und Zusatzleistungen • Methoden der Funktionsbewertung - Grundlage für die Gestaltung von Vergütungssystemen • Vergütungsstudien und Marktvergleiche • Gestaltungsvarianten von Vergütungsstrukturen • Zusammenspiel monetärer und nicht-monetärer Anreizsysteme • Empirische Befunde – Einfluss der Vergütung auf die Gewinnung, Bindung und Motivation von Mitarbeitern Performance Management • Konzept der Zielorientierung • Zielorientierte Vergütung • Zielvereinbarung mit und ohne Zielboni • Gruppenziele & Einzelziele • Implementierung von Zielvereinbarungssystemen			
Kompetenzerwerb 1. fachbezogene Kompetenzen • Die Studierenden verstehen die zentralen Theorien und Modelle des Vergütungsmanagements, sind in der Lage, die Modelle für einen konkreten Unternehmenskontext auszuwählen und an die gegebenen Rahmenbedingungen anzupassen. 2. methodische Kompetenzen • Die Studierenden sind in der Lage, sich selbstständig neue Fachinhalte zu erschließen und diese zu bewerten und zu präsentieren. 3. fachübergreifende Schlüsselqualifikationen • Durch die kritische Bewertung verschiedener Theorien und Konzepte wird die Analysefähigkeit gesteigert. • Die Gruppenarbeiten befähigen Studierenden, gemeinsam im Team Problemstellungen zu analysieren und Theorien zu übertragen und Lösungsansätze zu bewerten. • Die Bearbeitung von Fallstudien mit konkreten Managementsituationen befähigt die Studierenden, Theorien passend zur Situation auszuwählen und auf die Situation anzuwenden.			
Lernziele im Hinblick auf die zu erwerbende Gesamtqualifikation / den Studienabschluss • Durch die Hinterfragung der jeweiligen Theorien und Konzepte auf ihre zu Grunde liegenden Annahmen können die Studierenden für den jeweiligen beruflichen Kontext passend Konzepte auswählen und anwenden.			

- Studierende sind in der Lage, Vergütungs- und Incentivierungssysteme im Unternehmen zu entwickeln bzw. überarbeiten. - Durch die Überprüfung von Modellen und Theorien auf ihre Anwendbarkeit in spezifischen Kontexten werden Studierende in die Lage versetzt, Theorien und Modelle kritisch zu analysieren und passend zum beruflichen Kontext auszuwählen.
Lehr-/Lernformen Seminaristischer Unterricht, z.T. im flipped classroom-Format mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen und Fallstudien.
Teilnahmevoraussetzungen Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Zu erbringende Leistung (Art der Leistung und Dauer) Klausur (120 Min.) oder Portfolio-Prüfung
Gewichtung der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Christian Lebreuz Lehrende: Prof. Dr. Christian Lebreuz / Lehrbeauftragte aus der Praxis
Literaturhinweise (jeweils aktuellste Auflage) - Eyer, E &, Haussmann, T. Zielvereinbarung und variable Vergütung. - Franke, D. & Boden, M. (Hrsg.): Personal Jahrbuch, Kapitel V: Entlohnung und Vergütung, Neuwied. - Gaugler, E./ Oechsler, W./Weber, W.: Handwörterbuch des Personalwesens, Stuttgart. - Scholz, C. & Scholz, T.: Grundzüge des Personalmanagement, München. - Weißerrieder, J.: Nachhaltiges Leistungs- und Vergütungsmanagement, Wiesbaden. - Watzka, K.: Zielbasiert vergüten. Wiesbaden. - Watzka, K.: Ziele formulieren. Wiesbaden. - Wolf, G: Zielvereinbarungen in der Praxis. Freiburg. - Skript. - Aktuelle (Fall-) studien.

Arbeits- und Sozialversicherungsrecht

Modulnr./-kürzel MWPAS	Arbeits- und Sozialversicherungsrecht Vollständiger Modulname		
Veranstaltungsform(en) Seminar	Kontaktzeit 64 h / 4 SWS	Selbststudium 116 h	Workload gesamt 180 h
ECTS-Punkte 6	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Winter- oder Semestersemester	Dauer 1 Semester
Unterrichtssprache Deutsch	Art des Moduls Wahlpflichtmodul	geplante Gruppengröße 25	
Verwendbarkeit des Moduls Master-Studiengang "Human Resource Management", wählbar auch für Studierende des Studiengangs „Business Management“			
Qualifikationsziele Die Studierenden haben nach Abschluss des Moduls • ein vertieftes Wissen bei speziellen Problemstellungen im Arbeits- und Sozialversicherungsrecht • können rechtliche Fragestellungen analysieren und strukturieren • haben Kenntnis der jeweiligen Rechtsquellen und den jeweiligen Inhalten • können rechtliche Problematiken in Zusammenhang mit Arbeitsverhältnissen einschätzen • können bei praktischen arbeitsrechtlichen Fragestellungen eigene Lösungen präsentieren und verteidigen			
Inhalte - Tarifverträge und Betriebsvereinbarungen (Un)Befristung von Arbeitsverhältnissen - Kündigung von Arbeitsverhältnissen und Kündigungsschutz - Teilzeitarbeit - Arbeitszeit - Entgeltfortzahlung - Mutterschutz und Elternzeit - Überblick und Säulen der Sozialversicherung und deren Rechtsgrundlagen ▪ Kranken- und Pflegeversicherung ▪ Arbeitslosenversicherung ▪ Rentenversicherung			
Kompetenzerwerb 1. fachbezogene Kompetenzen Dieses Modul vermittelt die für die Wahrnehmung personalwirtschaftlicher Aufgaben unabdingbaren Kenntnisse der maßgeblichen Rechtsvorschriften. Die Studierenden sollen auf ihren erfolgreichen Einsatz im Personalbereich anhand von üblichen arbeitsrechtlichen Fragestellungen aus dem Arbeitsleben vorbereitet werden. Des Weiteren soll ein Überblick über die Sozialversicherungen und deren relevanten personalwirtschaftlichen Fragestellungen gewonnen werden. 2. methodische Kompetenzen Die Studierenden können mit den Gesetzen zum Arbeits- und Sozialversicherungsrecht umgehen und finden die einschlägigen Anspruchsgrundlagen. Das Arbeits- und Sozialversicherungsrecht wird als ein Instrument der Unternehmensführung verstanden und kann entsprechend eingesetzt werden 3. fachübergreifende Schlüsselqualifikationen • Durch die kritische Bewertung wird die Analysefähigkeit gesteigert. • Die Bearbeitung von konkreten Fällen befähigt die Studierenden, Lösungen passend zur Situation auszuwählen und auf die konkrete Fragestellung anzuwenden. • Das Selbstvertrauen der Studierenden in Fragen des Arbeits- und Sozialversicherungsrechts wird erhöht			
Lernziele im Hinblick auf die zu erwerbende Gesamtqualifikation / den Studienabschluss • Die Studierenden lernen die Bedeutung und Aufgaben der Tarifparteien kennen und sind in der Lage Tarifverträge richtig umzusetzen und Betriebsvereinbarungen zu schließen • Sie verfügen über vertiefte Kenntnisse der Inhalte der unterschiedlichen Rechtsquellen			

Sie sind in der Lage arbeitsrechtlich relevante Fragestellungen im Bereich der Arbeitsverhältnisse, der Arbeitszeit, der Entgeltfortzahlung, etc. (siehe oben) rechtssicher zu bearbeiten
Lehr-/Lernformen Seminariistischer Unterricht, z.T. im flipped classroom-Format mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen und Fallbearbeitungen.
Teilnahmevoraussetzungen Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Zu erbringende Leistung (Art der Leistung und Dauer) Klausur (120 Minuten)
Gewichtung der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Christoph Beck Lehrende: Prof. Dr. Oliver Baedorf
Literaturhinweise (jeweils aktuelle Auflage) - Muschiol, T. (Hrsg.): Praxiswissen Arbeitsrecht - inkl. Arbeitshilfen online, Haufe-Lexware GmbH, aktuelle Auflage, Freiburg - Bachert, P./ Strauß, R.: Arbeitsrecht: mit Bezügen zur Sozialversicherung, aktuelle Auflage, Herne - Dütz, W./ Thüsing, G.: Arbeitsrecht, München - Laimer, H. G./ Wieser, L.: Arbeitsrecht für HR und Personalwesen, Wien - Preis, U./ Greiner, S.: Arbeitsrecht - Kollektivarbeitsrecht: Lehrbuch für Studium und Praxis, Köln - Waltermann, R.: Sozialrecht, aktuelle Auflage, Heidelberg - Gesetzestexte

Data Science im Marketing

Modulnr./-kürzel: MWPMI	Data Science im Marketing Vollständiger Modulname		
Veranstaltungsform(en) Seminar (2 SWS) + Übung (2 SWS)	Kontaktzeit 32 h / 2 SWS 32 h / 2 SWS	Selbststudium 116 h	Workload gesamt 180 h
ECTS-Punkte 6	Studiensemester 1. / 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Sommersemester	Dauer 1 Semester
Unterrichtssprache Deutsch	Art des Moduls Wahlpflichtmodul	geplante Gruppengröße 20-30 Studierende	
Verwendbarkeit des Moduls Master-Studiengänge "Business Management" und „Human Resource Management“			
Qualifikationsziele			
Inhalte des Seminars und der Übung - Anwendungsfelder von Data Science im Marketing (z. B. Churn Reduction/Customer Retention, Cross Selling/Up Selling, Optimierung Werbeausgaben, Produkt- und Serviceoptimierung) - Marketingdaten sammeln, manipulieren und skalieren - Einsatz von Datenbanken und SQL im Marketing - Visualisierung von Marketingdaten - Einführung in die Programmiersprache Python - Marketingbezogene Anwendung von Methoden (z.B. Regressionsmodelle, Entscheidungsbäume, Neuronale Netzwerke, Clustering, Maschinelles Lernen, Künstliche Intelligenz) - Datenschutz und Datenethik im Marketing			
Kompetenzerwerb 1. fachbezogene Kompetenzen Die Studierenden erhalten einen Einblick in die grundlegenden Prinzipien der datengestützten Marketinganalyse und lernen, mit geeigneten Werkzeugen aus dem Bereich Data Science umzugehen, diese einzusetzen und selbst zu implementieren, um große Datenmengen (Big Data) im Marketing, z.B. aus dem Bereich des Konsumentenverhaltens, auswerten und Entscheidungen im Marketing zielführend treffen zu können. 2. methodische Kompetenzen Nach der Teilnahme an der Modulveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, spezifische Methoden (z.B. neuronale Netzwerke) der quantitativen, datengestützten Marketinganalyse anzuwenden, um komplexe Zusammenhänge korrekt zu interpretieren. 3. fachübergreifende Schlüsselqualifikationen Das erlernte Wissen (z. B. die Auswertung von Datenmengen unter Verwendung der erlernten Analysemethoden) kann fachübergreifend angewendet werden. Die Analyse quantitativer Sachverhalte in Teams wird trainiert. Die Studierenden können komplexe quantitative Zusammenhänge interpretieren und die Ergebnisse verständlich präsentieren.			
Lernziele im Hinblick auf die zu erwerbende Gesamtqualifikation / den Studienabschluss Die Studierenden haben nach diesem Modul weitgehende Kenntnisse auf dem Gebiet der quantitativen Datenanalyse, um entsprechende Aufgabengebiete im quantitativen Marketing selbstständig zu bearbeiten. Darüber hinaus verfügen sie über praktische Anwendungskompetenz und haben ihr Wissen anhand von marketingrelevanten Fallbeispielen und praktischen Übungen intensiviert.			
Lehr-/Lernformen Vorlesung (seminaristischer Unterricht), Präsentation, Bearbeitung von Fallstudien in Gruppenarbeit, Diskussion, Selbststudium, Übungsaufgaben, „computer based training“ mit Hilfe von Datensätzen.			
Teilnahmevoraussetzungen			

Inhaltlich: Grundkenntnisse der Statistik und linearen Algebra. Grundkenntnisse in der empirischen Sozialforschung.
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Zu erbringende Leistung (Art der Leistung und Dauer) Klausur (90 Min.) Alternativ: wissenschaftliche Hausarbeit
Gewichtung der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Holger J. Schmidt Hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Frank Hälsig
Literaturhinweise • Grus, J.: Einführung in Data Science – Grundprinzipien der Datenanalyse mit Python, Heidelberg. • VanderPlas, J.: Data Science mit Python - Das Handbuch für den Einsatz von IPython, Jupyter, NumPy, Pandas, Matplotlib und Scikit-Learn, Frechen. • Kofler, M.: Python – Der Grundkurs, Bonn. • Foster, I. u.a.: Big Data and Social Science - A Practical Guide to Methods and Tools, London. • Freiknecht, J. u.a.: Big Data in der Praxis - Lösungen mit Hadoop, Spark, HBase und Hive. Daten speichern, aufbereiten, visualisieren, München. (jeweils neueste Auflagen)

Operations Management III - Digitale Transformation im Unternehmen

Modulnr./-kürzel: MWPOM		Operations Management III - Digitale Transformation im Unternehmen Vollständiger Modulname		
Lehrveranstaltungen Seminar (2 SWS) + Übung (2 SWS)		Kontaktzeit 32 h / 2 SWS 32 h / 2 SWS	Selbststudium 116 h	Workload 180 h
ECTS-Punkte 6		Studiensemester 1./2. Semester	Häufigkeit des Angebots Sommersemester	Dauer 1 Semester
Unterrichtssprache Deutsch / Englisch		Art des Moduls Wahlpflichtmodul	geplante Gruppengröße 20-30 Studierende	
Verwendung des Moduls Master-Studiengänge "Business Management" und „Human Resource Management"				
Qualifikationsziele				
Inhalte des Seminars und der Übung 1. Digitale Transformation und VUCA (Volatilität, Unsicherheit, Komplexität und Ambiguität) 2. Aktuelle Technologien der Digitalisierung (Künstliche Intelligenz, Blockchain, Big Data, IoT, Robotik, ...) 3. Digitale Geschäftsmodelle, Prozesse, Kompetenzfelder 4. Netzwerkökonomie und neue Ansätze von Vermarktung und Produktgestaltung 5. Auswirkungen der Digitalisierung auf Prozesse, Branchen, Produkte 6. Produktions- und Produktentstehungs-Ökonomie 7. Erfolgsfaktoren und Misserfolgskriterien des Managements im komplexen, chaotischen Kontext 8. Agile versus plangetriebene Managementansätze; Auswahl von Managementansätzen; hybride, bimodale und selektive Nutzung 9. Scrum, Kanban, Design Thinking, Effectuation 10. Organisationsstrukturen, Planung, Controlling, Organisationsentwicklung in der Digitalisierung 11. Auswirkungen auf die Produktentwicklung, Produktion, Distribution, Beschaffung, Wartung und Service: Digitale Produkte und Cyber-Physical-Systems 12. Digitaltechnologien und Architekturen als Basis von Veränderungen (bspw. Künstliche Intelligenz, Web Services etc.)				
Kompetenzerwerb 1. fachbezogene Kompetenzen: Die Studierenden kennen nach Beendigung des Moduls die Herausforderung und Chancen der Digitalisierung aus Sicht des Managements. Sie sind in der Lage konkrete digitale Anwendungen der Digitalisierung in den Operations und in der Organisationsentwicklung selbstständig zu analysieren zu bewerten und einzusetzen. 2. methodische Kompetenzen Sie sind in der Lage konkrete strategische Fragestellungen im Kontext der Digitalisierung selbstständig zu analysieren, Konzepte, Vorgehensweisen und Transformationsaktivitäten zu entwickeln und diese Prozesse zu begleiten bzw. zu managen. 3. fachübergreifende Schlüsselqualifikationen Aufbauend auf diesen Grundlagen kennen die Studierenden nach Beendigung des Moduls die besonderen Herausforderungen und Chancen der Digitalisierung in den betrieblichen Operations (Produktentwicklung, Beschaffung, Produktion und Logistik, Service).				
Lehrformen Seminaristischer Unterricht mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen. <u>Schlüsselkompetenzen:</u> ▪ Teamarbeit (Argumentieren über gegebene Inhalte, Moderieren von Teamsitzungen) ▪ Konzeption von Thesenpapieren ▪ Mündliche Präsentation von Inhalten in Referatsform Fähigkeit zur Kommunikation (schriftlich und mündlich) <u>Wissensvermittlung via:</u> Beamer, Tafel, Folienskript und Beiträge aus der Praxis zu den aktuellen Themen				
Teilnahmevoraussetzungen Keine				
Prüfungsformen Klausur (90 Min.) oder Portfolioprüfung				
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung				

Stellenwert der Note für die Endnote
Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Ayelt Komus
Lehrende: Prof. Dr. Ayelt Komus
Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage)
• Land, Karl-Heinz: Erde 5.0 – Die Zukunft provozieren • Foegen, Malte und Kaczmarek, Christian: Agile Organisation allg: Organisation in einer Digitalen Zeit: Ein Buch für die Gestaltung von reaktionsfähigen und schlanken Organisationen mit Hilfe von skalierten Agile & Lean Muster • Michael Faschingbauer: Effectuation: Wie erfolgreiche Unternehmer denken, entscheiden und handeln (Systemisches Management)
Aktuelle Publikationen und Beiträge im Kontext „Agil“, „Digitale Transformation

Softwaregestützte Jahresabschlusserstellung und -prüfung

Modulnr./-kürzel: MWPWP	Softwaregestützte Jahresabschlusserstellung und -prüfung Vollständiger Modulname		
Veranstaltungsform(en) Seminar (2 SWS) + Übung (2 SWS)	Kontaktzeit 32 h / 2 SWS 32 h / 2 SWS	Selbststudium 116h	Workload gesamt 180 h
ECTS-Punkte 6	Studiensemester 1. / 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Sommersemester	Dauer 1 Semester
Unterrichtssprache Deutsch	Art des Moduls Wahlpflichtmodul	geplante Gruppengröße 20-30 Studierende	
Verwendbarkeit des Moduls Master Studiengang „Business Management“ Master Studiengang „Human Resource Management“			
Qualifikationsziele			
Inhalte des Seminars und der Übung TEIL I: Die Erstellung eines Jahresabschlusses einer mittelgroßen GmbH Theoretischer Teil an der Hochschule und 2 Tage Workshop, die vollständig softwaregestützt in Kanzleiräumen einer Wirtschaftsprüfungsgesellschaft anhand der Software der Datev eG stattfinden. Dabei wird nach einer theoretischen Einarbeitung, der Jahresabschluss einer mittelgroßen GmbH durch die Studierenden durch aktive Selbst- und Gruppenarbeit an PC's wie folgt aufgestellt: ▪ Erfassung von ca. 50 Buchungssachverhalten anhand von Belegen, die auf Ihre Richtigkeit beurteilt und gebucht werden ▪ Erfassung von ca. 40 Jahresabschluss-sachverhalten die fachlich beurteilt und gebucht werden inkl. Ermittlung der Steuerrückstellungen (KöSt, GewSt) ▪ Entwicklung des endgültigen Jahresabschlusses (Bilanz, GuV) nach Steuern ▪ Präsentation der Ergebnisse durch Bilanz- und GuV-Auswertungen ▪ Darstellung von Bilanz-Analysemöglichkeiten bzw. Kennzahlenanalysen TEIL II: Die Prüfung eines Jahresabschlusses einer großen GmbH Auch hier erfolgt zunächst eine theoretische Erarbeitung ausgewählter Grundlagen der Jahresabschlussprüfung an der Hochschule. Hierbei wird auch auf die Vorgaben des IDW Standards QS 1 des Instituts der Wirtschaftsprüfer e.V. eingegangen. Daran schließt ein 2 Tages Workshop in Kanzleiräumen einer Wirtschaftsprüfungsgesellschaft an, wo anhand der Abschlussprüfungs-Software AP Comfort der Datev eG. der Jahresabschluss einer großen GmbH durch die Studierenden durch aktive Selbst- und Gruppenarbeit an PC's wie folgt durchgeführt wird: I. Bestellung des Wirtschaftsprüfers und Auftragsannahme II. Planung der Jahresabschlussprüfung anhand des risikoorientierten Prüfungsansatzes III. Durchführung der Prüfung einzelner Prüfungsfelder IV. Prüfungsabnahme V. Berichtskritik VI. Durchführung einer auftragsbegleitenden Qualitätssicherung VII. Erstellung des Prüfungsberichtes und des Bestätigungsvermerks			
Kompetenzerwerb 1. fachbezogene Kompetenzen: Die Studierenden können in diesem Modul ihre theoretischen Kenntnisse in der Erstellung und Prüfung eines Jahresabschlusses einer mittelgroßen bzw. großen Kapitalgesellschaft anhand zweier konkreter und umfangreicher praktischer Fälle vertiefen und verstehen. Für die meisten Studierenden ist der erste Teil dieses Elective der erste Kontakt zu einem tatsächlich aufgestellten Jahresabschluss mit Konten, Kontennachweisen, Bilanz und GuV nach gesetzlichem Gliederungsschema und den			

Steuerberechnungen. Die Teilnehmer werden im zweiten Teil des Electives zum einen mit theoretischen Sachverhalten auseinandergesetzt, die Sie aus Sicht eines Abschlussprüfers würdigen müssen und dies auch im gesonderten Schritt in Ihren Prüfungsansatz und Ihre Checklisten einfügen müssen.

In diesem Kontext lernen die Studierenden, das die Vorgehensweise einer Jahresabschlusserstellung und einer Jahresabschlussprüfung zu verstehen und nach erforderlichenfalls kritischer Analyse argumentativ in ihre Lösungen einfließen zu lassen.

2. methodische Kompetenzen:

Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, komplexe Sachverhalte der Prüfung eines mittelständischen Unternehmens zu erarbeiten und zu analysieren, vernetzt zu denken und auch für auftretende Problemstellungen Lösungen zu entwickeln.

3. fachübergreifende Schlüsselqualifikationen:

Die Studierenden stärken ihre kommunikativen Fähigkeiten. Sie lernen, auch im Team ziel- und lösungsorientiert zu arbeiten und zu kooperieren sowie mit Kritik und Konflikten umzugehen. Des Weiteren stärken die Studierenden die Fähigkeit sich selbst und andere für Aufgaben auch mit hoher Komplexität zu motivieren.

Lernziele im Hinblick auf die zu erwerbende Gesamtqualifikation / den Studienabschluss

Nach diesem Modul kennen und verstehen die Studierenden fundiert die konzeptionellen Grundlagen einer Jahresabschlusserstellung und einer Jahresabschlussprüfung, die damit verbundenen berufsüblichen Vorgaben des Instituts der Wirtschaftsprüfer, die im Rahmen einer Abschlusserstellung innewohnenden Gestaltungspotenziale, sowie die Zusammenhänge zwischen Jahresabschlusserstellung und -prüfung. Die Studierenden sind in der Lage, einen handelsrechtlichen Jahresabschluss zu erstellen und zu prüfen, dabei notwendige Schritte vorzunehmen, kritische Sachverhalte zu analysieren und zu interpretieren. Des Weiteren sind die Studierenden in der Lage, sich selbstständig in neue oder geänderte Vorgaben des HGB bezüglich der schwierigen Tätigkeit von Abschlussprüfern auch mit neuen und komplexen Informationsanforderungen einzuarbeiten, diese zu analysieren sowie für ihre Implementierung in der Abschlussprüferpraxis Probleme zu erkennen und zielorientierte Lösungen dazu zu entwickeln.

Lehr-/Lernformen

Seminaristischer Unterricht mit Vortrags-, Diskussions- und umfangreichen, vertiefenden Übungselementen, Einzel- und Gruppenarbeiten, insbesondere Lösungserarbeitungen anhand praktischer softwaregestützter Erstellungs- und Prüfungshandlungen anhand der Datev-Musterhochschulfälle.

Schlüsselkompetenzen: Selbständiges Arbeiten, Arbeiten in Gruppen, Umgang mit Komplexität, Aneignung neuen Wissens, Diskussionsfähigkeit, Kritikfähigkeit, Präsentationsfähigkeit, Problemlösungsfähigkeit

Wissensvermittlung via: Vorlesung (mit ausgewählten Vorlesungsmaterialien) und praktischen Workshops, HGB-Texte, Bearbeitung, Präsentation und Diskussion von Übungen (einzeln und in Gruppen) insbesondere in den 2 x 2 Tages Workshops.

Teilnahmevoraussetzungen

Grundwissen zum Rechnungswesen

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Zu erbringende Leistung (Art der Leistung und Dauer)
Klausur (120 Min.)

Gewichtung der Note für die Endnote
Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte

Modulbeauftragte/r:

Prof. Dr. Arno Steudter

Hauptamtlich Lehrende:

Prof. Dr. Arno Steudter

Literaturhinweise (jeweils die aktuelle Auflage)

- Horschitz/Groß/Fanck, Bilanzsteuerrecht und Buchführung, Schäffer-Poeschel Verlag.
- IDW Verlag, Aktuelle Prüfungsstandards und Stellungnahmen zur Rechnungslegung.

- Krommes, Werner, Handbuch Jahresabschlussprüfung, Springer Verlag.
- Selchert, Jahresabschlußprüfung der Kapitalgesellschaften. Grundlagen - Durchführung - Bericht, Gabler Verlag.

Sonstige Materialien

Vorlesungsmaterialien des Dozenten, Arbeitsunterlagen und Software der Datev eG, Nürnberg

Wirtschaftsrecht

Modul	Workload 180 h	Credits 6	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Wintersemester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Seminar		Kontaktzeit 4 SWS/64h	Selbststudium 116 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
Lehrsprache Deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang) ☒ Master-Studiengang: Business Management ☐ Master-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse / Kompetenzen 1. Fachbezogene Kompetenzen Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden die grundlegenden Inhalte und die Systematik der für die Wirtschaft relevanten Teile des Rechtssystems erläutern, Rechtsquellen interpretieren und die Aussagekraft gerichtlicher Entscheidungen einschätzen. Sie erlangen die Fähigkeit, relevante rechtliche Fragestellungen zu entwickeln und Antworten mit den einschlägigen Rechts- und Fachquellen zu erarbeiten sowie rechtliche Risiken und Problemfälle in der Unternehmenspraxis erkennen und unter juristischen Gesichtspunkten lösungsorientiert zu analysieren. Die Studierenden lernen darüber hinaus praxisbezogen und lösungsorientiert die jeweiligen Problembereiche der einzelnen Rechtsgebiete kennen. Auch wichtige Besonderheiten – insbesondere Entscheidungen der höchstrichterlichen Rechtsprechung und Meinungsstreitigkeiten in der Literatur – werden ausführlich erläutert. 2. Methodische Kompetenzen Die Studierenden können juristische Sachverhalte analysieren, strittige Fragen beantworten und einer Lösung zuführen. Sie sind zudem in der Lage, gutachterlich Sachverhalte so aufzuarbeiten, dass alle Fragen, die juristische Sachverhalte aufwerfen können, beantwortet werden. 3. Fachübergreifende Schlüsselqualifikationen Die Studierenden lernen die Interdependenzen zwischen den einzelnen Rechtsgebieten und den Auswirkungen auf die Unternehmensführung.					
Zuständigkeiten: • Prof. Dr. Oliver Baedorf • Lehrbeauftragte Wissensvermittlung via: PowerPoint, Tafel, Manuskript, Fallstudienbearbeitung, Literaturstudium					
Inhalte A Besondere vertragliche Schuldverhältnisse • Kaufvertrag: Besonderheiten beim Verbrauchsgüterkauf / Gewährleistungsrechte bei Mängeln, Nacherfüllung, Minderung, Rücktritt, Aufwendungs- und Schadensersatz • Werkvertrag: Gewährleistungsrechte bei Mängeln					

- Darlehensvertrag: Darlehensmöglichkeiten, Kündigungsmöglichkeiten, Besonderheiten bei Verbraucher-dar-lehen inkl. Verbundene Geschäfte, Finanzierungshilfen (insb. Teilzahlungsgeschäfte), Ratenlieferungs-ge-schäfte
- Mietvertrag: Gewerbliche Mietverträge / Besonderheiten der Wohnraummiete
- Pachtvertrag und Leasingvertrag: Grundlagen und Besonderheiten
- Arbeitsvertrag: Besondere Arbeitnehmerschutzrechte (EFZG, Urlaub u. a.), Beendigungsmöglichkeiten

B Gestaltung von Verträgen durch allgemeine Geschäftsbedingungen / Produzenten- und Produkthaftung

C Besondere Vertriebsformen im Netz, insbesondere Fernabsatzgeschäfte, Internetrecht

D Bedeutung und Möglichkeiten der Kreditsicherung

- Realsicherheiten, Pfandrecht an beweglichen Sachen und Rechten, Sicherungsübereignung, Sicherungsab-tretung, Eigentumsvorbehalt, Hypothek und Grundschuld
- Personalsicherheiten, Bürgschaft, Schuldbeitritt

E Unlauterer Wettbewerb

Schutzzwecke und Systematik des Wettbewerbsrechts, Bedeutung und Einfluss des Gemeinschaftsrechts, Unlauterkeitstatbestände, Rechtsfolgen und Anspruchsdurchsetzung

F Kennzeichenrecht

Geschützte Kennzeichen und deren Abgrenzung, Marke, Geschäftliche Bezeichnung, Geographische Herkunftsangabe, Schutzentstehung und Wirkungen des Kennzeichenschutzes, Kollisionstatbestände, Identitäts-/ Verwechslungs- und Bekanntheitsschutz, Kennzeichenverletzungen und Rechtsfolgen, Schranken des Kennzeichenschutzes

G Kartellrecht

Nationales und Europäisches Kartellrecht, Horizontale und vertikale Wettbewerbsbeschränkungen, Einzel- und Gruppenfreistellung, Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung, Grundzüge der Fusionskontrolle

Lehrformen

Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Keine

Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen

Klausur oder Wiss. Hausarbeit

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte

Modulverantwortliche/r:

Modulverantwortliche/r:

- Prof. Dr. Oliver Baedorf

Lehrende:

- Prof. Dr. Oliver Baedorf
- Dr. Renee Körtgen

Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage.)

- Brox, H. / Walker, W.-D.: Besonderes Schuldrecht, C.H. Beck
- Bönninghaus, A.: Schuldrecht Besonderer Teil I, C.F. Müller
- Führic, E.: Wirtschaftsprivatrecht, UTB-Verlag.
- Müssig, P.: Wirtschaftsprivatrecht.
- Ensthaler, J.: Gewerblicher Rechtsschutz u. Urheberrecht, Springer Verlag.
- Hönn, G.: Wettbewerbs- u. Kartellrecht, C. F. Müller-Verlag.
- Eisenmann, H.: Rechtsfälle aus dem Wettbewerbsrecht,
- Köhler, H. / Alexander, C.: Fälle zum Wettbewerbsrecht, C.H. Beck
- Rittner, F. / Drecher, M. / Kulka, M.: Wettbewerbs- und Kartellrecht, C.F. Müller
- Emmerich, V.: Unlauterer Wettbewerb, C.H. Beck

Aktuelle Fallstudien der Digitalökonomie und der Künstlichen Intelligenz

Modul	Workload 180 h	Credits 6	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Wintersemester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Seminar		Kontaktzeit 4 SWS/64h	Selbststudium 116 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
Lehrsprache Deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang) ☒ Master-Studiengang: Business Management ☐ Master-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse / Kompetenzen 1. Fachbezogene Kompetenzen: - Die Studierenden verstehen die Grundlagen generativer und agentischer KI, können deren Zusammenhang und zentrale Funktionsprinzipien erläutern sowie geeignete Anwendungsfelder und Einsatzmöglichkeiten analysieren. - Sie können die wesentlichen Komponenten agentischer KI-Systeme sowie deren Zusammenspiel erläutern. 2. Methodische Kompetenzen: - Die Studierenden können für konkrete Anwendungsfälle generative und agentische KI-Lösungen konzipieren sowie geeignete Modelle, Tools, Wissensquellen und agentische Komponenten auswählen und prototypisch einsetzen. - Sie können zudem geeignete Verfahren zur Evaluation solcher Lösungen anwenden und die Ergebnisse beurteilen. 3. Fachübergreifende Schlüsselqualifikationen: - Die Studierenden können die Verteilung von Aufgaben, Autonomie, Kontrolle und Verantwortung zwischen Mensch und KI kritisch beurteilen und Risiken sowie ethische und organisatorische Implikationen identifizieren und geeignete Gestaltungsmaßnahmen ableiten. - Sie können komplexe Problemstellungen strukturiert bearbeiten, Lösungsansätze begründen sowie Ergebnisse adressatengerecht präsentieren und diskutieren. Qualifikationsziele: Die Studierenden verstehen die Grundlagen und Besonderheiten generativer und agentischer KI und können deren Einsatzmöglichkeiten in Unternehmen beurteilen. Sie sind in der Lage, generative und agentische KI-Systeme für konkrete Anwendungsfälle konzeptionell zu gestalten und ausgewählte Komponenten prototypisch umzusetzen. Dabei können sie insbesondere die Zusammenarbeit und Aufgabenverteilung zwischen Mensch und KI gestalten sowie die Qualität, Risiken, ethischen und organisatorischen Implikationen solcher Systeme kritisch bewerten.					
Inhalte					

• Digitalökonomie und Bedeutung generativer und agentischer KI • Grundlagen generativer und agentischer KI • Anwendungsfelder generativer und agentischer KI in Unternehmen • Grundlagen generativer KI, insbesondere Large Language Models (LLMs) • Methoden zur Interaktion und Steuerung generativer KI, z.B. Prompt Engineering • Grundlagen agentischer KI, einschließlich KI-Agenten, Multi-Agenten-Systemen, Architekturen und Frameworks • Praktische Anwendung und Umsetzung ausgewählter Konzepte und Komponenten generativer und agentischer KI im Rahmen von Fallstudien, z.B. ○ Prompt-basierte Gestaltung von Rollen und Arbeitsabläufen mit generativer KI ○ Integration und Nutzung von Tools ○ Einbindung externer Daten- und Wissensquellen • Übergreifende Reflexion der Mensch-KI-Zusammenarbeit sowie von Risiken und ethischen Fragestellungen generativer und agentischer KI
Lehrformen Seminaristischer Unterricht (auch online) mit Vortrags- und Diskussionselementen sowie anwendungsorientierter Bearbeitung von Fallstudien und praktischen Aufgaben.
Teilnahmevoraussetzungen Formal: Zulassung zum Master-Studiengang Inhaltlich: Keine
Prüfungsformen Klausur, Wissenschaftliche Hausarbeit, Portfolioprfung oder mündliche Prüfung
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r: Modulverantwortliche/r: • Dr. Mei Wu-Gehbauer Lehrende: • Dr. Mei Wu-Gehbauer • Lehrbeauftragte
Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage.) • Bornet, P., & Wirtz, J., „Agentic artificial intelligence: harnessing AI agents to reinvent business, work, and life“ • Aktuelle Publikationen und Beiträge im Kontext generativer und agentischer KI

Controlling und Finanzierung II – Digitalisierung, aktuelle Trends und Entwicklungen

Modul	Workload 180 h	Credits 6	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Wintersemester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Seminar (2 SWS) + Übung (2 SWS)		Kontaktzeit 2 SWS/32h 2 SWS/32h	Selbststudium 116 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
Lehrsprache Deutsch / Englisch					
Verwendung des Moduls (Studiengang)					
☒ Master-Studiengang: Business Management					
☐ Master-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse / Kompetenzen					
1. Fachbezogene Kompetenzen Die Studierenden verfügen nach Absolvieren des Moduls über vertieftes Spezialwissen in den behandelten Controlling- sowie finanzwirtschaftlichen Bereichen. Dies beinhaltet sowohl strategische Aspekte, operative Instrumente als auch forschungsorientierte Ansätze. Sie sind in der Lage ausgewählte Controlling- und finanzwirtschaftliche Themen zu analysieren, mit dem bestehenden Wissen zu verknüpfen und zu bewerten.					
2. Methodische Kompetenzen Die Studierenden erlernen neue, komplexe Sachverhalte eigenständig zu erarbeiten, in Gruppen zu diskutieren und zu präsentieren. Dabei können Projektmanagementmethoden sowie Präsentations- und auch Moderationstechniken zum Einsatz gelangen.					
3. Fachübergreifende Schlüsselqualifikationen Die Studierenden sind mit diversen Controlling und finanzwirtschaftlichen Themen vertraut, so dass sie weitere bzw. neue Themen und Situationen selbst erarbeiten und einordnen können, grundsätzlich ein Austausch mit Fachvertretern möglich ist und komplexe Sachverhalte hinterfragt werden können.					
Zuständigkeiten:					
Modulverantwortliche					
Wissensvermittlung via:					
PowerPoint, Tafel, Flipchart, Diskussion, eigenständige Erarbeitung und Präsentation von Themen, Übungen und Fallstudien, E-Learning-Veranstaltungsformate (synchron, asynchron) und Experimente, Selbststudium					
Inhalte des Seminars und der Übung unter anderem ...					
Controlling II: Digitales Controlling - Einführung in systemgestütztes Controlling in ERP-Systemen - Kostenstellenrechnungsprozess in SAP CO - Prozess im Produktkosten-Controlling in SAP CO					
Finanzierung II: - Finanzmärkte, u.a. Behavioral Finance - Digital Finance					
Lehrformen					

Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussions-elementen sowie Übung und flipped classroom-Bestandteilen
Teilnahmevoraussetzungen Formal: Zulassung zum Studiengang Inhaltlich: Grundkenntnisse in Controlling und Finanzierung
Prüfungsformen Portfolioprüfung oder mündliche Prüfung, synchron oder asynchron, Präsenz oder online
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r: Modulverantwortliche/r: • Prof. Dr. Michael Kaul • Prof. Dr. Andreas Mengen Lehrende: • Prof. Dr. Michael Kaul • Prof. Dr. Andreas Mengen • Wiss. Mitarbeitende, Lehrbeauftragte
Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage.) Controlling II: • Boldau, M.;Weidner, S.: Fallstudie Kostenstellenrechnung (CO-CCA) • Boldau, M.;Weidner, S.: Fallstudie Produktkosten-Controlling (CO-PC) • Help.sap.com Finanzierung II: • Daxhammer, R. J., Facsar, M.: Behavioral Finance, Konstanz. • Foucault, T., Pagano, M., Röell, A.: Market Liquidity, Oxford. • Hasbrouck, J.: Empirical Market Microstructure - the institutions, economics, and econometrics of securities trading, Oxford Univ. Press, Osxford (u.a.). • O'Hara, Maureen: Market Microstructure Theory, Blackwell Publishers, Cambridge, Mass. • Sperber, H.: Finanzmärkte: eine praxisorientierte Einführung. 2. Auflg., Schäffer-Poeschel, Stuttgart. Bei Bedarf wird weitere Literatur in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Fremdsprachenkompetenz

Modul	Workload 180 h	Credits 6	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots anbieterabhängig	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Sprachkurs, Seminar		Kontaktzeit anbieterab-hängig SWS/ h	Selbststudium anbieterabhängig h	geplante Gruppengröße 10 Studierende	
Lehrsprache Kursabhängig					
Verwendung des Moduls (Studiengang)					
☒ Master-Studiengang: Business Management					
☐ Master-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse / Kompetenzen Ziel ist es, insbesondere sprachliche aber auch fachfremde oder fächerübergreifende Qualifikationen im Hinblick auf die berufliche oder wissenschaftliche Ausrichtung zu erlangen. Weitere Ziele ergeben sich aus den jeweiligen Modulbeschreibungen. Die Kompetenzen ergeben sich aus der jeweiligen Modulbeschreibung.					
Zuständigkeiten: Gemäß den Anlagen I bis II der Prüfungsordnung des Masterstudiengangs „Business Management“ kann das Wahlpflichtmodul Fremdsprachenkompetenz durch Prüfungsleistungen in Sprachmodulen erlangt werden, die in der Regel durch eine zentrale Spracheneinrichtung der Hochschule Koblenz, also derzeit durch das Center for Communication Studies, angeboten werden. Das Sprachenmodul muss mindestens das Niveau C 1 gemäß dem Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen für Sprachen entsprechen und darf nicht die Muttersprache des/der Studierenden sein. Die gesamten Vorgaben sind weiter unten aufgeführt.					
Wissensvermittlung via: Ergeben sich aus der jeweiligen Modulbeschreibung.					
Inhalte Inhalte ergeben sich aus der jeweiligen Modulbeschreibung.					
Lehrformen Ergeben sich aus der jeweiligen Modulbeschreibung.					
Teilnahmevoraussetzungen Formal: 1. Zulassung zum Masterstudiengang Business Management 2. Module müssen mit mindestens 6 ECTS-Punkte versehen sein 3. Module müssen mindestens das Niveau C 1 gemäß dem Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen für Sprachen besitzen 4. Sprache des betreffenden Moduls darf nicht die Muttersprache des/der Studierenden sein 5. Weitere Voraussetzungen gemäß den Bestimmungen der jeweiligen Module.					
Inhaltlich: Gemäß den Bestimmungen der jeweiligen Module.					

Prüfungsformen

Gemäß den Bestimmungen der jeweiligen Module.

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung **und** Anerkennung als Masterwahlpflichtmodul Fremdsprachenkompetenz

Stellenwert der Note für die Endnote

Gewichtung mit 6 ECTS-Punkte

Modulverantwortliche/r:

- Prof. Dr. Michael Kaul

Lehrende:

- Gemäß den Bestimmungen der jeweiligen Module

Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage.)

Gemäß den Bestimmungen der jeweiligen Module

Data Analytics II

Modul	Workload 180 h	Credits 6	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Sommersemester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Vorlesung + Übung		Kontaktzeit 2 + 2 SWS/64h	Selbststudium 116 h	geplante Gruppengröße	
Lehrsprache Deutsch/Englisch					
Verwendung des Moduls (Studiengang) ☒ Master-Studiengang: Business Management ☐ Master-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse / Kompetenzen 1. fachbezogene Kompetenzen Die Studierenden erhalten einen Einblick in weiterführende Ansätze der Data Analytics & Ökonometrie und lernen, anwendungsbezogene Fragestellungen zu beantworten. 2. methodische Kompetenzen Nach der Teilnahme an der Modulveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, wesentliche weiterführende ökonometrische Analyseansätze mit Hilfe von entsprechender Software (z. B. Excel, SPSS, Gretl) zu bearbeiten. 3. fachübergreifende Schlüsselqualifikationen Das erlernte Wissen (z. B. die Auswertung von Datenmengen unter Verwendung der erlernten Analysemethoden) kann fachübergreifend angewendet werden. Die Analyse quantitativer Sachverhalte in Teams wird trainiert. Die Studierenden können komplexe quantitative Zusammenhänge interpretieren und die Ergebnisse verständlich präsentieren. Zuständigkeiten: Siehe Modulverantwortung/ Lehrende Wissensvermittlung via: Tafel, PowerPoint, Übungsmaterialien					
Inhalte Weiterführende Themen in Data Analytics & Ökonometrie Zeitreihenökonometrie Weiterführende multivariate Verfahren in Data Analytics & Ökonometrie					
Lehrformen Vorlesung (seminaristischer Unterricht), Präsentation, Bearbeitung von Fallstudien in Gruppenarbeit, Diskussion, Selbststudium, Übungsaufgaben, „computer based training“ mit Hilfe von Datensätzen.					
Teilnahmevoraussetzungen Formal: Zulassung zum Master-Studiengang Inhaltlich: Grundkenntnisse der Statistik und linearen Algebra. Grundkenntnisse in der empirischen Sozialforschung.					
Prüfungsformen					

Klausur
Alternativ: Wissenschaftliche Haus- oder Projektarbeit
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r: Modulverantwortliche/r: • Prof. Dr. Mark Sellenthin Lehrende: • Prof. Dr. Mark Sellenthin
Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage.) • Auer & Rottmann, Statistik und Ökonometrie für Wirtschaftswissenschaftler: Eine anwendungsorientierte Einführung, Springer Gabler Verlag. • von Auer, Ökonometrie: Eine Einführung, Springer Gabler Verlag. • Backhaus, Erichson et al., Multivariate Analysemethoden, Springer Gabler Verlag. • Cleff, Applied Statistics and Multivariate Data Analysis for Business and Economics: A Modern Approach Using SPSS, Stata and Excel, Springer Verlag. • Dreger, Kosfeld & Eckey, Ökonometrie: Grundlagen – Methoden – Beispiele, Springer Gabler Verlag.

Preismanagement im Marketing

Modul	Workload 180 h	Credits 6	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Sommersemester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Seminar		Kontaktzeit 4 SWS/64h	Selbststudium 116 h	geplante Gruppengröße 15 Studierende	
Lehrsprache Englisch					
Verwendung des Moduls (Studiengang) ☒ Master-Studiengang: Business Management ☐ Master-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse / Kompetenzen Die Studierenden • verstehen Preismanagement als systematischen Prozess aus Strategie, Analyse, Entscheidung und Umsetzung (in Anlehnung an Simon, Fassnacht & Schmitz, 2025), • erkennen den Preis als stärksten Gewinntrieber und können Gewinnwirkungen quantifizieren, • können Preissetzungsentscheidungen auf Basis von Markt-, Kosten- und Wertanalysen treffen, • verstehen die Bedeutung von Pricing-Power und Preisdurchsetzung in dynamischen Märkten, • analysieren Preiswahrnehmung und Behavioral-Pricing-Effekte, • gestalten Preisdifferenzierung, Produktbündelung und Good-Better-Best-Modelle, • integrieren moderne Entwicklungen wie KI-gestütztes Preismanagement, Nachhaltigkeitspreise und Inflationsstrategien, • können Preiskommunikation und Preiscontrolling im Unternehmenskontext planen und evaluieren.					
Zuständigkeiten: Siehe Modulverantwortung/ Lehrende					
Wissensvermittlung via: Die Wissensvermittlung erfolgt praxisorientiert durch Fallstudien, Simulationen und Diskussionen, die Theorie und Anwendung im Preismanagement eng verknüpfen. Ergänzend fördern Microlearning-Elemente und Praxisbeispiele aus Unternehmen den nachhaltigen Wissenstransfer und die analytisch-kritische Kompetenz der Studierenden.					
Inhalte 1. Grundlagen und strategische Dimension: • Preis als zentraler Gewinntrieber, Preis- und Gewinnelastizitäten • Preismanagement als Prozess (Strategie, Analyse, Entscheidung, Umsetzung, Kontrolle) • Pricing-Power, Shareholder Value und strategische Positionierung 2. Analyse: • Ökonomische und psychologische Grundlagen der Preisfindung • Behavioral und Neuro Pricing • Preiselastizität, Preisabsatzfunktion, empirische Preisforschung 3. Entscheidung: • Preisstrategien (Skimming, Penetration, Wert- und Premiumstrategien) • Preisdifferenzierung und Produktlinien-Pricing • Preisentscheidungen im internationalen und digitalen Kontext					

4. Implementierung und Branchenspezifika: • Organisation des Preismanagements, Rolle des CEO und des Vertriebs • Software- und KI-Einsatz im Pricing • Preiskommunikation intern/extern, Preiscontrolling 5. Aktuelle Entwicklungen
Lehrformen Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung
Teilnahmevoraussetzungen Formal: Keine Inhaltlich: Keine
Prüfungsformen Klausur
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r: Modulverantwortliche/r: • Prof. Dr. Frank Hälsig Lehrende: • Prof. Dr. Frank Hälsig
Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage.) • Hinterhuber, A. (2021): Pricing – Strategien, Konzepte und Erfolgstreiber. Springer Gabler. • Monroe, K. B. & Cox, J. L. (2022): Pricing: Making Profitable Decisions. Routledge. • Nagle, T. T., Hogan, J. & Zale, J. (2021): The Strategy and Tactics of Pricing. Pearson. • Simon, H., Fassnacht, M. & Schmitz, A.-K. (2025): Preismanagement – Strategie, Analyse, Entscheidung, Umsetzung. 5. Aufl., Springer Gabler (Leitmedium).

Sustainable Business Creation

Modul	Workload 180 h	Credits 6	Studiensemester 1. or 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Sommersemester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Seminar		Kontaktzeit 4 SWS/64h	Selbststudium 116 h	geplante Gruppengröße 15 Studierende	
Lehrsprache German or English					
Verwendung des Moduls (Studiengang) ☒ Master-Studiengang: Business Management ☐ Master-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
Learning outcomes / competences After completing this seminar, students will be able to: • understand the key concepts, principles, and challenges of sustainable business creation; • apply ideation and creativity techniques to develop innovative, sustainability-oriented business ideas; • design and evaluate sustainable business models using established frameworks; • assess the feasibility, value proposition, and potential impact of sustainable ventures; • communicate and present sustainable business modelst to potential investors. Knowledge acquisition through: The core of the seminar is a hands-on-project, in which students work in teams to develop their own sustainable business model. Throughout the process, they apply ideation and creativity techniques, conduct stakeholder and feasibility analyses, and design a coherent business concept. The project concludes with a pitch of the developed idea.					
Content • Foundations of Sustainable Business Creation – key concepts of sustainable entrepreneurship, innovation, and value creation. • Ideation and Creativity Techniques – generating and evaluating sustainability-oriented business ideas using creative tools (e.g. Design Thinking). • Sustainable Business Modelling – developing and assessing business models with frameworks such as the (Triple Layered) Business Model Canvas. • Presentation and Reflection – pitching the developed business model and reflecting on entrepreneurial learning and sustainability impact.					
Teaching formats Project-based learning approach, input session and role model presentations.					
Requirements Formal: no requirements Content: no requirements					
Forms of examination Portfolio examination					
Necessary conditions for credits Passed examination					
Weight of the grading					

According to the ECTS points
Responsible for the module
Module coordinator • Prof. Dr. Alexandra Moritz
Teachers • Prof. Dr. Sina Weiss
Literature (most recent volumes) • Gassmann, O., Frankenberger, K., & Csik, M. The Business Model Navigator: 55 Models That Will Revolutionize Your Business. Pearson. • Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want. Wiley.
Additional literature will be provided throughout the module

International Human Resource Management

Modul	Workload 180 h	Credits 6	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Sommersemester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Seminar		Kontaktzeit 4 SWS/64h	Selbststudium 116 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
Lehrsprache Englisch					
Verwendung des Moduls (Studiengang) ☒ Master-Studiengang: Business Management ☐ Master-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse / Kompetenzen Lernergebnisse 1. fachbezogene Kompetenzen • Durch die Hinterfragung der jeweiligen Theorien und Konzepte auf ihre zu Grunde liegenden Annahmen können die Studierenden für den jeweiligen beruflichen Kontext passend Konzepte auswählen und anwenden. • Studierende sind in der Lage, Instrumente des internationalen Personalmanagements für Unternehmen zu entwickeln bzw. zu überarbeiten. • Durch die Überprüfung von Modellen und Theorien auf ihre Anwendbarkeit in spezifischen Kontexten werden Studierende in die Lage versetzt, Theorien und Modelle kritisch zu analysieren und passend zum beruflichen Kontext auszuwählen. Kompetenzen 1. fachbezogene Kompetenzen • Die Studierenden verstehen die zentralen Modelle des internationalen Personalmanagements, sind in der Lage, die Modelle für einen konkreten Unternehmenskontext auszuwählen und an die gegebenen Rahmenbedingungen anzupassen. 2. methodische Kompetenzen • Die Studierenden sind in der Lage, sich selbstständig neue Fachinhalte zu erschließen und diese zu bewerten und zu präsentieren. 3. fachübergreifende Schlüsselqualifikationen • Durch die kritische Bewertung verschiedener Theorien und Konzepte wird die Analysefähigkeit gesteigert. • Die Gruppenarbeiten befähigen Studierenden, gemeinsam im Team Problemstellungen zu analysieren und Theorien zu übertragen und Lösungsansätze zu bewerten. • Die Bearbeitung von Fallstudien mit konkreten Managementsituationen befähigt die Studierenden, Theorien passend zur Situation auszuwählen und auf die Situation anzuwenden. Zuständigkeiten: Siehe Modulverantwortung/ Lehrende Wissensvermittlung via: • Seminaristischer Unterricht im flipped classroom-Format mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen und Fallstudienbearbeitung.					

Inhalte • HR- Governance, institutionelle und sozio-kulturelle Rahmenbedingungen der Personalarbeit • Globalisierungs- und Internationalisierungstrends des Personalmanagements • Globale Rekrutierung und Entwicklung von Mitarbeitenden • Performance Management in internationalen Kontext • Entgeltfindung im globalen Spannungsfeld • Entsendung von Mitarbeitenden
Lehrformen Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung
Teilnahmevoraussetzungen Formal: Zulassung zum Master-Studiengang Inhaltlich: Keine
Prüfungsformen Klausur, wissenschaftliche Hausarbeit
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r: Modulverantwortliche/r: • Prof. Dr. Christian Lebrecht Lehrende: • Prof. Dr. Christian Lebrecht
Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage.) • Briscoe, D. & Schuler, R.: International Human Resource Management: Policies and Practices for Multinational Enterprises • Dowling, P.; Festing, M.; Engle, A.: International Human Resource Management • Harzing, A. & Piinington, A. International Human Resource Management. • Hayton, J.; Biron, M., Castro Christiansen, L. & Kuvaas, B. (Hrsg) Global Human Resource Management Casebook • Stahl, G.; Mendenhall, M. & Oddou, G. (Hrsg.) Readings and Cases in International Human Resource Management and Organizational Behavior • Fallstudien • Aktuelle wissenschaftliche Studien

Grundlagen des internationalen Steuerrechts

Modul	Workload 180 h	Credits 6	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Sommersemester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Seminar (4 SWS) + Übung (2 SWS)		Kontaktzeit 32 h/2 SWS 32 h/2 SWS	Selbststudium 116 h	geplante Gruppengröße 20-30 Studierende	
Lehrsprache Deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang) ☒ Master-Studiengang: Business Management ☐ Master-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse / Kompetenzen 1. Fachbezogene Kompetenzen Die Studierenden erwerben Grundkenntnisse auf dem Gebiet des internationalen Steuerrechts. Die Studierenden verfügen nach dem Besuch des Moduls über folgendes Wissen: Begriff des internationalen Steuerrechts und der gestiegenen Relevanz aufgrund der immer stärkeren Vernetzung der Wirtschaft über die nationalen Grenzen hinaus, Grundlagen zum Abkommensrecht, Unterscheidung von Inbound- und Outboundfällen ohne Abkommensrecht, Inhalt und Aufbau eines Doppelbesteuerungsabkommens, Behandlung einzelner Einkunftsarten im Kontext von Doppelbesteuerungsabkommen, Europarecht sowie Grundzüge der Hinzurechnungsbesteuerung und der Regelungen zur Funktionsverlagerung. 2. Methodische Kompetenzen Die Studierenden erlernen neue, komplexe Sachverhalte eigenständig zu erarbeiten, in Gruppen zu diskutieren und zu präsentieren. Dabei können Projektmanagementmethoden sowie Präsentations- und auch Moderationstechniken zum Einsatz gelangen. 3. Fachübergreifende Schlüsselqualifikationen Die Studierenden sind mit diversen Themen internationaler Besteuerung vertraut, so dass sie weitere bzw. neue Themen und Situationen selbst erarbeiten und einordnen können, grundsätzlich ein Austausch mit Fachvertretern möglich ist und komplexe Sachverhalte hinterfragt werden können. Lernziele im Hinblick auf die zu erwerbende Gesamtqualifikation / den Studienabschluss Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden die Bedeutung des internationalen Steuerrechts erfasst. Die Studierenden sind in der Lage, fallspezifische Problemstellungen zu verstehen, zu analysieren und steuerlich optimierten Lösungen zuzuführen. Zuständigkeiten: Siehe Modulverantwortung/ Lehrende Wissensvermittlung via: PowerPoint, Tafel, Diskussion, eigenständige Erarbeitung und Präsentation von Themen, Übungen und Fallstudien, Selbststudium					
Inhalte • Grundlagen des internationalen Steuerrechts					

• Inboundfälle ohne Abkommensrecht • Outboundfälle ohne Abkommensrecht • Inhalt und Aufbau eines Doppelbesteuerungsabkommens • Steuerliche Behandlung einzelner Einkunftsarten im internationalen Kontext • Europarecht • Grundzüge der Hinzurechnungsbesteuerung • Grundzüge der Funktionsverlagerung
Lehrformen Seminaristischer Unterricht, mit Vortrags-, Diskussions- und Übungselementen.
Teilnahmevoraussetzungen Formal: Keine Inhaltlich: Grundkenntnisse in der Besteuerung von natürlichen Personen und Unternehmen
Prüfungsformen Schriftliche Prüfung (Klausur mit/ohne Multiple Choice)) o. Portfolioprüfung
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r: Modulverantwortliche/r: • Prof. Dr. Jürgen Mertes Lehrende: • Prof. Dr. Jürgen Mertes • Lehrbeauftragte
Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage.) • Brähler: Internationales Steuerrecht: Grundlagen für Studium und Steuerberaterprüfung • Holthaus/Kierspel/Kadach: Internationales Steuerrecht • Schaumburg: Internationales Steuerrecht • Wilke: Fallsammlung Internationales Steuerrecht • Weitere Literatur wird ggfls. in der Veranstaltung bekanntgegeben.