

Fachbereich Wirtschaftswissenschaften

**Modulhandbuch
für den
Masterstudiengang**

**Business
Management**

PO 2026

Stand: September 2026

Erklärungen zu den einzelnen Modularten

Pflichtmodule

Pflichtmodule sind Module, die von allen Studierenden verpflichtend zu belegen sind. Pflichtmodule müssen erfolgreich abgeschlossen werden, um einen Studienabschluss zu erlangen. I.d.R. wird in den Pflichtmodulen Grundlagenwissen vermittelt. Pflichtmodule sind mit ECTS-Punkten ausgestattet.

Schwerpunktmodule

Schwerpunktmodule sind Module, die von den Studierenden aus einem bestimmten Fächerkatalog gewählt werden und deren Lehrinhalte i.d.R. auf dem in den Pflichtmodulen vermittelten Grundlagenwissen aufbauen. Die Studierenden erwerben vertiefende Kenntnisse in ausgesuchten Spezialgebieten. Schwerpunktmodule sind ebenfalls mit ECTS-Punkten ausgestattet und müssen zur Erreichung des Studienziels erfolgreich abgeschlossen werden.

Wahlpflichtmodule (Electives)

Wahlpflichtmodule, sog. Electives, sind Module, die von den Studierenden aus einem bestimmten Fächerangebot gewählt werden. Sie vervollständigen das Bachelor-Curriculum, in dem sie z.B. den Erwerb von zusätzlichen Sprachkompetenzen ermöglichen oder aufgrund der Vermittlung spezifischer Lehrinhalte den Lehrstoff der Schwerpunktmodule ergänzen. Auch werden häufig sog. „soft skills“ in den Fächerkanon der Wahlpflichtmodule übernommen. Wahlpflichtmodule sind mit ECTS-Punkten ausgestattet und zur Erlangung eines erfolgreichen Studienabschlusses unerlässlich.

Wahlmodule (Freiwillige Leistungen)

Wahlmodule sind Module, die auf rein freiwilliger Basis von den Studierenden belegt werden können. Es sind zusätzliche Module, für die keine ECTS-Punkte vergeben werden. Nach Abschluss des Studiums können die Studierenden eine Übersicht über ihre freiwilligen Leistungen mit den Zeugnisunterlagen beantragen.

Die Belegung eines Wahlmoduls ist für einen erfolgreichen Studienabschluss nicht erforderlich.

Inhaltsverzeichnis

Pflichtmodule	5
Künstliche Intelligenz und Strategisches IT-Management.....	5
Grundlagen und Methoden der empirischen Forschung	8
Data Analytics I	10
Europäische und globale Wirtschaftsbeziehungen	12
Schwerpunktmodule	15
Schwerpunkt Controlling und Finanzierung Management Accounting and Finance	15
Controlling I	15
Unternehmensfinanzierung.....	17
Finanzmarkt.....	19
Schwerpunkt Entrepreneurship and Sustainable Business Development	21
Sustainable Entrepreneurship & Strategy	21
Entrepreneurial Finance	23
Schwerpunkt Data Driven HRM	25
Grundlagen des evidenz basierten HRM.....	25
Grundlagen HR-Analytics und KI im HRM	28
Konzepte, Daten und KI im Employee Lifecycle	30
HRM Frontier Lab	33
Schwerpunkt Marketing	35
Advanced Brand Management.....	35
Digital Marketing & E-Commerce	37
International Marketing.....	39
Marketing Trends	41
Schwerpunkt Operations Management & Digital Transformation	43
Operations Management I	43
Operations Management II	45
Schwerpunkt Wirtschaftsprüfung und Steuerberatung Auditing and Taxation	47
Konzernrechnungslegung nach HGB	47
Erbschaft-/Schenkungssteuer und Bewertungsrecht	49
Umwandlungs-/Umwandlungssteuerrecht	51
IFRS Reporting	54

Wahlpflichtmodule (Electives)	57
Management von Unternehmenskrisen	57
Wirtschaftsrecht.....	60
Aktuelle Fallstudien der Digitalökonomie und der Künstlichen Intelligenz.....	63
Controlling und Finanzierung II – Digitalisierung, aktuelle Trends und Entwicklungen	65
Personalführung	67
Fremdsprachenkompetenz	69
Data Analytics II	71
Preismanagement im Marketing	73
Operations Management III - Digitale Transformation im Unternehmen.....	75
Sustainable Business Creation	77
Arbeits- und Sozialversicherungsrecht	79
International Human Resource Management	81
Grundlagen des internationalen Steuerrechts	83
Anlage Wissenschaftliche Studie	85
Wissenschaftliche Studie.....	85
Anlage Projektarbeit.....	87
Projektarbeit	87
Anlage Masterarbeit	89
Masterarbeit.....	89
Hochschulzertifikat – Keine Veranstaltung des Studiengangs MSc. Business Management.....	91
#Life hacks ...for starting your career!	91

Pflichtmodule

Die Angaben zum Studiensemester beziehen sich auf die Vollzeitvariante

Künstliche Intelligenz und Strategisches IT-Management					
Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	180 h	6	1. Semester	Jedes Semester	1 Semester
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
		4 SWS/64h	116 h	50 Studierende	
Lehrsprache Deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang)					
☒ Master-Studiengang: Business Management					
☐ Master-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse / Kompetenzen					
1. Fachbezogene Kompetenzen:					
- Die Studierenden verstehen die technologischen Grundlagen moderner KI-Systeme und können zentrale Ansätze des maschinellen Lernens und Deep Learnings einordnen. - Sie kennen unterschiedliche Typen KI-basierter Systeme und verstehen deren Potenziale für Produkte, Services und Geschäftsprozesse. - Sie verstehen zentrale Aufgaben des KI-Managements von der strategischen und organisatorischen Verankerung über die Gestaltung, Entwicklung und den Betrieb bis zur Bewertung und verantwortungsvollen Einsatz von KI-Systemen.					
2. Methodische Kompetenzen:					
- Die Studierenden können komplexe Fragestellungen des KI-Managements systematisch analysieren und geeignete Methoden und Konzepte auf konkrete Unternehmenssituationen anwenden. - Sie können Handlungsoptionen strukturiert bewerten, gegeneinander abwägen und Gestaltungsempfehlungen ableiten.					
3. Fachübergreifende Schlüsselqualifikationen:					
- Die Studierenden können technologische, betriebswirtschaftliche, organisatorische und menschliche Perspektiven auf KI miteinander verknüpfen. - Sie entwickeln die Fähigkeit, Chancen, Grenzen und Konsequenzen des Einsatzes von KI kritisch zu reflektieren und Entscheidungen zum KI-Einsatz fundiert zu begründen.					
Qualifikationsziele: Künstliche Intelligenz (KI) entwickelt sich zu einer zentralen Technologie für die Gestaltung von Produkten, Services, Geschäftsprozessen und Organisationen. Ziel des Moduls ist es, den Studierenden ein integriertes Verständnis des Managements von KI-Systemen zu vermitteln. Ausgehend von den technologischen Grundlagen moderner KI lernen die Studierenden, unterschiedliche Formen KI-basierter Systeme einzuordnen und deren Anwendungspotenziale zu erkennen. Darauf aufbauend befassen sie sich mit der strategischen und organisatorischen Verankerung von KI sowie mit der Gestaltung, Entwicklung und dem Betrieb von KI-Systemen. Dabei werden Datenmanagement und Data Governance sowie die Gestaltung der Zusammenarbeit zwischen Mensch					

und KI berücksichtigt.

Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, KI-Systeme ganzheitlich aus technologischer, sozio-technischer und betriebswirtschaftlicher Perspektive zu analysieren, zu gestalten, zu bewerten und verantwortungsvoll einzusetzen.

Inhalte

KI als Management- und Transformationsthema

Technologische Grundlagen moderner KI

Methoden des maschinellen Lernens

- Supervised Learning
- Unsupervised Learning
- Deep Learning

KI-Anwendungspotenziale erschließen

KI-Strategie und Organisation

Gestaltung, Entwicklung und Betrieb von KI-Systemen

- Machine Learning Operations / MLOps
- Data Governance, Data Management
- Mensch-KI Zusammenarbeit, u.a.
 - Automatisierung vs. Augmentierung
 - Human-in-the-loop
 - Explainable AI

Erfolg von KI-Systemen bewerten

- Technische Wirkung
- Prozesswirkung
- Geschäftliche Wirkung

KI-Systeme verantworten

- Chancen, Grenzen und Risiken von KI-Systemen
- Verantwortungsvolle Gestaltung und Nutzung von KI

Lehrformen

Seminaristischer Unterricht (auch online) mit Vortrags-, Diskussions- und Übungselementen.

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Zulassung zum Master-Studiengang

Inhaltlich: Grundkenntnisse der Wirtschaftsinformatik

Prüfungsformen

Klausur, Wissenschaftliche Hausarbeit, Portfolioprüfung 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.)

- Hutzschenreuter, T., & Lämmermann, T., „AI Business Strategy“, Taylor & Francis.
- James, G., Witten, D., Hastie, T., Tibshirani, R., & Taylor, J., „An Introduction to Statistical Learning: with Applications in R“, Springer Texts in Statistics.
- Gluchowski, P., „Datenmanagement und Datenanalyse“, Springer, Wiesbaden.
- Aktuelle Publikationen und Beiträge im Kontext Künstliche Intelligenz

Grundlagen und Methoden der empirischen Forschung

Modul	Workload 180 h	Credits 6	Studiensemester 1. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Vorlesung + Übung		Kontaktzeit 2 + 2 SWS/64h	Selbststudium 116 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende	
Lehrsprache Deutsch/Englisch					
Verwendung des Moduls (Studiengang)					
☒ Master-Studiengang: Business Management					
☐ Master-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse / Kompetenzen					
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 die Einsatzbereiche der multivariaten Verfahren, können das für die spezifischen Untersuchungsziele am besten geeignete multivariate Verfahren auswählen und sind in der Lage, ausgewählte multivariate Verfahren anzuwenden. 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.					
Zuständigkeiten:					
Siehe Modulverantwortung/ Lehrende					
Inhalte					
Einführung in die Wissenschaftstheorie					
Grundlagen und Probleme der empirischen Sozialforschung					
Untersuchungsplanung					
Planung und Ablauf empirischer Untersuchungen					

○ Indices, Messung und Skalen ○ Stichprobentheorie Datenerhebung ○ Primär- und Sekundärdaten ○ Beobachtung ○ Befragung ○ Experiment Datenauswertung ○ Qualitative Inhaltsanalyse ○ Mathematische und statistische Verfahren
Lehrformen Seminaristischer Unterricht, Fallstudien, Selbststudium. Ergänzt um elektronische Lehr- und Lernangebote sowie nach Möglichkeit „computer based training“ mit Hilfe von Datensätzen.
Teilnahmevoraussetzungen Formal: Zulassung zum Master-Studiengang Inhaltlich: Grundkenntnisse der Statistik und Marktforschung
Prüfungsformen Wissenschaftliche Haus- oder Projektarbeit. Alternativ: Klausur (90 Min.)
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. Sina Weiss Lehrende: • Prof. Dr. Sina Weiss • Lehrbeauftragte
Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage.) • 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.

Data Analytics I

Modul	Workload 180 h	Credits 6	Studiensemester 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	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 die grundlegenden 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 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					
- Einführung in Data Analytics & Ökonometrie - Das lineare Regressionsmodell - Verletzung der Annahmen des linearen Regressionsmodells - Weitere multivariate Verfahren in Data Analytics & Ökonometrie (Logistisches Regressionsmodell, Faktorenanalyse, Clusteranalyse etc.)					
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.

Europäische und globale Wirtschaftsbeziehungen

Modul	Workload 180 h	Credits 6	Studiensemester 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Seminar		Kontaktzeit 4 SWS/64h	Selbststudium 116 h	geplante Gruppengröße 50 Studierende	
Lehrsprache Deutsch/Englisch					
Verwendung des Moduls (Studiengang)					
☒ Master-Studiengang: Business Management					
☐ Master-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse / Kompetenzen					
1. Fachbezogene Kompetenzen					
- Sie sind in der Lage, globale ökonomische Zusammenhänge ganzheitlich darzustellen und globale wirtschaftliche Entwicklungen und internationale Wirtschaftsbeziehungen im Kontext aktueller Herausforderungen im Bereich Nachhaltigkeit und Digitalisierung kritisch zu reflektieren. - 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 Teilnahme an dem Modul fördert die Fähigkeit des Informationsmanagements und des effektiven, kritischen Einsatzes von Technologien wie Künstlicher Intelligenz. - Die Studierenden entwickeln ihre Fähigkeit zu abstraktem und vernetztem Denken und kreative Lösungen zu erarbeiten.					

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.
- Transversale Kompetenzen:
 - 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, selbstreflexives Bewusstsein für die Herausforderungen in einer wirtschaftlich und politisch vernetzten globalisierten Welt.

Das Modul fördert bei den Studierenden die Berücksichtigung beruflicher, sozialer und kultureller Normen.

Zuständigkeiten:

Siehe Modulverantwortung/ Lehrende

Wissensvermittlung via:

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

Inhalte

Inhalte des Seminars

Seminarteil „Globale Wirtschaftsbeziehungen“, Prof. Dr. Teodorescu

Ausgewählte Themen, unter anderem aus folgenden Bereichen:

- Bedeutung, Entwicklung und die Rolle des internationalen Handels für eine nachhaltige globale Wirtschaft
- Ursachen des Außenhandels im Kontext ökonomischer, ökologischer und politischer Zielkonflikte
- Staat und Außenhandel
- Handelspolitische Maßnahmen
- Wirtschaftliche Integration und ihre Bedeutung für nachhaltiges Wachstum und regionale Kooperation
- Internationale Währungsordnungen und Wechselkurse
- Devisenmarkt und Wechselkurssysteme
- Internationale Währungsordnung bis 1973
- Internationale Währungsordnung seit 1973
- Aktuelle Fragestellungen im Bereich Globalisierung und internationale Wirtschaftsbeziehungen

Seminarteil „Europäische Wirtschaftsbeziehungen“, Prof. Dr. Treude

Ausgewählte Themen, unter anderem aus folgenden Bereichen:

- Begriff, Geschichte und Motive der europäischen Integration
- EU und EFTA als internationale Organisationen
- Aufgabengebiete, Institutionen und Akteure der EU
- EU als Rechtsgemeinschaft
- EU als Wirtschaftsgemeinschaft
- EU-Binnenmarkt
- EU-Handelspolitik
- Europäische Wirtschafts- und Währungsunion
- Theorien der (europäischen) Integration
- Environmental, Social and Corporate Governance (kurz ESG) für die Berücksichtigung von Umwelt-, Nachhaltigkeits- und Sozialfragen innerhalb von Unternehmensführungen, öffentlichen Körperschaften,

Regierungen und Behörden, insbesondere im europäischen Kontext • Aktuelle Entwicklungen des europäischen Integrationsprozesses
Lehrformen Seminaristische Lehr-/Lernform mit Vortrags-, Diskussions- und Übungselementen
Teilnahmevoraussetzungen Formal: Zulassung zum Masterstudiengang Inhaltlich: Keine
Prüfungsformen Klausur (120 Minuten) oder 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. Margareta Teodorescu • Prof. Dr. Sibylle Treude Lehrende: • Prof. Dr. Margareta Teodorescu • Prof. Dr. Sibylle Treude
Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage.) 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.

Schwerpunktmodule

Die Angaben zum Studiensemester beziehen sich auf die Vollzeitvariante

Schwerpunkt Controlling und Finanzierung Management Accounting and Finance

Controlling I					
Modul	Workload 360h	Credits 12	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Wintersemester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Vorlesung		Kontaktzeit 8 SWS/128h	Selbststudium 232h	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
Lehrsprache Deutsch und Englisch					
Verwendung des Moduls (Studiengang) ☒ Master-Studiengang: Business Management ☐ Master-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse / Kompetenzen <u>Qualifikationsziele:</u> 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. <u>Kompetenzerwerb:</u> - Fachbezogene Kompetenzen: Controlling-Instrumente verstehen und anwenden - Methodische Kompetenzen: Selbständiges Arbeiten, Arbeiten in Gruppen, Diskussionsfähigkeit, Eigenständiges Erarbeiten eines Themas und Präsentation - Fachübergreifende Schlüsselqualifikationen: Wissenschaftstheorie verstehen Zuständigkeiten: Siehe Modulverantwortung/ Lehrende					
Inhalte - Wissenschaftstheoretische Grundlagen - Informationsversorgung sowie Operative und Taktische Planung und Kontrolle - Controlling mit SAP - Fallstudien und Übungen - Gastreferenten aus der Unternehmenspraxis zu aktuellen Controlling-Themen					
Lehrformen					

Seminaristischer Unterricht (abhängig v. Teilnehmerzahl) mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen
Teilnahmevoraussetzungen Formal: Zulassung zum Masterstudiengang Inhaltlich: Keine
Prüfungsformen Von der Prüfungsordnung zugelassene Prüfungsform, z.B. Hausarbeit und 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: • Prof. Dr. Andreas Mengen Lehrende: • Prof. Dr. Andreas Mengen • Prof. Dr. Timo Kachel • Lehrbeauftragte
Literaturhinweise: (jeweils die 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.

Unternehmensfinanzierung

Modul	Workload 180 h	Credits 6	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Sommersemester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Seminar (2,5 SWS) + Übung (1,5 SWS)		Kontaktzeit 2,5 SWS/40h 1,5 SWS/24h	Selbststudium 116 h	geplante Gruppengröße 20 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 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.					
Zuständigkeiten: Modulverantwortlicher					
Wissensvermittlung via: PowerPoint, Tafel, Flipchart, Diskussion, eigenständige Erarbeitung und Präsentation von Themen, Übungen und Fallstudien, E-Learning-Veranstaltungsformate (synchron, asynchron) und Experimente, Selbststudium					
Inhalte • Strukturierte Finanzierung • Kapitalstrukturtheorie und -politik • Ausschüttungstheorie und -politik • Finanzinstrumente und -konzepte • International Finance • Aktuelle finanzwirtschaftlich-wissenschaftliche und -praxisorientierte Themen					

Lehrformen Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung und flipped classroom-Bestandteilen
Teilnahmevoraussetzungen Formal: Zulassung zum Studiengang Inhaltlich: Keine
Prüfungsformen Klausur 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 Lehrende: • Prof. Dr. Michael Kaul • Wiss. Mitarbeitende, Lehrbeauftragte
Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage.) • Copeland, T. E., Weston, J. F., Shastri, K.: Financial Theory and Corporate Policy, Boston. • 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.

Finanzmarkt

Modul	Workload 180 h	Credits 6	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Sommersemester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Seminar (2,5 SWS) + Übung (1,5 SWS)		Kontaktzeit 2,5 SWS/40h 1,5 SWS/24h	Selbststudium 116 h	geplante Gruppengröße 20 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 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.					
Zuständigkeiten:					
Modulverantwortlicher					
Wissensvermittlung via:					
PowerPoint, Tafel, Flipchart, Diskussion, eigenständige Erarbeitung und Präsentation von Themen, Übungen und Fallstudien, E-Learning-Veranstaltungsformate (synchron, asynchron) und Experimente, Selbststudium					
Inhalte unter anderem ...					
• Portfolio- und Kapitalmarkttheorie • Mikrostruktur von Finanzmärkten • Finanzinstrumente und -konzepte • Behavioral Finance					

• Finanzmarktökonomie • Aktuelle finanzwirtschaftlich-wissenschaftliche und -praxisorientierte Themen
Lehrformen Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung und flipped classroom-Bestandteilen
Teilnahmevoraussetzungen Formal: Zulassung zum Studiengang Inhaltlich: Keine
Prüfungsformen Klausur 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 Lehrende: • Prof. Dr. Michael Kaul • Wiss. Mitarbeitende, 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.

Schwerpunkt Entrepreneurship and Sustainable Business Development

Sustainable Entrepreneurship & Strategy					
Modul	Workload	Credits	Study semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	360 h	12	1. oder 2. Semester	Wintersemester	1 Semester
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
Seminar		8 SWS/128h	232 h	15 Studierende	
Lehrsprache Deutsch/Englisch					
Verwendung des Moduls (Studiengang)					
☒ Master-Studiengang: Business Management					
☐ Master-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
Learning outcomes / competences					
After completing this module, students will be able to:					
• understand the key concepts and principles of sustainable entrepreneurship and strategy • critically assess the interrelations between business, society, and the environment; • develop and evaluate sustainable business models and innovation strategies; • apply strategic management tools and entrepreneurial approaches to effectively address sustainability-related challenges • demonstrate essential future skills, including teamwork, communication, problem-solving, and reflective thinking.					
Teaching formats:					
Seminar-style teaching with interactive lectures, discussions, practical exercises, guest lectures and case-studies.					
Content					
1. Introduction to Sustainable Entrepreneurship and Strategy					
• Concepts and principles of sustainability, circular economy, and responsible innovation • The role of entrepreneurship in sustainable development • Theories of value creation and sustainable venture ecosystems					
2. Strategic Management for Sustainability					
• Strategic frameworks and tools for addressing sustainability-related challenges • Entrepreneurial strategies for long-term sustainable advantage • Sustainable business model innovation and transformation					

• Leadership, organizational culture, and change
3. Innovation and Sustainable Impact • Sustainable product, service, and process innovation • Measuring Impact: Integrating ESG metrics, impact measurement, and sustainability reporting into strategy • Systems thinking and innovation for sustainable transitions
Teaching formats Seminar-style teaching with interactive lectures, discussions, practical exercises, guest lectures and case-studies.
Requirements Formal: no requirements Content: no requirements
Forms of examination Written exam or Portfolio examination
Necessary conditions for credits Passed examination
Weight of the grading According to the ECTS points
Modul representative and lecturers Module coordinator • Prof. Dr. Alexandra Moritz Teachers • Prof. Dr. Sina Weiss
Literature list • Hesterly, W., & Barney, J. Strategic management and competitive advantage (Vol. 28). Essex: Pearson/Education. • Welge, M. K., Al-Laham, A., & Eulerich, M. Strategisches Management: Grundlagen-Prozess-Implementierung. Springer-Verlag. • Weidinger, C. Sustainable entrepreneurship business success through sustainability. Springer. Additional literature will be provided throughout the module

Entrepreneurial Finance					
Modul	Workload 360 h	Credits 12	Study semester 1. oder 2. Semester	Frequency of supply Sommersemester	Duration 1 semester
Course Seminar		Contact time 8 SWS/128 h	Self-study 232 h	Group size 30 students	
Teaching language Deutsch/Englisch					
Use of module (Study program) ☒ Master-Studiengang: Business Management ☐ Master-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
Learning outcomes After completing this module, students will be able to: • understand the key concepts, principles, and instruments of entrepreneurial finance throughout the startup life cycle; • analyze and evaluate different financing options available to entrepreneurs, including equity, debt, and hybrid forms; • calculate and interpret the intrinsic value of a firm, and effectively communicate this valuation to stakeholders; • understand the requirements, interests, and decision-making processes of equity and debt providers, and explain how financial deals are structured; • describe and assess the venture capital process and alternative financing approaches such as crowdfunding and distributed ledger-based finance; • develop and pitch a convincing investment proposal, including an in-depth business plan for a new or growing venture.					
Competences Groupwork, presenting, case studies, self-study, negotiating, communication, financial modeling and problem solving.					
Content 1. Foundations of Entrepreneurial Finance • Principles and objectives of entrepreneurial finance • Financial needs across the startup life cycle 2. Financing Options for Entrepreneurs • Overview of financing instruments: equity, debt, and hybrid forms • Financing options along the company life cycle 3. Firm Valuation and Investor Communication • Methods for calculating intrinsic firm value (DCF, comparables, multiples) • Valuation challenges in early-stage ventures 4. Equity and Debt Financing Processes • Deal structuring, term sheets, and negotiation dynamics • Understanding ownership dilution, control, and exit options					

Teaching formats This course will use student-based learning principles. Reading, homework, lecturing incl. seminaristic elements will provide the knowledge base. Presentations, discussions, case studies, and simulations will be used to anchor student understanding and to achieve the learning outcomes and competency goals of the module.
Requirements Formal: no requirements Content: no requirements
Forms of examination Written exam or Portfolio examination
Necessary conditions for credits Passed examination
Weight of the grading According to the ECTS points
Modul representative and lecturers Module coordinator • Prof. Dr. Alexandra Moritz • Mark Frost Teachers • Mark Frost
Literature list ▪ Alemany, L., and Andreoli, J. J. (Eds.): Entrepreneurial finance: the art and science of growing ventures. Cambridge University Press. ▪ Lassala, C. and Ribeiro-Navarrete, S.: Financing Startups: Understanding Risks, Funding Sources, and the Impact of Emerging Technologies. Springer ▪ Rogers, S. Entrepreneurial Finance, Fourth Edition: Finance and Business Strategies for the Serious Entrepreneur. McGraw-Hill. ▪ Sarris, W. Harvard Business Review Entrepreneur's Handbook. Harvard Additional literature will be provided throughout the module

Schwerpunkt Data Driven HRM

Grundlagen des evidenz basierten HRM					
Modul	Workload 180 h	Credits 6	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Wintersemester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Vorlesung		Kontaktzeit 4 SWS/64h	Selbststudium 116 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
Lehrsprache Deutsch/Englisch					
Verwendung des Moduls (Studiengang)					
☒ Master-Studiengang: Business Management					
☐ Master-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse / Kompetenzen					
Die Studierenden entwickeln ein umfassendes Verständnis für die theoretischen und praktischen Grundlagen des evidenzbasierten Human Resource Management. Sie können die Transformation der Personalarbeit im digitalen Zeitalter analysieren und bewerten. Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:					
• Die Relevanz und den Nutzen datengetriebener HR-Ansätze zu erläutern und zu begründen • Evidenzbasierte Managementmethoden systematisch auf HR-Fragestellungen anzuwenden • Technologische Entwicklungen im HR-Bereich zu bewerten und deren Einsatzmöglichkeiten einzuschätzen • Personalpolitische und regulatorische Rahmenbedingungen bei der Implementierung von HR-Analytics und KI zu berücksichtigen • Ethische und datenschutzrechtliche Aspekte bei datengetriebenen HR-Entscheidungen zu reflektieren und zu beachten • Neue HR-Rollen und Kompetenzen im Kontext der digitalen Transformation zu definieren und zu gestalten • Die strategische Bedeutung von HR-Analytics für Business Entscheidungen zu verstehen und zu kommunizieren					
Zuständigkeiten:					
Siehe Modulverantwortung/ Lehrende					
Wissensvermittlung via:					
• Interaktive Vorlesungen, Fallstudienarbeit, Diskussionsrunden zu ethischen Fragestellungen, praktische Übungen mit HR-Daten, Gastvorträge aus der Praxis, Gruppenarbeiten, Reflexionsaufgaben, Literaturstudium					
Inhalte					
• HRM im digitalen Zeitalter – Die Bedeutung von Daten für die strategische Personalarbeit • Digitale Transformation der Arbeitswelt und neue HR-Anforderungen • Grundlagen evidenzbasierte Managementansätze					

○ Nutzen & Risiken datengetriebener HR-Entscheidungen ○ Personalökonomischer Ansatz zur Effektivitätsmessung von HR-Maßnahmen ○ Einstieg in HR-Analytics: Grundlagen und Methoden • Technische Entwicklungen im HR-Bereich: ○ Digitale Transformation ○ KI ○ Cloudsysteme & Datenlandschaft im HR • Personalpolitik & regulatorische Rahmenbedingungen: ○ CSRD / ESG ○ Mitbestimmung ○ Ethik ○ Datenschutz • Rollen von HR in der digitalen Transformation: ○ Mensch-Maschine-Kollaboration ○ Strategische Einordnung und neue HR-Rollen ○ Strategisches Business Partnering durch datengetriebene Insights ○ HR als Enabler der KI-Transformation von Unternehmen
Lehrformen Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übungen
Teilnahmevoraussetzungen Formal: Keine Inhaltlich: Grundkenntnisse in Betriebswirtschaftslehre und Personalmanagement (Bachelor-Niveau)
Prüfungsformen Klausur, 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. Johannes Berger Lehrende: • Prof. Dr. Johannes Berger • Prof. Dr. Christian Lebrecht
Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage.) • Cascio, W. F., & Boudreau, J. W. : Investing in People: Financial Impact of Human Resource Initiatives. FT Press.

- Lawler, E. & Boudrau, J.: Human Resource Excellence. An Assessment of Strategies and Trends. Stanford Business Books
- Edwards M. et al.: Predictive HR Analytics: Mastering the HR Metric
- Kuhn, T. & Weibler J.: Führungsethik in Organisationen. Kohlhammer
- Ontrup G. et al.: HR-Analytics: Eine Einführung in ganzheitliches, datengestütztes Personalmanagement. Hofgrefe.
- Reindl C. & Krügl. S.: People Analytics in der Praxis: Mit Datenanalyse zu besseren Entscheidungen im Personalmanagement. Haufe
- Pfeffer, J. & Sutton, R. (2006): Hard Facts, Dangerous Half-Truths and Total Nonsense: Profiting from Evidence-Based Management, Harvard Business Press
- Weckmüller, H.: Exzellenz im Personalmanagement. Haufe
- Aktuelle wissenschaftliche Studien

Grundlagen HR-Analytics und KI im HRM

Modul	Workload 180 h	Credits 6	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Wintersemester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Vorlesung		Kontaktzeit 4 SWS/64h	Selbststudium 116 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
Lehrsprache Deutsch/Englisch					
Verwendung des Moduls (Studiengang)					
☒ Master-Studiengang: Business Management					
☐ Master-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse / Kompetenzen Die Studierenden erwerben ein grundlegendes Verständnis von daten- und KI-gestützten Ansätzen im Personalmanagement. Sie lernen aus HR-Daten entscheidungsrelevante Informationen abzuleiten und die Chancen und Risiken des Einsatzes von KI für HR richtig einzuschätzen. Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage: • HR-Analytics-Strategien und -Systeme zu konzipieren und zu bewerten • Datenstrukturen im HR-Bereich zu verstehen und Data Governance-Konzepte anzuwenden • Relevante HR-Kennzahlen auszuwählen, zu definieren und zu erheben • Professionelle HR-Dashboards und Datenvisualisierungen zu entwickeln • Statistische Methoden und KI-gestützte Verfahren für HR-Analytics anzuwenden • KI-Technologien im Personalbereich zu bewerten und deren Implementierung zu planen • Ethische und rechtliche Rahmenbedingungen beim Einsatz von KI in HR zu berücksichtigen • Agile Projektmethoden für die Zusammenarbeit mit IT-Abteilungen zu nutzen					
Zuständigkeiten: Siehe Modulverantwortung/ Lehrende					
Wissensvermittlung via: • Interaktive Vorlesungen, praktische Übungen mit HR-Analytics-Tools, Fallstudienarbeit, Workshops zur Dashboard-Entwicklung, Gastvorträge von HR-Tech-Experten, Gruppenarbeiten zu KI-Implementierungsszenarien, Literaturstudium					
Inhalte • Einführung: Vom klassischen HR-Controlling hin zu HR Analytics • Datenstrategie und Governance im HR-Management • Auswahl und Definition von relevanten HR-Kennzahlen • Entwicklung von HR-Dashboards und Datenvisualisierungen ◦ Ziele und Nutzen effektiver HR-Dashboards für verschiedene Stakeholder ◦ Gestaltungsprinzipien für benutzerfreundliche und aussagekräftige Visualisierungen ◦ Tools und technische Umsetzung: Von Excel über Tableau/Power BI bis hin zu spezialisierten HR-Analytics-Plattformen • Advanced & Predictive HR Analytics Use-Cases • Einführung KI im Personalbereich ◦ Möglichkeiten und Grenzen von KI-Systemen in der Personalarbeit					

○ Kosten-Nutzen-Analyse für HR und die Belegschaft ○ KI und HR-Analytics-Implementierung in verschiedenen Unternehmensgrößen: Von Start-ups bis Konzerne • Rahmenbedingungen und Herausforderungen für KI in HR ○ EU AI Act: Auswirkungen auf HR-Praktiken und Compliance-Anforderungen ○ Ethische Aspekte des KI-Einsatzes in der Personalarbeit ○ Mensch-Maschine-Kollaboration: Rollen und Verantwortlichkeiten • Zusammenarbeit mit der IT-Organisation bei der Implementierung von HR-Analytics und KI ○ Agile Methoden: Scrum, Kanban für HR-Analytics-Implementierungen ○ Kommunikation und Projektmanagement an der Schnittstelle zwischen HR und IT ○ Change Management bei der Einführung neuer HR-Technologien
Lehrformen Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übungen
Teilnahmevoraussetzungen Formal: Keine Inhaltlich: Grundkenntnisse in Betriebswirtschaftslehre und Personalmanagement (Bachelor-Niveau)
Prüfungsformen Klausur, 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. Johannes Berger Lehrende: • Prof. Dr. Johannes Berger • Prof. Dr. Christian Lebrecht
Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage.) • Carter, T.: Data Visualization with Tableau and Power BI: Unleash the Power of Tableau and Power BI. Independ Publishers • Edwards M. et al.: Predictive HR Analytics: Mastering the HR Metric • EU AI Act • Ferrar, J. & Green, D.: Excellence in People Analytics: How to use workforce data to create business value • Napper, C.: People Analytics: Using data-driven HR and Gen AI as a business asset. Kogan Page • Nussbaumer Knaflitz, C.: Storytelling mit Daten • Ontrup G. et al.: HR-Analytics: Eine Einführung in ganzheitliches, datengestütztes Personalmanagement. Hofgrete. • Reindl C. & Krügl. S.: People Analytics in der Praxis: Mit Datenanalyse zu besseren Entscheidungen im Personalmanagement. Haufe • Rütten, M. & Verhoeven, T.: Recruiting Analytics: Mehr Erfolg mit Data Driven Recruiting und Talent Intelligence. Schäffer-Poeschel • Aktuelle wissenschaftliche Studien

Konzepte, Daten und KI im Employee Lifecycle

Modul	Workload 270 h	Credits 9	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Sommersemester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Vorlesung		Kontaktzeit 6 SWS/ 96h	Selbststudium 174 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
Lehrsprache Deutsch/Englisch					
Verwendung des Moduls (Studiengang)					
☒ Master-Studiengang: Business Management					
☐ Master-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse / Kompetenzen					
Die Studierenden entwickeln umfassende Kompetenzen im datengetriebenen Management aller Phasen des Employee Life Cycles – von Recruiting über Entwicklung bis Retention. Sie verstehen die theoretischen Grundlagen und kennen moderne KI- und Analytics-Methoden zur Optimierung der gesamten Employee Journey. Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage: • Theoretische Konzepte der Personalauswahl zu analysieren und die Möglichkeiten und Risiken KI-gestützter Recruiting-Systeme zu verstehen und zu bewerten • Digital Recruitment Strategien zu entwickeln und Candidate Experience Analytics durchzuführen • Personalisierte Onboarding-Prozesse zu gestalten und deren Wirksamkeit zu messen • Total Rewards Strategien zu konzipieren und KI- und HR Analytics-basierte Compensation-Prozesse zu etablieren • Continuous Performance Management Systeme zu implementieren und Real-Time Feedback zu etablieren • Employee Engagement Analytics und Pulse Surveys strategisch einzusetzen • Skills-based Talent Management und Career & Learning Development Systeme zu entwickeln • Predictive Analytics für Personalplanung und KI-gestützte Nachfolgeplanung anzuwenden • Conversational AI für Employee Self-Service zu implementieren • Cross-Lifecycle-Analytics zur strategischen Entscheidungsunterstützung zu nutzen					
Zuständigkeiten: Siehe Modulverantwortung/ Lehrende					
Wissensvermittlung via:					
Interaktive Vorlesungen Case Study-Analysen mit realen Employee Journey Daten, praktische Übungen mit HR-Analytics-Tools, Gastvorträge von HR-Tech-Experten, Peer-Learning-Gruppen, Simulation von HR-Entscheidungsprozessen, Literaturstudium					
Inhalte					
• Personalauswahl ○ Theoretische Vertiefung der Personalauswahl: Eignungsdiagnostik und datenbasierte Auswahlverfahren					

○ Automatisierte Recruiting-Systeme und systematische Bias-Vermeidung in KI-basierten Auswahlprozessen ○ Digital Recruitment Strategien und Candidate Experience Analytics zur Optimierung der Candidate Journey ○ Onboarding-Optimierung durch personalisierte, datengetriebene Ansätze und Erfolgsmessung • Compensation & Benefits ○ Theoretische Vertiefung zu Compensation & Benefits: Motivationstheorien und Vergütungspsychologie ○ Total Rewards Strategien: Integration von Vergütung, Performance Management und Zusatzleistungen ○ Vergütungsstrukturen und evidenzbasierte Performance-Messung ○ KI-und HR Analytics gestützte Compensation & Benefits Prozesse • Performance Management ○ Theoretische Vertiefung Performance Management: Von traditionellen zu agilen Bewertungsansätzen ○ Continuous Performance Management: Implementierung und Analytics für kontinuierliche Leistungsoptimierung ○ Real-Time Feedback Systeme und deren Integration in digitale HR-Plattformen • Bindung und Entwicklung von Mitarbeitenden ○ Theoretische Vertiefung der Mitarbeiterbindung: Retention-Theorien und Engagement-Modelle ○ Employee Engagement Analytics: Messung, Analyse und Intervention bei Engagement-Problemen ○ Pulse Surveys: Design, Implementierung und strategische Nutzung für kontinuierliches Stimmungsbild • Personalentwicklung ○ Theoretische Vertiefung der Personalentwicklung: Lerntheorien und Kompetenzentwicklung ○ Career Development: Datengetriebene Karriereplanung und Entwicklungspfade ○ Skills-based Talent Management: Kompetenzanalyse und skills-orientierte Personalentwicklung • Personalplanung und Predictive Analytics ○ Strategische Personalplanung mit predictive Analytics für Workforce Planning ○ KI-gestützte Nachfolgeplanung: Talent Pipeline Management und Leadership Development ○ Workforce Analytics für strategische Personalentscheidungen • Digitale Employee Services ○ Chatbots und Conversational AI für Employee Self-Service: Design und Implementierung ○ Automatisierung von HR-Serviceprozessen und Employee Experience Optimierung • Cross-Lifecycle-Analytics ○ Verknüpfung von HR- und Geschäftsdaten für strategische Entscheidungen ○ Employee Journey Analytics: Ganzheitliche Betrachtung der Employee Experience ○ ROI-Messung von HR-Investitionen entlang des gesamten Employee Life Cycle	Lehrformen Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übungen
Teilnahmevoraussetzungen Formal: Keine Inhaltlich: Grundkenntnisse in Betriebswirtschaftslehre und Personalmanagement (Bachelor-Niveau)	Prüfungsformen Klausur, 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. Johannes Berger

Lehrende:

- Prof. Dr. Johannes Berger
- Prof. Dr. Christian Lebrecht

Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage.)

- Aquinis. H.: Performance Management. Chicago Business Press
- Dutta P.K. et al.: AI and Innovation in HRM: The Future of Strategic HR in the Service Economy. Routledge
- Edwards M. et al.: Predictive HR Analytics: Mastering the HR Metric
- Gärtner C Smart HRM: Digitale Tools für die Personalarbeit. Springer.
- Napper, C.: People Analytics: Using data-driven HR and Gen AI as a business asset. Kogan Page
- Ontrup G. et al.: HR-Analytics: Eine Einführung in ganzheitliches, datengestütztes Personalmanagement. Hofgrefe.
- Reindl C. & Krügl. S.: People Analytics in der Praxis: Mit Datenanalyse zu besseren Entscheidungen im Personalmanagement. Haufe
- Rütten, M. & Verhoeven, T.: Recruiting Analytics: Mehr Erfolg mit Data Driven Recruiting und Talent Intelligence. Schäffer-Poeschel
- Wheeler, K. & van de Haterd, B.: Talent Acquisition Excellence: Using Digital Capabilities and Analytics to Improve Recruitment. Kogan Page
- Aktuelle wissenschaftliche Studien

HRM Frontier Lab

Modul	Workload 90 h	Credits 3	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Sommersemester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Vorlesung		Kontaktzeit 2 SWS/32h	Selbststudium 58 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
Lehrsprache Deutsch/Englisch					
Verwendung des Moduls (Studiengang)					
☒ Master-Studiengang: Business Management					
☐ Master-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse / Kompetenzen Die Studierenden entwickeln die Fähigkeit, aktuelle und zukunftsweisende Entwicklungen im Bereich HR-Analytics und digitales Personalmanagement zu analysieren, zu bewerten und in praktischen Kontexten anzuwenden. Das Modul vermittelt fortgeschrittene analytische und reflexive Kompetenzen durch intensive Fallstudienarbeit und die Auseinandersetzung mit Emerging Topics der HR-Digitalisierung. Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage: • Komplexe, realitätsnahe HR-Analytics-Herausforderungen systematisch zu analysieren und zu lösen • Emerging Technologies und Trends im HR-Bereich kritisch zu bewerten und deren Potenziale einzuschätzen • Interdisziplinäre Fallstudien mit hoher Komplexität eigenständig zu bearbeiten • Innovative Lösungsansätze für neuartige HR-Problemstellungen zu entwickeln • Aktuelle Forschungsergebnisse und Praxisentwicklungen in strategische Handlungsempfehlungen zu überführen • Präsentations- und Argumentationskompetenzen in einem dynamischen, diskussionsorientierten Umfeld zu demonstrieren • Reflexionsfähigkeiten bezüglich ethischer und gesellschaftlicher Implikationen neuer HR-Technologien zu entwickeln					
Zuständigkeiten: Siehe Modulverantwortung/ Lehrende					
Wissensvermittlung via: Intensive Fallstudienarbeit, Expertenvorträge zu aktuellen HR-Trends, interaktive Workshops mit Praxispartnern, Diskussionsrunden zu emerging topics, studentische Präsentationen und Peer-Reviews, Reflexionsaufgaben, Literaturstudium aktueller Forschung, Simulation komplexer HR-Entscheidungsszenarien					
Inhalte • Wechselnde Schwerpunktthemen basierend auf aktuellen Entwicklungen ○ Emerging Technologies in HR ○ Aktuelle Regulierungsthemen ○ Future of Work Trends ○ Gesellschaftliche Megatrends und HR-Auswirkungen					

○ Neueste Forschungsergebnisse in People Analytics und Behavioral Economics • Extended Case Studies ○ Komplexe, mehrdimensionale Fallstudien aus der internationalen HR-Praxis ○ Cross-funktionale Problemstellungen an der Schnittstelle HR-IT-Business ○ Ethische Dilemmata im Kontext fortgeschrittener HR-Analytics oder KI Anwendungen ○ Transformationsprojekte in verschiedenen Unternehmensgrößen und -kulturen • Methodische Vertiefung ○ Advanced Case Study Analysis Methoden ○ Agile Arbeitsweisen ○ KI-Systeme und Methoden ○ Szenario-Planung und Zukunftsforschung für HR ○ Systemisches Denken in vernetzten HR-Ökosystemen • Reflexion und Transfer ○ Kritische Bewertung von Hypes vs. nachhaltigen Trends ○ Ethische Dimensionen neuer HR-Technologien ○ Change Management bei disruptiven Innovationen ○ Entwicklung persönlicher Standpunkte zu kontroversen HR-Themen
Lehrformen Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übungen
Teilnahmevoraussetzungen Formal: Keine Inhaltlich: Umfassende Kenntnisse in HR-Analytics, Erfahrung in Fallstudienanalyse, Bereitschaft zur Auseinandersetzung mit aktuellen und kontroversen Themen
Prüfungsformen Portfolioprüfung, Präsentation
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. Johannes Berger • Prof. Dr. Christian Lebrecht
Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage.) • Aktuelle wissenschaftliche Studien • Aktuelle Veröffentlichungen internationaler Beratungsunternehmen • Die spezifische Literaturliste wird semesterweise aktualisiert und an die jeweiligen Schwerpunktthemen angepasst. Studierende erhalten zu Semesterbeginn eine kuratierte Liste der relevantesten aktuellen Quellen.

Schwerpunkt Marketing

Advanced Brand Management					
Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	180 h	6	1. oder 2. Semester	Wintersemester	1 Semester
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
Seminar		4 SWS/64h	116 h	15 Studierende	
Lehrsprache Englisch					
Verwendung des Moduls (Studiengang)					
☒ Master-Studiengang: Business Management					
☐ Master-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse / Kompetenzen					
1. Subject-related competencies:					
After participating in the module, students are able to:					
• understand the nature of brands and current trends in brand management, • analyze the current relevance and significance of brands in business and society, • evaluate various methods, approaches, and tools of brand management, • independently solve complex practical challenges in the context of brand management.					
2. Methodological competencies:					
Building on these skills, students can:					
• understand, apply, and evaluate scientific methods to collect and analyze information relevant to brand management, • evaluate academic literature and apply its findings to the practice of brand management.					
3. Interdisciplinary key qualifications:					
Furthermore, students significantly improve their competencies in teamwork, presentation, and academic work. These acquired skills can be applied across disciplines.					
Learning Objectives					
After completing this module, students will have extensive knowledge in the field of brand management against the backdrop of a global and digital world. They are equipped to address complex tasks related to brand leadership both in theory and practice. In addition, they have developed practical application skills and deepened their knowledge through case studies and hands-on exercises.					

Responsibilities / Knowledge Transfer

See module coordinator / lecturers

Knowledge transfer via:

Presentations, practical application cases and case studies, exercises, group work, discussion, presentation, guest speakers, other.

Inhalte

- Introduction to brands and their management
- Generating and understanding brand related insights
- Defining and adjusting brand strategy
- Building and co-creating brand equity
- Situational perspectives on brands
- Brand activism, purpose, CSR & ethics in the context of brand management
- Artificial intelligence & brand management

Lehrformen

Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Keine

Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen

Portfolioprüfung oder Klausur

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte

Modulverantwortliche/r:

- Prof. Dr. Andreas Hesse

Lehrende:

- Dr. Aida Matri-Ben Jemaa
- Lehrbeauftragte

Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage.)

- 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.

Digital Marketing & E-Commerce

Modul	Workload 180 h	Credits 6	Study semester 1 st or 2 nd semester	Frequency of supply Winter semester	Duration 1 semester
Course Seminar		Contact time 4 SWS / 64 h	Self-study 116 h	Group size 15 students	
Teaching language English					
Use of Modul (Study program) ☒ Master-Studiengang: Business Management ☐ Master-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
Learning outcomes / competences 1. Subject-related competencies After completing the course, students will be able to: - Analyze and evaluate digital marketing strategies, channels, and performance metrics. - Design e-commerce platforms and customer journeys with a focus on conversion and experience. - Assess the impact of emerging technologies and data-driven marketing on business performance. - Understand and apply relevant legal, ethical, and sustainability principles in digital contexts. 2. Methodological competencies After completing the course, students will be able to: - Apply analytical and empirical methods to measure and optimize digital marketing activities. - Use digital tools and platforms (e.g., SEO, analytics, social media management) to support decision-making. - Employ project management and agile methods to plan and implement digital marketing initiatives. - Integrate theoretical frameworks with practice-based applications through case studies and simulations. 3. Interdisciplinary key qualifications After completing the course, students will be able to: - Communicate and collaborate effectively in interdisciplinary and multicultural teams. - Demonstrate critical thinking and creativity in solving complex digital marketing challenges. - Reflect on ethical, social, and environmental implications of digital business practices. - Develop an innovation-oriented and adaptive mindset toward new technologies and market trends.					
Inhalte - Foundations of Digital Business - Digital Markets and Digital Business Models - Digital Transformation and Digital Leadership - Online Customer Behavior - Online Marketing and Electronic Commerce - Digital Marketing Strategy and Implementation - Applications of Marketing Technologies - Digital Marketing Metrics - Corporate Digital Responsibility					
Teaching formats Seminar-style teaching with interactive lectures, discussions, practical exercises, guest lectures and case studies.					
Requirements					

Formal: no requirements
Content: no requirements
Forms of examination Written exam or Portfolio examination
Necessary conditions for credits Passed examination
Weight of the grading According to the ECTS points
Modul representative and lecturer: • Prof. Dr. Sonja Christ-Brendemühl Lehrende: • Prof. Dr. Sonja Christ-Brendemühl
Literature list • Aghazadeh, H., & Khoshnevis, M. (2024). <i>Digital Marketing Technologies</i> (1st ed. 2024.). Springer Nature Singapore. • Carrasco Gubernatis, D. A. (2025). <i>The Digital Marketer's Playbook : How to Effectively Collaborate with Agencies, Freelancers, and Digital Marketing Experts.</i> (1st ed.). Apress L. P. • Chodak, G. (2024). <i>The Future of E-commerce : Innovations and Developments</i> (1st ed. 2024.). Springer Nature Switzerland. • Hamdan, A., & Aldhaen, E. S. (Eds.). (2024). <i>Artificial Intelligence and Transforming Digital Marketing</i> (1st ed. 2024.). Springer Nature Switzerland. • Söilen, K. S. (2024). <i>Digital Marketing : Tools, Techniques and Best Practices for Graduate Students and Managers</i> (1st ed. 2024.). Springer Nature Switzerland. • Weinlich, P., & Semerádová, T. (Eds.). (2022). <i>Achieving Business Competitiveness in a Digital Environment : Opportunities in E-commerce and Online Marketing</i> (1st ed. 2022.). Springer International Publishing. • Wirtz, B.W. (2024). <i>Digital Business and Electronic Commerce.</i> Springer, Cham. Additional literature will be provided throughout the module

International Marketing

Modul	Workload 180 h	Credits 6	Study semester 1 st or 2 nd semester	Frequency of supply Summer semester	Duration 1 semester
Course Seminar		Contact time 4 SWS / 64 h	Self-study 116 h	Contact time 4 SWS / 64 h	
Teaching language Englisch					
Use of module (Study program) ☒ Master-Studiengang: Business Management ☐ Master-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
Learning outcomes / competences 1. Subject-related competencies After completing the course, students will be able to: - Analyze international markets and evaluate global marketing opportunities and risks. - Develop and implement international marketing strategies adapted to diverse cultural and economic contexts. - Assess global branding, segmentation, and positioning approaches in cross-border environments. - Understand and apply legal, ethical, and sustainability principles relevant to international marketing. 2. Methodological competencies After completing the course, students will be able to: - Apply analytical frameworks and research methods to evaluate international market data and consumer insights. - Use strategic planning and decision-making tools for market entry, global product management, and communication. - Employ case study analysis and simulation-based learning to solve complex international marketing problems. - Integrate theoretical concepts with empirical findings to derive actionable managerial implications. 3. Interdisciplinary key qualifications After completing the course, students will be able to: - Communicate and negotiate effectively across cultures and in international business settings. - Demonstrate strategic and critical thinking in addressing global marketing challenges. - Reflect on ethical, intercultural, and sustainability issues in global business practice. - Exhibit adaptability, leadership, and intercultural competence in international teamwork.					
Content - 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.					

Teaching formats
Seminar-style teaching with interactive lectures, discussions, practical exercises, guest lectures and case studies.
Requirements
Formal: no requirements
Content: no requirements
Forms of examination
Written exam or Portfolio examination
Necessary conditions for credits
Passed examination
Weight of the grading
According to the ECTS points
Modul representative:
• Prof. Dr. Sonja Christ-Brendemühl
Lecturer:
• Prof. Dr. Sonja Christ-Brendemühl
Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage.)
• Cateora, P. R., Gilly, M. C., Graham, J. L., & Money, R. B. (2023). International Marketing. 19th ed. McGraw-Hill Education. • Czinkota, M. R., Ronkainen, I. A., & Ortiz-Buonafina, M. (2024). International Marketing. 12th ed. Cengage Learning. • Hollensen, S. (2023). Global Marketing. 9th ed. Pearson Education. • Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2024). <i>Marketing management</i> (5th European edition). Pearson. • Schlegelmilch, B. (2022). <i>Global Marketing Strategy. An Executive Digest</i> (2nd ed.). Springer.
Additional literature will be provided throughout the module

Marketing Trends

Modul	Workload 180 h	Credits 6	Study semester 1 st or 2 nd semester	Frequency of supply Summer semester	Duration 1 Semester
Course Seminar		Contact time 4 SWS/64h	Self-study 116 h	Group size 15 Studierende	
Teaching language English					
Use of module (Study program) ☒ Master-Studiengang: Business Management ☐ Master-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
Learning outcomes / competences 1. Subject-related competencies Students learn about the current challenges and trends in marketing through the analysis of scientific articles and presentations, the current business press and the international activities of selected companies. 2. Methodological competencies Students understand academic presentations and are able to evaluate scientific articles and publications in the trade and business press and to apply their findings to current challenges in marketing. 3. Interdisciplinary key qualifications After participating in this course, students have improved their skills in teamwork, academic work, and the preparation and delivery of presentations. Students have also improved their academic writing skills.					
Zuständigkeiten: Siehe Modulverantwortung/ Lehrende					
Wissensvermittlung via: Präsentationen, Praktische Anwendungsfälle und Fallbeispiele, Übungsaufgaben, Gruppenarbeit, Diskussion, Präsentation. Gastredner, Andere					
Content Guided by the lecturer, the students view and discuss current developments in marketing on the basis of databases and trade journals but also using the business press. In addition, such current developments will be addressed in guest lectures. In groups, they select a topic on which they will prepare a scientific paper (article). The article must be presented to in a scientific conference that the students organize and promote independently. The conference will take place at Koblenz University of Applied Sciences.					
Teaching formats Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung					
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
Modulverantwortliche/r: • Prof. Dr. Andreas Hesse Lehrende: • Dr. Aida Matri-Ben Jemaa • Lehrbeauftragte
Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage.) • Not available.

Schwerpunkt Operations Management & Digital Transformation

Operations Management I					
Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	360 h	12	1. oder 2. Semester	Wintersemester	1 Semester
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
Seminar		8 SWS/ 128h	232 h	unbeschränkt	
Lehrsprache Deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang)					
☒ Master-Studiengang: Business Management					
☐ Master-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse / Kompetenzen					
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)					
Zuständigkeiten:					
Siehe Modulverantwortung/ Lehrende					
Wissensvermittlung via:					
Vorlesung, Diskussion, Bearbeitung und Präsentation von Fallstudien (z. T. in englischer Sprache)					
Inhalte					
Kennzahlen, Scorecards					
Lean Management zur Optimierung operativer Prozesse					
Aufbau und Steuerung einer Produktion mit Shopfloor Management					
Management von Geschäftsprozessen					
Modellierung von Geschäftsprozessen am IT-System					
Aufbau und Betrieb von komplexen Logistiksystemen					
Simulation und Analyse von Logistikprozessen					

Gastreferenten aus der Unternehmenspraxis
Lehrformen Seminaristischer Unterricht (abhängig v. Teilnehmerzahl) mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen.
Teilnahmevoraussetzungen Formal: Zulassung zum Master-Studiengang Inhaltlich: Keine
Prüfungsformen Klausur, Portfolioprüfung, Hausarbeit 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: • Prof. Dr. Bert Leyendecker Lehrende: • Prof. Dr. Elmar Bräkling • Prof. Dr. Ayelt Komus • Prof. Dr. Bert Leyendecker • Lehrbeauftragte
Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle 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. (Hrsg.): BPM Best Practice: Wie führende Unternehmen ihre Geschäftsprozesse managen. • Leyendecker, B, Pötters, P: Shopfloor Management • Nebl, T.: Produktionswirtschaft. • Tempelmeier, H.: Produktion und Logistik.

Operations Management II

Modul	Workload 360 h	Credits 12	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Sommersemester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Seminar		Kontaktzeit 8 SWS/ 128h	Selbststudium 232 h	geplante Gruppengröße unbeschränkt	
Lehrsprache Deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang) ☒ Master-Studiengang: Business Management ☐ Master-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse / Kompetenzen 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)					
Zuständigkeiten: Siehe Modulverantwortung/ Lehrende Wissensvermittlung via: Vorlesung, Diskussion, Bearbeitung und Präsentation von Fallstudien (z. T. in englischer Sprache)					
Inhalte - Six Sigma zur Optimierung operativer Prozesse - 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					
Lehrformen Seminaristischer Unterricht (abhängig v. Teilnehmerzahl) mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen.					
Teilnahmevoraussetzungen Formal: Zulassung zum Master-Studiengang Inhaltlich: Keine					

Prüfungsformen Klausur, Portfolioprüfung, Hausarbeit oder Mündliche Prüfung g
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r: • Prof. Dr. Bert Leyendecker Lehrende: • Prof. Dr. Elmar Bräkling • Prof. Dr. Ayelt Komus, • Prof. Dr. Bert Leyendecker • Lehrbeauftragte
Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage.) • Bräkling, E.: Power in Procurement. • Breyfogle, F.W.: Implementing Six Sigma. • Gloger, B.: Scrum: Produkte zuverlässig und schnell entwickeln. • Hanschke, I.: Strategisches Management der IT-Landschaft. • Komus, A.: BPM Best Practice.

Schwerpunkt Wirtschaftsprüfung und Steuerberatung Auditing and Taxation

Konzernrechnungslegung nach HGB					
Modul	Workload 180 h	Credits 6	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Sommersemester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
Vorlesung		4 SWS/64h	116 h	20-30 Studierende	
Lehrsprache Deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang)					
☒ Master-Studiengang: Business Management					
☐ Master-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse / Kompetenzen					
1. Fachbezogene Kompetenzen:					
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 Vorschriften und 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:					
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, die im Rahmen der Veranstaltung zur Unternehmensbewertung vermittelt werden. - 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.					
Zuständigkeiten:					
Siehe Modulverantwortung/ Lehrende					

Wissensvermittlung via: Vorlesung, Übungen, Diskussion, Lehrbücher, Gesetzestexten, Steuerrichtlinien, Vorlesungsmanuskript und andere Materialien zur Vorlesung und Übungen.
Inhalte • 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 incl. Konzern-Eigenkapitalspiegel, Konzern-Kapitalflussrechnung) • Konsolidierungskreis n. § 294 ff HGB • Einheitliche Bewertung und Währungsumrechnung n. § 308, § 308a • Kapitalkonsolidierung nach den § 301, § 307, § 309 (Erstkonsolidierung und Folgekonsolidierung, bei 100% iger Beteiligung der Muttergesellschaft und mit Minderheitenbeteiligungen) • Quotenkonsolidierung nach 310 HGB • Schuldenkonsolidierung nach § 303 HGB • Zwischenergebniseliminierung nach § 304 HGB • Konsolidierung der Gewinn- und Verlustrechnungen nach § 305 HGB, • Latente Steuern nach § 306 HGB, • Equity-Methode § 311 ff HGB • Konzern-Anhang, Konzern-Lagebericht usw.
Lehrformen Seminaristischer Unterricht mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen.
Teilnahmevoraussetzungen Formal: Keine Inhaltlich: Grundwissen Rechnungslegung und des Bilanzrechts
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. Arno Steudter Lehrende: • Prof. Dr. Arno Steudter
Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage.) • 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

Erbschaft-/Schenkungsteuer und Bewertungsrecht

Modul	Workload 180 h	Credits 6	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Wintersemester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Vorlesung		Kontaktzeit 4 SWS/64h	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 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 haben Kenntnis von der gesetzlichen Erbfolge sowie den Güterständen. 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. 2. Methodische Kompetenzen: - 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. 3. Fachübergreifende Schlüsselqualifikationen: - Die Studierenden können komplexere und fachübergreifende steuerrechtliche Aufgabenstellungen (EStG, ErbStG, BewG, HGB) 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 schriftlich 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. Zuständigkeiten: Siehe Modulverantwortung/ Lehrende					

Wissensvermittlung via: Wissensvermittlung durch Vorlesung, Übungen, Diskussion, Lehrbücher, Gesetzestexten, Steuerrichtlinien, Vorlesungsmanuskript und andere Materialien zur Vorlesung und Übungen.
Inhalte • 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
Lehrformen Seminaristischer Unterricht mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen.
Teilnahmevoraussetzungen Formal: Keine Inhaltlich: Grundwissen Besteuerung
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
Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage.) • 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

Umwandlungs-/Umwandlungssteuerrecht

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 20-30 Studierende	
Lehrsprache Deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang) ☒ Master-Studiengang: Business Management ☐ Master-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse / Kompetenzen 1. Fachbezogene Kompetenzen: 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: 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: 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.

Zuständigkeiten:

Siehe Modulverantwortung/ Lehrende

Wissensvermittlung via:

Vorlesung, Übungen, Diskussion, Lehrbücher, Gesetzestexten, Steuerrichtlinien, Vorlesungsmanuskript und andere Materialien zur Vorlesung und Übungen.

Inhalte
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.

Lehrformen

Seminaristischer Unterricht mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen.

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Keine

Inhaltlich: Grundwissen (Unternehmens-)Besteuerung

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. Arno Steudter

Lehrende:

- Prof. Dr. Arno Steudter

Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage.)

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 Reporting

Modul	Workload 180 h	Credits 6	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Sommersemester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Seminar und Übung		Kontaktzeit 2 SWS/ 32 h 2 SWS/ 32 h	Selbststudium 116 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
Lehrsprache Deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang)					
☒ Master-Studiengang: Business Management					
☒ Master-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse / Kompetenzen					
1. fachbezogene Kompetenzen: Die Studierenden lernen die Bedeutung des IFRS-Reportings, die Informationsanforderungen und Gestaltungspotenziale im IFRS-Reporting sowie die Zusammenhänge zwischen IFRS-Reporting, Controlling, Unternehmensorganisation und Unternehmenssteuerung fundiert kennen und verstehen. In diesem Kontext lernen die Studierenden, das Gefüge der IFRS insgesamt sowie einzelne grundlegende IFRS daraus 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: Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, komplexe Sachverhalte zu erarbeiten und zu analysieren, vernetzt zu denken und auch für neue 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 und Informationsanforderungen des IFRS-Reportings, die den IFRS innewohnenden Gestaltungspotenziale, den ökonomischen Aussagegehalt der IFRS sowie die Zusammenhänge zwischen IFRS, Unternehmensorganisation und Unternehmenssteuerung. Die Studierenden sind in der Lage, die IFRS anzuwenden, dabei notwendige Informationsprofile zu ermitteln und ein Reporting nach den IFRS zweckentsprechend sowie ziel- bzw. steuerungsorientiert zu gestalten respektive situativ zu analysieren und zu interpretieren. Des Weiteren sind die Studierenden in der Lage, sich selbständig in neue oder geänderte IFRS, auch mit neuen und komplexen Informationsanforderungen einzuarbeiten, diese zu analysieren sowie für ihre Implementierung in der Unternehmenspraxis Probleme zu erkennen, zielorientierte Lösungen dazu zu entwickeln und die Implementierung führend zu begleiten.					

Zuständigkeiten:

Siehe Modulverantwortung/Lehrende

Wissensvermittlung via:

IFRS Texte, PowerPoint, Tafel, Flipchart, Whiteboard, Praxisbeispiele und -fälle aus IFRS Reportings, Übungsaufgaben und -fälle, E-Learning-Veranstaltungsformate (synchron, asynchron) und online-basierte Wissensquiz-Einheiten

Inhalte

- Bedeutung und Einsatz des IFRS-Reportings in der Unternehmenspraxis
- Betriebswirtschaftliche Ausrichtung des IFRS-Reportings
- Zusammenspiel zwischen IFRS-Reporting und Controlling
- Konzeptionelle Grundlagen, Bestandteile, Elemente des IFRS-Reportings sowie Wertkonzeptionen im IFRS Reporting
- Informationsanforderungen und Gestaltungspotenziale im IFRS-Reporting
- Analyse und Interpretation eines IFRS-Reportings
- Ermittlung von Steuerungsgrößen bzw. finanziellen Leistungsindikatoren aus einem IFRS-Reporting
- Darstellung, Vertiefung, Ermittlung, Analyse und Anwendung sowie Gestaltung, Implementierung und Generierung der Informationsanforderungen eines IFRS-Reportings am Beispiel der Sachanlagen (einschließlich Leasing), Wertminderungen (einschließlich Zahlungsmittel generierender Einheiten inklusive Goodwill), Vorräte, Forderungen/Erlösrealisierung, Rückstellungen, Segmentberichterstattung, Kapitalflussrechnung)
- Auswirkung der Gestaltung eines IFRS-Reportings auf Steuerungsgrößen bzw. finanzielle Leistungsindikatoren
- Anbindung der Informationsanforderungen für das IFRS-Reporting an bestehende Strukturen der Unternehmensorganisation
- Auswirkung von Änderungen der Unternehmensorganisation auf das IFRS-Reporting

Lehrformen

Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung und flipped classroom-Bestandteilen

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Keine

Inhaltlich: Grundwissen über Rechnungslegung

Prüfungsformen

Klausur oder mündliche Prüfung oder Portfolioprüfung, Präsenz oder online, synchron oder asynchron

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. Holger Philipps

Lehrende:

- N.N.

Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage bzw. nach aktuellem Stand)

- Exler: Controllingorientiertes Finanz- und Rechnungswesen, Herne
- Kirsch, Übungen zur internationalen Rechnungslegung nach IFRS, Herne
- KPMG (Hrsg.), IFRS visuell, Stuttgart
- Lüdenbach/Christian: IFRS Essentials, Herne
- Sopp, IFRS 20xx, Herne

Sonstige Materialien

- Vorlesungsmaterialien des Dozenten
- IFRS Textausgabe (z.B. NWB)
- IFRS-Reportings der Unternehmenspraxis (aus veröffentlichten Geschäftsberichten)

Wahlpflichtmodule (Electives)

Die Angaben zum Studiensemester beziehen sich auf die Vollzeitvariante

Management von Unternehmenskrisen					
Modul	Workload 180 h	Credits 6	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Wintersemester	Dauer ein Semester
Lehrveranstaltungen Seminar		Kontaktzeit 4 SWS/64h	Selbststudium 116 h	geplante Gruppengröße maximal 35 Studenten	
Lehrsprache Deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang)					
☒ Master-Studiengang: Business Management					
☐ Master-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse / Kompetenzen					
<u>Qualifikationsziele:</u> 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, Frühwarn- und Krisensignale zu erkennen und zu interpretieren. Sie sind in der Lage, wirksame Gegenmaßnahmen zu entwickeln und operativ umzusetzen.					
<u>Kompetenzerwerb:</u> - Fachbezogene Kompetenzen: Die Studierenden kennen die relevanten Fragestellungen, Handlungsprinzipien und Erfolgsfaktoren des Krisenmanagements in Unternehmen - 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. - 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.					
Zuständigkeiten:					
Siehe Modulverantwortung/ Lehrende					
Wissensvermittlung via:					
Beamer, Tafel, Folienskript, Online und Beiträge aus der Praxis zu den aktuellen Themen des Krisenmanagements					

Inhalte

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 im Bereich Rechnungswesen und Controlling

- Typik von Unternehmenskrisen in ertragswirtschaftlicher und in finanzwirtschaftlicher Hinsicht
- Früherkennung und Analyse operativer Unternehmenskrisen nach disruptiven Entwicklungen
- Ökonomische Folgen operativer Unternehmenskrisen
- Ertragswirtschaftliche 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 (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

Lehrformen

Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags-, und Diskussions- und Übungselementen

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Zulassung zum Master-Studiengang

Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen

Klausur, Wissenschaftliche Hausarbeit, Portfolioprüfung oder mündliche Prüfung

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte

Modulverantwortlicher:

Modulverantwortlicher:

- Prof. Dr. Andreas Moschinski

Lehrende:

- Prof. Dr. Ayelt Komus
- Prof. Dr. Andreas Moschinski

Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage.)

- 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 Auflage)

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 Verbraucherdarlehen inkl. Verbundene Geschäfte, Finanzierungshilfen (insb. Teilzahlungsgeschäfte), Ratenlieferungsgeschäfte
- 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, Sicherungsabtretung, 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
- Fühlich, 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 Diskussionselementen 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, Oxford (u.a.). • O'Hara, Maureen: Market Microstructure Theory, Blackwell Publishers, Cambridge, Mass. • Sperber, H.: Finanzmärkte: eine praxisorientierte Einführung. 2. Aufl., Schäffer-Poeschel, Stuttgart. Bei Bedarf wird weitere Literatur in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Personalführung

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 15 Studierende	
Lehrsprache Deutsch/Englisch					
Verwendung des Moduls (Studiengang) ☒ Master-Studiengang: Business Management ☐ Master-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse / Kompetenzen					
Lernergebnisse - 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 Übernahmen 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					
Kompetenzen 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.					
Zuständigkeiten: Modulverantwortliche					
Wissensvermittlung via: Seminaristischer Unterricht im flipped classroom-Format mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen und Fallstudienbearbeitung.					

Inhalte • Klassische Führungstheorien ○ Eigenschaftstheorie der Führung ○ Führungskompetenzen ○ Führungsstile und verteilte Führung ○ situative Führung • Neuere Führungstheorien ○ transformationale Führung ○ charismatische Führung ○ Führungssubstitute ○ Teamführung ○ KI in der Führung • Organisationale Kontextfaktoren der Führung ○ Mikropolitik & Macht ○ Unternehmenskultur
Lehrformen Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussions-elementen 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. Christian Lebrecht 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

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 Gewinnreiber 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 Gewinnreiber, 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).

Operations Management III - Digitale Transformation im Unternehmen

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
OM3	180 h	6	1. oder 2. Semester	Sommersemester	1 Semester
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
Seminar		4 SWS/ 64h	116 h	20-30 Studierende	
Lehrsprache					
Deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang)					
☒ Master-Studiengang: Business Management					
☐ Master-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse / Kompetenzen					
1. fachbezogene Kompetenzen					
• Sicherer Umgang mit den unter „Inhalte“ beschriebenen Themen					
2. methodische Kompetenzen					
• Strategischen Fragestellungen im Kontext der Digitalisierung selbstständig zu analysieren, Konzepte, Vorgehensweisen und Transformationsaktivitäten zu entwickeln und diese Prozesse zu begleiten bzw. zu managen. Berücksichtigung der Implikationen und Möglichkeiten agiler Führungs- und Organisationsansätze; insb. Im Kontext von Veränderungen durch Digitalisierung					
3. fachübergreifende Schlüsselqualifikationen					
• Selbstständiges Arbeiten • Arbeiten in Gruppen • Diskussionsfähigkeit • eigenständiges Erarbeiten eines Themas und Präsentation (teils in englischer Sprache)					
Zuständigkeiten:					
Siehe Modulverantwortung/ Lehrende					
Wissensvermittlung via:					
Vorlesung, Diskussion, Bearbeitung und Präsentation von Fallstudien (evtl. auch. in englischer Sprache)					
Inhalte					
1. Digitale Transformation und VUCA (Volatilität, Unsicherheit, Komplexität und Ambiguität)					
2. Aktuelle Technologien der Digitalisierung (Künstliche Intelligenz, GenAI, 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 Misserfolgsfaktoren des Managements im komplexen, chaotischen Kontext					
8. Agile versus plangetriebene Managementansätze; Auswahl von Managementansätzen; hybride, bimodale und selektive Ansätze					
9. Scrum, Kanban, Design Thinking, Effectuation					
10. Organisationsstrukturen, Planung, Controlling, Organisationsentwicklung in der Digitalisierung					
11. Implikationen für Führung und Organisation auf Ebene von Individuum, Gruppe, Unternehmen					
12. Transformation und Change Management					

Lehrformen Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung
Teilnahmevoraussetzungen Formal: Keine Inhaltlich: Keine
Prüfungsformen Klausur, Portfolioprüfung, Hausarbeit 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: • Prof. Dr. Ayelt Komus Lehrende: • Prof. Dr. Ayelt Komus
Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage.) • 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

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 Englisch					
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

Arbeits- und Sozialversicherungsrecht

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 Deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang) ☒ Master-Studiengang: Business Management ☐ Master-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse / Kompetenzen 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. 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. rechtssicher zu bearbeiten 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.					
Zuständigkeiten: Siehe Modulverantwortung/ Lehrende					
Wissensvermittlung via: PowerPoint, Tafel, Manuskript, Fallstudienbearbeitung, Literaturstudium					
Inhalte • Tarifverträge und Betriebsvereinbarungen, Betriebsverfassungsrecht • Befristung von Arbeitsverhältnissen • Kündigung von Arbeitsverhältnissen und Kündigungsschutz • Teilzeitarbeit					

• Arbeitszeit • Lohn ohne Arbeit, Entgeltfortzahlung, Urlaub • AGG • Mutterschutz und Elternzeit • Überblick und Säulen der Sozialversicherung und deren Rechtsgrundlagen ○ Kranken- und Pflegeversicherung ○ Arbeitslosenversicherung ○ Rentenversicherung
Lehrformen Seminaristischer Unterricht mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen und Fallbearbeitungen.
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. Oliver Baedorf Lehrende: • Prof. Dr. Oliver Baedorf • Lehrende
Literaturhinweise: (jeweils die 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

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.

Anlage Wissenschaftliche Studie

Wissenschaftliche Studie					
Modul	Workload 360 h	Credits 12	Studiensemester 3. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Seminar		Kontaktzeit 48 h/3 SWS	Selbststudium 312 h	geplante Gruppengröße 5 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 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. Wissensvermittlung via: Wissensvermittlung via u.a.: Praxisarbeit, Felduntersuchungen, PowerPoint-Vorträge, Internetanalysen, Literaturanalyse, Lehrgespräche.					
Inhalte Die Studierenden können konkrete Praxis- und 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, Analyse bestehender oder selbst erhobener Marktdaten 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.

Die konkrete Ausrichtung ist vom jeweiligen Professor/in abhängig.

Lehrformen

Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Zulassung zum Masterstudiengang

Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen

Wiss. Hausarbeit in Form eines Studienberichtes in Verbindung mit der Präsentation der (Zwischen-) Ergebnisse, Working Paper, Artikel, Datenerhebung und -zusammenstellung oder ähnliches.

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

Lehrende:

Alle Personen gemäß § 6 Abs. 2 unter analoger Anwendung von § 6 Abs. 3 der Prüfungsordnung

Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage.)

Spezifische Fachliteratur, abhängig vom Thema

Anlage Projektarbeit

Projektarbeit					
Modul	Workload 540 h	Credits 18	Studiensemester 3. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Projekt		Kontaktzeit Projektabhängig	Selbststudium 540 h	geplante Gruppengröße 4 Studierende	
Lehrsprache Deutsch/Englisch					
Verwendung des Moduls (Studiengang) ☒ Master-Studiengang: Business Management ☐ Master-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse / Kompetenzen 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 Projektmanagement, 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. Beherrschung der mit längeren und umfangreicheren Projekten einhergehenden Komplexität, sowohl fachlich als auch menschlich. Moderieren, Führen, Entscheiden und Präsentieren von und in Projekten.					
Wissensvermittlung via: Wissensvermittlung via: Projektarbeit, Teambesprechung, Projektauftrag, Projektfortschrittsbericht, Projektabschlussbericht, Erleben und Lösen der üblichen Probleme im Projektmanagement, Diskussionen und Lehrgespräche.					
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: 1. Startphase mit Portfoliomanagement, Projektauftrag, Sponsor & Projektmanager, Projektteam und Stakeholder. 2. Planungsphase mit Planungswerkzeugen, wie bspw. Gantt Chart und Netzplantechniken. 3. Durchführungsphase mit Teammanagement, Kreativitätstechniken, Problemlösemethoden, Projektcontrolling und Projektfortschrittsbericht. 4. 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 Projektponsor abhängig.
Lehrformen Projektarbeit im Team, Projektbesprechungen sowie Selbststudium
Teilnahmevoraussetzungen Formal: Zulassung zum Master-Studiengang Inhaltlich: Projektspezifische Vorkenntnisse sind von Vorteil
Prüfungsformen Projektarbeit und -präsentation, konkrete Ausgestaltung ist projektabhängig.
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r: ▪ Prof. Dr. Michael Kaul Lehrende: ▪ Alle Personen gemäß § 6 Abs. 2 unter analoger Anwendung von § 6 Abs. 3 der Prüfungsordnung.
Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage.) Spezifische Fachliteratur, abhängig vom Thema und vom Projektsponsor.

Anlage Masterarbeit

Masterarbeit					
Modul	Workload 900 h	Credits 30	Studiensemester 4. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Teil 1: Thesis bzw. schriftliche Ausarbeitung Teil 2: Kolloquium		Kontaktzeit Betreuungsabhängig	Selbststudium Teil 1: 750 h Teil 2: 150 h	geplante Gruppengröße 1 Studierende/r	
Lehrsprache Deutsch/Englisch					
Verwendung des Moduls (Studiengang) ☒ Master-Studiengang: Business Management ☐ Master-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse / Kompetenzen Kompetenzerwerb 1. fachbezogene Kompetenzen Abhängig vom Thema. 2. methodische Kompetenzen Teil 1: 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. Teil 2: Kritische mündliche Präsentation eines zuvor im Rahmen der schriftlichen Ausarbeitung erschlossenen Themengebietes und die Diskussion der wesentlichen Themenaspekte und offenen Fragen. 3. fachübergreifende Schlüsselqualifikationen Teil 1: Ausbau der Fähigkeiten zur selbstständigen, zielorientierten Arbeit in einem begrenzten Zeitrahmen unter Leitung eines Betreuers bzw. Betreuerin. Umsetzung eines persönlichen Zeit- und Selbstmanagements Teil 2: Mündliche Präsentation und Diskussion.					
Inhalte Teil 1: Bearbeitung eines Themas nach wirtschaftswissenschaftlichen Gesichtspunkten. 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. Teil 2:					

Das Master-Kolloquium behandelt sämtliche Themengebiete und Methodiken der jeweiligen Masterarbeit des/der Studierenden.
Lehrformen Die Themenvergabe, Betreuung und Prüfungsabnahmen obliegen der/dem jeweiligen Prüfer/in.
Teilnahmevoraussetzungen Formal: Mind. 60 ECTS-Punkte erreicht Inhaltlich: Keine
Prüfungsformen Teil 1: Schriftliche Ausarbeitung Teil 2: Mündliche Prüfung, mindestens 30 Minuten und maximal 60 Minuten
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r: • Prof. Dr. Michael Kaul Lehrende: • Alle Personen gemäß § 6 Abs. 2 unter analoger Anwendung von § 6 Abs. 3 der Prüfungsordnung
Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage.) Spezifische Fachliteratur, abhängig vom Thema.

Hochschulzertifikat – Keine Veranstaltung des Studiengangs MSc. Business Management

#Life hacks ...for starting your career!					
Modul	Workload 150 h	Credits 0	Studiensemester 3. oder 4. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Seminar		Kontaktzeit 4 SWS/ 64h		Selbststudium 86 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
Lehrsprache Deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang) ☒ Master-Studiengang: Business Management ☒ Master-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse / Kompetenzen Am Ende des Seminars sollen die Studierenden folgende Lern- und Qualifikationsziele erreicht haben: ▪ Die Studierenden sind in der Lage, ihre persönlichen Werte, Lebensziele, Arbeitspräferenzen und Karriereoptionen systematisch zu reflektieren und daraus realistische berufliche Entwicklungsstrategien nach dem Studium abzuleiten. ▪ Sie können eigenständig professionelle Bewerbungsunterlagen erstellen, digitale Bewerbungsprozesse (inkl. KI-gestützter Vorauswahl) verstehen und sich in Auswahlverfahren und Vorstellungsgesprächen überzeugend präsentieren. ▪ Die Studierenden kennen zentrale arbeitsrechtliche, sozialversicherungsrechtliche und finanzielle Grundlagen (z. B. Gehaltssysteme, Lohnfortzahlung, Kündigungsschutz, Versicherungen) und können deren Auswirkungen auf ihre persönliche Lebensplanung beurteilen. ▪ Die Studierenden können grundlegende Strategien der persönlichen finanziellen Absicherung (Altersvorsorge, Versicherungen, Einkommenssicherung) verstehen, bewerten und für ihre eigene Lebenssituation fundierte Entscheidungen vorbereiten.					
Fachkompetenz ▪ Bewerbungsprozesse und Arbeitsmarktmechanismen analysieren und geeignete Strategien zur Jobsuche entwickeln. ▪ Arbeitsrechtliche und sozialversicherungsrechtliche Grundlagen des Berufslebens verstehen und praxisnah anwenden. ▪ Gehaltsstrukturen, Abgaben und finanzielle Absicherungssysteme erklären und deren Auswirkungen auf das persönliche Einkommen bewerten. ▪ Finanzielle Vorsorgeinstrumente (z. B. Altersvorsorge, Versicherungen) hinsichtlich Nutzen, Risiken und individueller Passung beurteilen.					

Methodenkompetenz

- Selbstreflexionsmethoden und Karriereplanungstools zur Entwicklung eigener Berufs- und Lebensstrategien nutzen.
- Digitale Tools und KI-gestützte Anwendungen zur Optimierung von Bewerbungen, Lebensläufen und beruflicher Positionierung einsetzen.
- Informationen aus digitalen Quellen kritisch recherchieren und bewerten (z. B. Gehaltsportale, Arbeitsmarktanalysen, Versicherungsvergleiche).
- Argumentations- und Präsentationstechniken in beruflichen Gesprächssituationen (z. B. Vorstellungsgespräche oder Gehaltsverhandlungen) anwenden.

Fachübergreifende Kompetenzen

- Selbstmanagement- und Reflexionskompetenz für langfristige Karriereentscheidungen.
- Kommunikations- und Präsentationsfähigkeit in professionellen Gesprächssituationen.
- Entscheidungskompetenz unter Unsicherheit bei finanziellen, beruflichen und lebenspraktischen Fragen.
- Verantwortungsbewusstsein für die eigene berufliche und finanzielle Zukunft.

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

- **„Irgendetwas mit... oder lieber doch etwas mit Plan?“** Dein Job nach dem Studium: Was will ich arbeiten? Wie will ich arbeiten? Zwischen Lebensentwürfen und Karriere?
- **„Der beste Job fällt nicht vom Himmel!“** Wo und wie finde ich Jobs? Vom Absolventen-Kongress, über Jobbörsen, bis hin zu Netzwerken.
- **„Bewirbst Du dich noch – oder wirst Du schon aussortiert?“** Erfolgreiche Bewerbungen im KI-Zeitalter: Wie Algorithmen entscheiden und wie Du Mensch bleibst, der überzeugt.
- **„Du hast 45 Minuten: Überzeuge!!“** Vorstellungsgespräche souverän meistern: Was ist die Psychologie dahinter, was sind typische Fallen und Fehler?
- **„Glückwunsch zum Gehalt – schade ums Geld“** Über Einstiegsgehälter und warum Dein Kontostand nie das zeigt, was im Vertrag steht.
- **„Mit 25 an die Rente denken – verrückt oder verdammt clever?“** Gesetzliche und private Altersvorsorge und warum ETF's, Zinseszins und frühes Handeln kein Spießer-Thema sind.
- **„Krank und Unfälle = pleite? Wer zahlt Dein Gehalt, wenn Du ausfällst?“** Über die Entgeltfortzahlung und ab wann Du auf Dich alleine gestellt bist. Krankenversicherung gesetzlich oder privat? Zwischen Systemlogiken, Kostenfallen und lebenslangen Folgen Deiner Entscheidung!
- **„Versichert oder ver(un)sichert?“** Welche Versicherungen du wirklich brauchst – und welche vor allem den Anbieter reich machen.
- **„Das darf der Arbeitgeber – und das ganz sicher nicht“** Die größten Irrtümer im Berufsalltag. Über Mythen wie 30 Tage Urlaub oder freie Getränke für alle.
- **„Elternzeit und Elterngeld: Baby statt Büro - Karriereknick oder cleverer Schachzug?“** Was Eltern wirklich zusteht, wenn der Nachwuchs kommt. „Nicht nur ein „Bauchgefühl“.

- „Du bist raus – einfach gefeuert!“ Wann Kündigungen legal sind. Job weg – Leben vorbei oder was wirklich passiert, wenn Du arbeitslos wirst?

Übung: Zusätzlich wird 1 h Übung/Reflexionsmöglichkeiten angeboten

Lehrformen

In Präsenz und/oder Online: Seminaristischer Unterricht, Interaktive Vortrags- und Diskussionselemente, Übungen und Case Studies, Peer-Reviews, Selbstreflexionsübungen und Karriere-Canvas, Rollenspiele mit strukturiertem Feedback, Live-Recherche im Internet, Gruppenarbeiten mit Problemlösungsaufgaben, Reflexionsprotokolle, Selbststudium

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Zulassung zum Master-Studiengang

Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen

Keine Prüfung

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Keine Kreditpunkte - Hochschulzertifikat

Stellenwert der Note für die Endnote

entfällt

Modulverantwortliche/r:

Modulverantwortliche/r:

- Prof. Dr. Christoph Beck

Lehrende:

- Prof. Dr. Christoph Beck

Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage.)

- Buckingham, M. / Goodall, A. (2019): Nine Lies about Work, Harvard Business Review Press, o.A.
- Haufe Akademie (2026): Karriereguide. So entfaltet Du Dein Potenzial in der Arbeitswelt von Morgen, Freiburg
- Müller-Thurau, C.P. (2026): 101 Fragen und Antworten im Vorstellungsgespräch, Freiburg
- Hausen, C. / Spahn, M./Bednarz, R. et.al. (2026): Entgeltabrechnung 2026, 13. Aufl., Freiburg
- Deutsche Rentenversicherung (2026). Aktuelle Studententexte
- Bundesministerium für Gesundheit (Hrsg.) (2025): Ratgeber Krankenversicherung. Alles, was Sie zum Thema Krankenversicherung wissen sollten, 28. Aufl. bzw. aktuellste Auflage, Berlin.
- Kunkel, B. (2025): Total ver(un)sichert, München.
- Sozialgesetzbücher (SGB III, SGB IV, SGB V, SGB VI, SGB VII) in den aktuellen Auflagen
- Bundeselterngeld- und Elternzeitgesetz – BEEG in der aktuellen Auflage
- Weitere Quellen: Stiftung Warentest, Verbraucherzentralen, etc.

Weitere Literatur wird bei Bedarf in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.