

Modulhandbuch PO 2014

aller BWL-Studiengänge

Master of Science

Fachbereich
Wirtschafts-
wissenschaften



Dieses Modulhandbuch ist eine Zusammenstellung aller Beschreibungen aller betriebswirtschaftlichen Mastermodule in BWL-Studiengängen im Fachbereich Wirtschaftswissenschaften. Die Module sind in der Reihenfolge Pflichtmodule, Schwerpunktmodule, Wahlpflichtmodule, Propädeutika aufgelistet.

Alle Module finden Verwendung in einem oder mehreren der folgenden Studiengänge:

- Master-Studiengang "Business Management"
- Master-Studiengang "Human Resource Management" kurz "HRM"

Module, die in unterschiedlichen Prüfungsordnungen in unterschiedlichen Semestern gelesen werden, werden entsprechend der Prüfungsordnung „Business Management“ 2014 gelistet. Die Zuordnung der Module zu bestimmten Semestern ist in der jeweiligen Prüfungsordnung geregelt.

Module, die in unterschiedlichen Prüfungsordnungen einen unterschiedlichen Status (Pflichtmodul, Schwerpunktmodul, Wahlpflichtmodul) haben, werden entsprechend der Prüfungsordnung „Business Management“ 2014 gelistet. In der jeweiligen Modulbeschreibung wird auf die Verwendung und Klassifizierung in den unterschiedlichen aktuellen Prüfungsordnungen hingewiesen.

Bei der empfohlenen Fachliteratur erfolgt in der Regel nur ein erweiterter Kurzbeleg. Wenn nicht ausdrücklich anders erwähnt, soll die aktuelle Auflage genutzt werden.

Als Prüfungsform wird grundsätzlich die am häufigsten verwendete Variante genannt. Sofern durch die jeweilige Prüfungsordnung zulässig, kann davon abgewichen werden.

Werden in der Lehre regelmäßig Lehrbeauftragte eingesetzt, steht in der Zeile „hauptamtlich Lehrende“ LB ohne Nennung eines Namens.

Strategisches Management	3
Organization and Leadership.....	4
Empirische Sozialforschung.....	5
Internationale Wirtschaftsbeziehungen	7
Wissenschaftliche Studien.....	9
Projektphase	10
Master-Thesis	11
Kolloquium.....	12
Controlling + Finanzierung I	13
Human Resource Management I	14
Marketing and International Business I.....	15
Mittelstandsmanagement I	17
Operations Management I.....	19
Wirtschaftsprüfung / Steuerberatung I	20
Controlling + Finanzierung II	21
Human Resource Management II	22
Marketing and International Business II	24
Mittelstandsmanagement II.....	25
Operations Management II	26
Wirtschaftsprüfung / Steuerberatung II	27
Lebenszyklusmanagement betrieblicher Informationssysteme aus betriebswirtschaftlicher Sicht.....	28
IFRS Reporting	29
Intercultural Management	30
Softwaregestützte Jahresabschlusserstellung und -prüfung	31
Wirtschaftsprivat- und Arbeitsrecht.....	33
Wirtschaftsethik/ -philosophie	35
Leistungsmanagement	36
Internationales Personalmanagement.....	38
Wissenschaftliche Publikationen.....	39

Strategisches Management					
Modulnr. StratMan	Workload 180 h	Credits 6	Studiensemester 1. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Vorlesung		Kontaktzeit 4 SWS / 64 h	Selbststudium 116 h	geplante Gruppengröße unbeschränkt	
Verwendung des Moduls <ul style="list-style-type: none"> Master-Studiengang "Business Management" und "HRM" (Pflichtmodul) 					
Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen Die Studierenden kennen nach Beendigung des Moduls die Fragestellungen des strategischen Managements. Sie sind in der Lage konkrete strategische Fragestellungen selbstständig zu analysieren. Weiterhin sind sie vertraut mit den Techniken und Ansatzpunkten zur Implementierung von Strategien.					
Inhalte <ol style="list-style-type: none"> 1. Wesen der Strategie 2. Ziele, Werte und Leistung 3. Grundlagen der Branchenanalyse 4. Weitere Themenfelder der Branchen- und Wettbewerbsanalyse 5. Analyse von Ressourcen und Fähigkeiten 6. Organisationsstrukturen und Managementsysteme 7. Wesen und Quellen von Wettbewerbsvorteilen 8. Kostenvorteile 9. Differenzierungsvorteile 10. Branchenevolution 11. Technologiebasierte Branchen und Management von Innovation 12. Wettbewerbsvorteile in reifen Branchen 13. Vertikale Integration und Wirkungsbereich des Unternehmens 14. Globale Strategien 15. Diversifikationsstrategien 16. Management von Unternehmen mit mehreren Geschäftsfeldern 					
Lehrformen Seminaristischer Unterricht (abhängig v. Teilnehmerzahl) mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen. <u>Schlüsselkompetenzen:</u> <ul style="list-style-type: none"> Teamarbeit (Argumentieren über gegebene Inhalte, Moderieren von Teamsitzungen) Konzeption von Thesenpapieren Mündliche Präsentation von Inhalten in Referatsform Fähigkeit zur Kommunikation (schriftlich und mündlich) <u>Lehrsprache:</u> Deutsch <u>Wissensvermittlung via:</u> Beamer, Tafel, Folienskript und Beiträge aus der Praxis zu den aktuellen Themen des strategischen Managements					
Teilnahmevoraussetzungen Formal: Zulassung zum Master-Studiengang 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					
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Modulverantwortliche/r: <ul style="list-style-type: none"> Prof. Dr. Martin Kaschny Lehrende: <ul style="list-style-type: none"> Prof. Dr. Martin Kaschny; LB 					
Sonstige Informationen Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.) <ul style="list-style-type: none"> Grant, R. M., Nippa, M.: Strategisches Management. Grant, Robert: Contemporary Strategy. Porter, M. E.: Competitive Advantage, Creating and Sustaining Superior Performance. Lynch, Richard: Corporate Strategy. 					

Organization and Leadership					
Modulnr.	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
O+L	180 h	6	1. Semester	Jedes Semester	1 Semester
Lehrveranstaltungen Vorlesung		Kontaktzeit 4 SWS / 64 h	Selbststudium 116 h	geplante Gruppengröße unbeschränkt	
Verwendung des Moduls					
<ul style="list-style-type: none"> Master-Studiengang "Business Management" und "HRM" (Pflichtmodul) 					
Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen					
Die Studierenden erhalten einen vertieften Einblick in die unterschiedlichen Sichtweisen auf die Aufgaben und Prozesse einer Organisation. Dabei werden vor allem die Implikationen der sozialen Faktoren auf die Funktionsweise von Organisationen beleuchtet. Darüber hinaus erhalten die Studierenden einen vertieften Einblick in die wichtigsten Führungstheorien und erwerben ein Verständnis für die den Theorien zu Grunde liegenden Annahmen.					
Inhalte					
<ul style="list-style-type: none"> Perspektiven der Organisationstheorien Organisationales Verhalten Macht & Konflikt Unternehmenskultur Management- und Führungsdilemmata Eigenschaftstheorie der Führung Führungskompetenzen Führungsstile situative Führung transformationale und charismatische Führung Selbstführung 					
Lehrformen					
Seminaristischer Unterricht (abhängig v. Teilnehmerzahl) mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen, selbstgesteuertes Lernen, Fallstudienbearbeitung.					
<u>Lehrsprache:</u> Englisch					
<u>Schlüsselkompetenzen:</u> Selbständige Erschließung von Fachinhalten durch die Anwendung von Methodenkompetenz; Laterales Denken durch selbständiges, teamorientiertes, konzeptionelles Arbeiten; Erfahrungslernen sowie Reflexion von Verhaltensmustern.					
<u>Wissensvermittlung via:</u> Vorlesung, Diskussion, Gruppenarbeit, Fallstudien.					
Teilnahmevoraussetzungen					
Formal: Zulassung zum Master-Studiengang					
Inhaltlich: Grundlagen der Organisationslehre					
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					
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende					
Modulverantwortliche/r:					
<ul style="list-style-type: none"> Prof. Dr. Christian Lebrecht 					
Lehrende:					
<ul style="list-style-type: none"> Prof. Dr. Christian Lebrecht; LB 					
Sonstige Informationen					
Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)					
<ul style="list-style-type: none"> Teil Organisation: <ul style="list-style-type: none"> Bauer, T. & Erdogan, B.: An Introduction to Organizational Behavior Champoux, J.: Organizational Behavior: Integrating Individuals, Groups, and Organizations. Jones, Gareth R.: Organizational Theory, Design and Change Teil Leadership: <ul style="list-style-type: none"> Northouse, P.G.: Leadership – Theory and Practice (Pflichttext) Blessin, B. & Wick, A.: Führen und führen lassen. Ansätze, Ergebnisse und Kritik der Führungsforschung. Daft, R.: Leadership Aktuelle Fallstudien; aktuelle Studien 					

Empirische Sozialforschung					
Modulnr. EmSo	Workload 180 h	Credits 6	Studiensemester 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Vorlesung		Kontaktzeit 4 SWS / 64 h	Selbststudium 116 h	geplante Gruppengröße unbeschränkt	
Verwendung des Moduls					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Master-Studiengang "Business Management" und "HRM" (Pflichtmodul) 					
Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen					
<p>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, wie sie die Daten am besten auswerten. Im Rahmen der Auswertung kennen sie 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 vertiefte Kenntnisse in mind. einem dieser Programme (z.B. SPSS).</p>					
Inhalte					
<p>Teil A: Einführung in die empirische Sozialforschung Ausgewählte Themen, unter anderem aus folgenden Bereichen:</p> <p>I. Grundlagen der empirischen Sozialforschung</p> <p>II. Untersuchungsplanung</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Planung und Ablauf empirischer Untersuchungen b. Indices, Messung und Skalen c. Stichprobentheorie <p>III. Datenerhebung</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Beobachtung b. Befragung c. Experiment d. Inhaltsanalyse <p>IV. Datenauswertung</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Mathematische und statistische Verfahren mit Schwerpunkt „Multivariate Verfahren“ b. Auswertungsmethoden in der Praxis: SPSS & Stata (abhängig vom Dozenten) <p>IV. Ausblick</p> <p>Teil B: Einführung in SPSS</p>					
Lehrformen					
<p>Seminaristischer Unterricht (abhängig v. Teilnehmerzahl) mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen. Im Teil B individuelle Lern- und Übungsphasen direkt am PC.</p> <p><u>Lehrsprache:</u> Deutsch</p> <p><u>Schlüsselkompetenzen:</u> Selbständige Erschließung von Fachinhalten durch die Anwendung von Methodenkompetenz (empirische Methoden). Planung, Durchführung, Auswertung, Präsentation und Diskussion von Forschungsprojekten. Verständnis für statistische Software und Anwendungskompetenz in deren Umfeld.</p> <p><u>Wissensvermittlung via:</u> Vorlesung, Präsentation, Bearbeitung von Fallstudien in Gruppenarbeit, Diskussion, Selbststudium, Übungsaufgaben, „computer based training“ mit Hilfe von Datensätzen.</p>					
Teilnahmevoraussetzungen					
Formal: Zulassung zum Master-Studiengang					
Inhaltlich: Grundkenntnisse der Statistik					
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					
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende					
Modulverantwortliche/r:					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prof. Dr. Holger J. Schmidt 					
Lehrende:					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prof. Dr. Holger J. Schmidt, LB 					

Sonstige Informationen

Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)

- Atteslander, P.: Methoden der empirischen Sozialforschung, Berlin.
- Backhaus, K. u.a.: Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung, Berlin/Heidelberg.
- Baumgarth, C. u.a.: Empirische Mastertechniken. Eine anwendungsorientierte Einführung für die Marketing- und Managementforschung, Wiesbaden.
- Janssen, J. / Laatz, W.: Statistische Datenanalyse mit SPSS, Berlin/Heidelberg.
- Kallus, K. W.: Erstellung von Fragebogen, Wien.
- Sarstedt, M. / Mooi, E.: A Concise Guide to Market Research, Berlin/Heidelberg.

Internationale Wirtschaftsbeziehungen					
Modulnr.	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
IW	180 h	6	2. Semester	Jedes Semester	1 Semester
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
Vorlesung		4 SWS / 64 h	116 h	unbeschränkt	
Verwendung des Moduls					
<ul style="list-style-type: none"> Master-Studiengang "Business Management" und "HRM" (Pflichtmodul) 					
Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen					
<u>Vorlesungsteil Prof. Dr. Georg Schlichting:</u>					
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.					
<u>Vorlesungsteil Prof. Dr. Sibylle Treude:</u>					
Nach diesem Modul können die Studierenden die europäische (Wirtschafts-)Integration in den jeweiligen 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.					
Inhalte					
<u>Vorlesungsteil Prof. Dr. Georg Schlichting:</u>					
Ausgewählte Themen, unter anderem aus folgenden Bereichen:					
I. Bedeutung und Entwicklung des internationalen Handels					
II. Ursachen des Außenhandels					
III. Staat und Außenhandel					
IV. Handelspolitische Maßnahmen					
V. Wirtschaftliche Integration					
VI. Internationale Währungsordnungen und Wechselkurse					
VII. Devisenmarkt und Wechselkurssysteme					
VIII. Internationale Währungsordnung bis 1973					
IX. Internationale Währungsordnung seit 1973					
X. Aktuelle Fragestellungen					
<u>Vorlesungsteil Prof. Dr. Sibylle Treude:</u>					
Ausgewählte Themen, unter anderem aus folgenden Bereichen:					
I. Begriff, Geschichte und Motive der europäischen Integration					
II. EU als internationale Organisation					
III. Aufgabengebiete, Institutionen und Akteure der EU					
IV. EU als Rechtsgemeinschaft					
V. EU als Wirtschaftsgemeinschaft					
VI. Unternehmenspolitische Implikationen der europäischen Integration					
VII. Theorien der (europäischen) Integration					
VIII. Aktuelle Entwicklungen des europäischen Integrationsprozesses					
Lehrformen					
Seminaristischer Unterricht (abhängig v. Teilnehmerzahl) mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen.					
<u>Lehrsprache:</u> Deutsch					
<u>Schlüsselkompetenzen:</u>					
<ul style="list-style-type: none"> Mündliche Präsentationen von Inhalten Konzeption von Diskussionspapieren Argumentieren über gegebene Inhalte, Moderation und Diskussion Teamarbeit Schriftliche Darstellung von Zusammenhängen in Form von Seminararbeiten Wissenschaftliche Arbeitsformen, Zitierformen Erschließung anwendungsbezogener Aspekte 					
<u>Wissensvermittlung via:</u> Vorlesungsunterlagen, Folien-/ PowerPoint-Präsentation, Präsentation von Seminar-/ Projektarbeiten, Übungsaufgaben					
Teilnahmevoraussetzungen					
Formal: Zulassung zum Master-Studiengang					

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
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Modulverantwortliche/r: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Prof. Dr. Georg Schlichting Lehrende: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Prof. Dr. Georg Schlichting/ Prof. Dr. Sibylle Treude / LB
Sonstige Informationen Literaturhinweise: <u>Vorlesungsteil Prof. Dr. Georg Schlichting:</u> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Jarchow / Rühmann: Monetäre Außenwirtschaft, I. Monetäre Außenwirtschaftstheorie, akt. Aufl. ▪ Sauernheimer, K. H./Rose, K.: Theorie der Außenwirtschaft, 13. Aufl., München 1999. ▪ Siebert, H. Außenwirtschaft, Stuttgart 1994. ▪ Krugman, Paul / Obstfeld, Maurice / Melitz, Marc (2012): Internationale Wirtschaft: Theorie und Politik der Außenwirtschaft. 9. Aufl., Pearson. München. <u>Vorlesungsteil Prof. Dr. Sibylle Treude:</u> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Hix, Simon; Høyland, Bjørn: The Political System of the European Union, akt. Aufl., Basingstoke u. a. ▪ Loth, Wilfried: Europas Einigung. Eine unvollendete Geschichte, akt. Aufl., Frankfurt/M. ▪ Schmidt, S.; Schünemann, Wolf J.: Europäische Union. Eine Einführung, akt. Aufl., Baden-Baden. ▪ Thiemeyer, Guido: Europäische Integration, akt. Aufl., Köln u. a. ▪ Weidenfeld, Werner: Die Europäische Union, akt. Aufl., Paderborn. ▪ Weidenfeld, Werner / Wessels, Wolfgang (Hrsg.): Europa von A - Z, akt. Aufl., Bonn, (Lizenzausgabe der Bundeszentrale für politische Bildung). ▪ Wallace / Pollack / Young (Hrsg.): Policy-making in the European Union, akt. Aufl., Oxford.

Wissenschaftliche Studien					
Modulnr. Studie	Workload 360 h	Credits 12	Studiensemester 3. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Vorlesung		Kontaktzeit 3 SWS / 48 h	Selbststudium 312 h	geplante Gruppengröße unbeschränkt	
Verwendung des Moduls					
<ul style="list-style-type: none"> Master-Studiengang "Business Management" und "HRM" (Pflichtmodul) 					
Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen					
<p>Neben dem Fachwissen kennen die Studierenden die wesentlichen Aspekte der wissenschaftlichen Methodenanwendung. Sie sind in der Lage die quantitativen und qualitativen Methoden der Datenanalyse, -aufbereitung und -auswertung kontextbezogen zu analysieren und zusammenzustellen oder selbst durchzuführen. Sie können selbstständig Konzepte erstellen, Studiendesigns und Untersuchungsgegenstände entwickeln und operationalisieren, Ergebnisse dokumentieren und Studienberichte erstellen.</p>					
Inhalte					
<p>Die Studierenden erarbeiten konkrete Praxis- und wissenschaftsrelevante Fragestellungen. Darauf aufbauend analysieren sie bestehende Veröffentlichungen oder übersetzen die Fragestellungen in eigene empirische Untersuchungen, bei denen qualitative oder quantitative Methoden zur Anwendung kommen können. Sie können die Konzepte und das Studiendesign erarbeiten, die Datenerhebung und -auswertung durchführen und die Ergebnisse präsentieren. Konkret können hierbei Befragungen, Marktuntersuchungen, Produktvergleiche, Benchmarking-Studien, Analyse existierender Veröffentlichungen etc. durchgeführt werden. Dabei können die erarbeitenden Studienteile sowohl eine Bestandsaufnahme der bisherigen wissenschaftlichen Erkenntnisse beinhalten, als auch die Erhebung und Analyse neuer Möglichkeiten/Lösungswege und Alternativen.</p>					
Lehrformen					
<p>Seminaristischer Unterricht (abhängig v. Teilnehmerzahl) mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen. <u>Lehrsprache:</u> Deutsch/Englisch <u>Schlüsselkompetenzen:</u> Selbständige Erschließung von Fachinhalte; Laterales Denken durch selbständiges, konzeptionelles und wissenschaftliches Arbeiten, Präsentation von Ergebnissen, Professionalisierung der Kooperationsfähigkeit, Reflektion von Verhaltensmustern, Umgang mit Kritik <u>Wissensvermittlung via:</u> Praxisarbeit, Felduntersuchungen, PowerPoint-Vorträge, Internetanalysen, Literaturstudium</p>					
Teilnahmevoraussetzungen					
Formal: Zulassung zum Master-Studiengang					
Inhaltlich: Keine					
Prüfungsformen					
Wiss. Hausarbeit in Form eines Studienberichtes in Verbindung mit der Präsentation der (Zwischen-) Ergebnisse					
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten					
Bestandene Modulprüfung					
Stellenwert der Note für die Endnote					
Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte					
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende					
Modulverantwortliche/r:					
<ul style="list-style-type: none"> Prof. Dr. Michael Kaul 					
Lehrende:					
<ul style="list-style-type: none"> Alle Professorinnen und Professoren des Fachbereichs 					
Sonstige Informationen					
Literaturhinweise:					
<ul style="list-style-type: none"> Spezifische Fachliteratur, abhängig vom Thema 					

Projektphase					
Modulnr. Proj	Workload 540 h	Credits 18	Studiensemester 3. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Projekt		Kontaktzeit 0 SWS / 0 h	Selbststudium 540 h	geplante Gruppengröße unbeschränkt	
Verwendung des Moduls					
<ul style="list-style-type: none"> Master-Studiengang "Business Management" und "HRM" (Pflichtmodul) 					
Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen					
<p>Nach Beendigung des Moduls haben die Studierenden die im Bachelorstudium erworbenen Grundkenntnisse zum Projektmanagement weiter vertieft und sind in der Lage, auch größere und umfangreichere Projekte eigenständig zum Erfolg zu führen. Sie erkennen, welche Daten mit welchen quantitativen oder qualitativen Methoden erhoben werden müssen. Sie können selbstständig Lösungen auf Basis der vorhandenen Daten oder allgemeiner Informationen erarbeiten und Lösungen zielgruppengerecht präsentieren.</p>					
Inhalte					
<p>Ein Projekt soll durch die vier Phasen des Projektzyklus geführt werden. Dabei werden die relevanten Werkzeuge angewandt und weiter vertieft sowie die Aufgabenstellung des Projekts gelöst: Startphase mit Portfoliomanagement, Projektauftrag, Sponsor & Projektmanager, Projektteam und Stakeholder. Planungsphase mit Gantt Chart, Netzplantechniken und anderen Planungswerkzeugen. Durchführungsphase mit Teammanagement, Kreativitätstechniken, Problemlösemethoden, Projektcontrolling und Projektfortschrittsbericht. Abschlussphase mit Projektabschlussbericht, Abschlussbesprechung, Übergabe an Prozesseigner, kritische Reflektion der Ergebnisse und der Vorgehensweise und Projektpräsentation. Die fachliche Ausrichtung ist vom jeweiligen Projektponsor abhängig.</p>					
Lehrformen					
<p>Projektarbeit im Team, Projektbesprechungen, sowie Selbststudium. <u>Lehrsprache:</u> Deutsch/Englisch <u>Schlüsselkompetenzen:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Denken in Projektstrukturen Beherrschen der mit längeren und umfangreicheren Projekten einhergehenden Komplexität, sowohl fachlich als auch menschlich Moderieren, Führen, Entscheiden und Präsentieren von und in Projekten <p><u>Wissensvermittlung via:</u> Projektarbeit, Teambesprechung, Projektauftrag, Projektfortschrittsbericht, Projektabschlussbericht, Erleben und Lösen der üblichen Probleme im Projektmanagement</p>					
Teilnahmevoraussetzungen					
<p>Formal: Zulassung zum Master-Studiengang Inhaltlich: projektspezifische Vorkenntnisse, idealerweise aus dem Bachelorstudium am FB WiWi</p>					
Prüfungsformen					
Projektarbeit					
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten					
Bestandene Modulprüfung					
Stellenwert der Note für die Endnote					
Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte					
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende					
<p>Modulverantwortliche/r:</p> <ul style="list-style-type: none"> Prof. Dr. Michael Kaul <p>Lehrende:</p> <ul style="list-style-type: none"> Alle Professorinnen und Professoren des Fachbereichs 					
Sonstige Informationen					
Literaturhinweise:					
<ul style="list-style-type: none"> Spezifische Fachliteratur, abhängig von Thema und Projektponsor 					

Master-Thesis					
Modulnr. Thesis	Workload 750 h	Credits 25	Studiensemester 4. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Thesis		Kontaktzeit 0 SWS / 0 h	Selbststudium 750 h	geplante Gruppengröße unbeschränkt	
Verwendung des Moduls					
<ul style="list-style-type: none"> Master-Studiengang "Business Management" und "HRM" (Pflichtmodul) 					
Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen					
Innerhalb einer vorgegebenen Zeit wird ein Problem aus dem Bereich der Betriebswirtschaftslehre selbstständig nach wissenschaftlichen Methoden erarbeitet.					
Inhalte					
<p>Bearbeitung der Masterthesis nach betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten oder Bearbeitung eines Projekts. Erstellung einer schriftlichen wissenschaftlich fundierten Ausarbeitung.</p> <p>Im Rahmen der Master Thesis soll der/die Studierende unter Beweis stellen, dass er/sie theoretisches Wissen und die im Studium angeeigneten Kenntnisse auf ein konkretes und in der Regel 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.</p>					
Lehrformen					
Entfällt					
Teilnahmevoraussetzungen					
Formal: 90 ECTS					
Inhaltlich: Keine					
Prüfungsformen					
Schriftliche Ausarbeitung sowie mündliche Prüfung					
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten					
Bestandene Modulprüfung					
Stellenwert der Note für die Endnote					
Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte					
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende					
Modulverantwortliche/r:					
<ul style="list-style-type: none"> Individuelle/r Betreuer/in 					
Lehrende:					
<ul style="list-style-type: none"> Alle Professorinnen und Professoren des Fachbereichs 					
Sonstige Informationen					
Literaturhinweise:					
<ul style="list-style-type: none"> Spezifische Fachliteratur, abhängig vom Thema 					

Kolloquium					
Modulnr. Koll	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 4. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Kolloquium		Kontaktzeit 0 SWS / 0 h	Selbststudium 150 h	geplante Gruppengröße unbeschränkt	
Verwendung des Moduls					
<ul style="list-style-type: none"> Master-Studiengang "Business Management" und "HRM" (Pflichtmodul) 					
Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen					
Ergänzend zu der Masterthesis besitzt der/die Studierende die Fähigkeit zur Präsentation einer selbst erstellten Arbeit (Master-Thesis) mit ihren fachlichen Grundlagen sowie ggf. ihren fachübergreifenden Zusammenhängen. Dient zur Beantwortung von qualifizierten Fragen zur Thesis.					
Inhalte					
Das Master-Kolloquium behandelt sämtliche Themengebiete der jeweiligen Master-Thesis des/der Studierenden. Wesentliche Bestandteile des Master-Kolloquiums sind die mündliche Präsentation der Inhalte und Ergebnisse der vorangegangenen Master-Thesis, deren kritische Diskussion und Beantwortung der Fragen der Prüfenden.					
Lehrformen					
Entfällt					
Teilnahmevoraussetzungen					
Formal: eine mit mind. „ausreichend“ (4,0) bewertete Master-Arbeit					
Inhaltlich: Keine					
Prüfungsformen					
Schriftliche Ausarbeitung sowie mündliche Prüfung					
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten					
Bestandene Modulprüfung					
Stellenwert der Note für die Endnote					
Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte					
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende					
Modulverantwortliche/r:					
<ul style="list-style-type: none"> Individuelle/r Betreuer/in 					
Lehrende:					
<ul style="list-style-type: none"> Alle Professorinnen und Professoren des Fachbereichs 					
Sonstige Informationen					
Literaturhinweise:					
<ul style="list-style-type: none"> Spezifische Fachliteratur, abhängig vom Thema 					

Controlling + Finanzierung I					
Modulnr.	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
CoFi I	360 h	12	1. Semester	Wintersemester	1 Semester
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
Vorlesung		8 SWS / 128 h	232 h	unbeschränkt	
Verwendung des Moduls					
<ul style="list-style-type: none"> Master-Studiengang "Business Management" (Schwerpunktmodul) 					
Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen					
Nach diesem Modul sind die Studierenden in der Lage, die Methoden des Controllings zu verstehen und selbstständig anzuwenden. Das im Bachelor-Studium erworbene Wissen wurde vertieft und ergänzt.					
Inhalte					
<ul style="list-style-type: none"> 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.					
<u>Lehrsprache:</u> Deutsch/ Englisch					
<u>Schlüsselkompetenzen:</u> Selbständiges Arbeiten, Arbeiten in Gruppen, Diskussionsfähigkeit, Eigenständiges Erarbeiten eines Themas und Präsentation (z. T. in englischer Sprache)					
<u>Wissensvermittlung via:</u> Vorlesung, Diskussion, Bearbeitung und Präsentation von Fallstudien (z. T. in englischer Sprache)					
Teilnahmevoraussetzungen					
Formal: Zulassung zum Master-Studiengang					
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					
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende					
Modulverantwortliche/r:					
<ul style="list-style-type: none"> Prof. Dr. Andreas Mengen 					
Lehrende:					
<ul style="list-style-type: none"> Prof. Dr. Andreas Mengen / LB 					
Sonstige Informationen					
Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)					
<ul style="list-style-type: none"> Weber, J./Schäffer, U.: Einführung in das Controlling. Küpper, H.-U.: Controlling. Horváth, P.: Controlling. Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. 					

Human Resource Management I					
Modulnr.	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
HRM I	360 h	12	1. Semester	Wintersemester	1 Semester
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
Vorlesung		8 SWS / 128 h	232 h	unbeschränkt	
Verwendung des Moduls					
<ul style="list-style-type: none"> Master-Studiengang "HRM" (Schwerpunktmodul) 					
Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen					
<p>Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden die ganzheitliche Bedeutung des Employer Brandings, des Personalmarketings und Talent-Managements in ihren strategischen Zusammenhängen und Wirkungen internalisiert. Sie kennen die operativen und strategischen Instrumente und können diese selbstständig anwenden. Des Weiteren sind sie dazu in der Lage selbstständig Praxiskonzepte zu entwickeln, nationale und internationale Studien fundiert auszuwerten und zu bewerten.</p>					
Inhalte					
Employer Branding- Personalmarketing & Talent Management					
I Demographie, Arbeitsmarkt & Zielgruppen					
II Von den Markenkonzeptionen des Produktmarketings zum Employer Branding					
III Employer Branding in der Praxis					
IV Internal (Employer-) Branding (Transferkonzeption)					
V Social Media im Personalmarketing					
VI Ausbildungsmarketing 2.0					
VII Innovatives Hochschulmarketing					
VIII Talent- & Talent-Relationship-Management					
IX Markt- und Markenorientiertes Personalmanagement					
Lehrformen					
Seminaristischer Unterricht (abhängig v. Teilnehmerzahl) mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen.					
<u>Lehrsprache:</u> Deutsch					
<u>Schlüsselkompetenzen:</u> Selbständige Erschließung von Fachinhalten durch die Anwendung von Methodenkompetenz; Laterales Denken durch selbständiges, teamorientiertes, konzeptionelles Arbeiten; Erfahrungslernen sowie Reflexion von Verhaltensmustern.					
<u>Wissensvermittlung via:</u> PowerPoint-Vorträge, Lehrgespräche, Fallstudien, Konzeptentwicklungen, Workshops mit Unternehmen, Exkursion, Praxisbeispiele und Gruppenübungen, Vorlesungsmanuskript, Internet- und Literaturstudium					
Teilnahmevoraussetzungen					
Formal: Zulassung zum Master-Studiengang					
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					
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende					
Modulverantwortliche/r:					
<ul style="list-style-type: none"> Prof. Dr. Christoph Beck 					
Lehrende:					
<ul style="list-style-type: none"> Prof. Dr. Christoph Beck 					
Sonstige Informationen					
Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)					
<ul style="list-style-type: none"> Beck, C. (Hrsg.): Personalmarketing 2.0, Wolters-Kluwer-Verlag. Beck, C. (2004): Projektmanagement in der Personalabteilung, Luchterhand-Verlag. Bernauer, D. / Hesse, G. / Laick, S. / Schmitz, B. (Hrsg.): Social Media im Personalmarketing, Wolters-Kluwer-Verlag. Esch, F.-R. (Hrsg.): Moderne Markenführung, Gabler-Verlag. Jäger, W. Rolke, L. (Hrsg.): Personalkommunikation, Wolters-Kluwer-Verlag. Jäger, W. / Lukasczyk, A. (Hrsg.): Talent Management, Wolters-Kluwer-Verlag. Schmidt, H. J.: Internal Branding, Gabler-Verlag. Aktuelle Studien. 					

Marketing and International Business I					
Modulnr.	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
MIB I	360 h	12	1. Semester	Wintersemester	1 Semester
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
Vorlesung		8 SWS / 128 h	232 h	unbeschränkt	
Verwendung des Moduls					
<ul style="list-style-type: none"> Master-Studiengang "Business Management" (Schwerpunktmodul) 					
Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen					
<p>Die Studierenden haben nach diesem Modul einen umfassenden Überblick über die wichtigsten Fragen des Marketingmanagements und können in einem internationalen Marketingkontext fundierte Entscheidungen treffen. Darüber hinaus verfügen sie über tiefe Kenntnisse in der Führung von Marken und können diese Kenntnisse auch in internationalen Unternehmen anwenden. Schließlich besitzen sie einen Überblick über diejenigen Themen, die aktuell in der internationalen Marketingliteratur stark diskutiert werden.</p>					
Inhalte					
<p>Die Inhalte des Moduls gliedern sich in 3 Themenbereiche:</p> <p>Teil 1: Globale Markenführung Marken sind aus dem Wirtschaftsgeschehen nicht mehr weg zu denken. Auf der einen Seite sind sie Werttreiber für Unternehmen, auf der anderen Seite Vertrauensanker, Kompass und Sinnstifter für Kunden. Doch wie werden starke Marken in einer globalen Welt aufgebaut und systematisch geführt? Und wie wirken die Mechanismen der Markenführung? Diesen Fragen widmet sich Teil 1 des Moduls. Dabei werden die Grundlagen der Markenführung erläutert, moderne identitätsbasierte und co-kreative Managementansätze vorgestellt, die strategische Markenführung diskutiert sowie ausgewählte Fragen des operativen Markenmanagement (u. a. Branding, Brand Touchpoint Management, Internal Branding, Markenkommunikation) und des Markencontrolling behandelt. Die Lehrform ist gekennzeichnet durch seminaristischen Unterricht. Die Kursteilnehmer befinden sich durch zahlreiche Fallstudien und interaktive Diskussionsrunden in einer aktiven Rolle.</p> <p>Teil 2: A Case Studies Approach to Marketing Basics Dieser Teil des Moduls behandelt inhaltlich die gesamte Bandbreite des Marketing Management, von der Marktforschung über das Konsumentenverhalten zur Marketingstrategie und zum Marketing-Mix. Die „Marketing-Basics“ werden allerdings in Form von Fallstudien gelehrt. Dabei geht es in besonderem Maße darum, der Komplexität realer Praxis gerecht zu werden und ganzheitliche Betrachtungs- und Interventionsweisen zu berücksichtigen. Die Studierenden bereiten sich gründlich auf die jeweiligen Fallstudien vor. Der Lehrverantwortliche diskutiert diese dann in kurzen Einheiten intensiv und ermöglicht nachhaltige Lernerfahrungen.</p> <p>Teil 3: A Contemporary View on Marketing Research Die aktuelle Marketingforschung bietet eine Vielzahl an bemerkenswerten Erkenntnissen, die nicht nur aus der theoretischen, sondern auch aus der praktischen Perspektive eine hohe Relevanz besitzen. Im Teil 3 des Moduls werden ausgewählte und überwiegend internationale Forschungsbeiträge jüngerer Datums analysiert und diskutiert. Dabei stehen sowohl die eingesetzten Forschungsmethoden als auch die erzielten Ergebnisse im Zentrum der Betrachtung. Die Studierenden erarbeiten sich die herausfordernden und teils komplexen Fachbeiträge selbstständig, präsentieren die wesentlichen Erkenntnisse und übertragen diese mit Hilfe des Dozenten auf praktische Fragestellungen.</p>					
Lehrformen					
<p>Seminaristischer Unterricht (abhängig v. Teilnehmerzahl) mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen. <u>Lehrsprache:</u> Deutsch/Englisch <u>Schlüsselkompetenzen:</u> Methodenkompetenz und Systematisierung anwendungsbezogener Aspekte, Erarbeitung von Thesenpapieren und mündliche Präsentation, Diskussion und Ausarbeitung von Lösungsvorschlägen, Techniken wissenschaftlicher Arbeitsmethodik. <u>Wissensvermittlung via:</u> Vorlesungsmaterialien, Fallstudien, Übungsaufgaben</p>					
Teilnahmevoraussetzungen					
<p>Formal: Zulassung zum Master-Studiengang Inhaltlich: Englisch fließend</p>					
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					
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende					

Modulverantwortliche/r:

- Prof. Dr. Holger J. Schmidt

Lehrende:

- Prof. Dr. Holger J. Schmidt

Sonstige Informationen

Literaturhinweise:

- Baumgarth, C. (2015): Markenpolitik. 4. Aufl., Wiesbaden.
- Burmann, Chr. Et al. (2012): Identitätsbasierte Markenführung: Grundlagen - Strategie -Umsetzung – Controlling. Wiesbaden.
- Esch, F.-J. (2014): Strategie und Technik der Markenführung. 8. Aufl., München.
- Kotler, Ph. T.; Keller, K. L. (2015): Marketing Management. 15. Aufl., Upper Saddle River.
- Schmidt, H. J. (2015): Markenführung. Wiesbaden.
- Steenkamp, J.-B. (2017): Global Brand Strategy, London.

(Alternativ die jeweils neueste Auflage. Weitere umfassende Literaturangaben in der Vorlesung.)

Mittelstandsmanagement I					
Modulnr. MM I	Workload 360 h	Credits 12	Studiensemester 1. Semester	Häufigkeit des Angebots Wintersemester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Vorlesung		Kontaktzeit 8 SWS / 128 h	Selbststudium 232 h	geplante Gruppengröße unbeschränkt	
Verwendung des Moduls					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Master-Studiengang "Business Management" (Schwerpunktmodul) 					
Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen					
Nach diesem Modul haben die Studierenden Ihre Kenntnisse über Mittelstandspolitik, Entrepreneurship, Krisenmanagement sowie über besondere rechtliche und steuerliche Themenstellungen ausgeweitet und vertieft.					
Inhalte					
Ausgewählte Themen aus folgenden Bereichen:					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einführung <ul style="list-style-type: none"> ▪ Quantitative und qualitative Dimension des Mittelstandsbegriffs ▪ Methoden und Theorien der Mittelstandsforschung ▪ Mittelstandspolitik und -förderung <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mittelstandspolitik ▪ Mittelstandspolitik des Bundes, der Länder und der Europäischen Union, Träger der Wirtschafts-/Mittelstandspolitik, aktuelle mittelstandspolitische Themen (z. B. Wahlprogramme) ▪ Mittelstandsförderung (Ebenen, Träger, Instrumente, Evaluation und Kritik) ▪ Strategic Entrepreneurship <ul style="list-style-type: none"> ▪ Strategic Entrepreneurship: Integration von strategischem und unternehmerischem Management ▪ Entrepreneur und Unternehmer, Prozess des unternehmerischen Managements, Erkennung von Chancen am Markt, Analyse von unternehmerischen Ressourcen ▪ Grundsätzliche Entscheidungen ▪ Vision und Mission des Entrepreneurs, Strategie und Geschäftsfeld ▪ Initiierung neuer Geschäftsideen ▪ Identifizierung und Einschätzung des Potenzials neuer Geschäftsideen, Konzeption von Markteintrittsstrategien, Ausbau von Wettbewerbsvorteilen ▪ Krisenmanagement in KMU <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen des Krisenmanagements im Mittelstand ▪ (Krisenmodelle, Krisenfrüherkennung, Krisenursachen) ▪ Leistungswirtschaftliche Sanierung ▪ Operative und Strategische Maßnahmen des Krisenmanagements ▪ Finanzwirtschaftliche Sanierung ▪ Heteronome und Autonome Sanierungsmaßnahmen ▪ Besondere Steuer- und Rechtsfragen des Mittelstands im Lebenszyklus <ul style="list-style-type: none"> ▪ (Gründungsphase, Wachstumsphase, Reifephase, Wendephase) 					
Lehrformen					
Seminaristischer Unterricht (abhängig v. Teilnehmerzahl) mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen. <u>Lehrsprache:</u> Deutsch/Englisch <u>Schlüsselkompetenzen:</u> Selbstständiges Arbeiten, arbeiten in Gruppen, Diskussionsfähigkeit, eigenständiges Erarbeiten eines Themas und Präsentation (teils in englischer Sprache) <u>Wissensvermittlung via:</u> PowerPoint, Tafel, Manuskript, Vorlesung, Übungen, Fallstudien, Diskussionen, Präsentationen					
Teilnahmevoraussetzungen					
Formal: Zulassung zum Master-Studiengang					
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					
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende					
Modulverantwortliche/r:					

- Prof. Dr. Martin Kaschny

Lehrende:

- Prof. Dr. Martin Kaschny, Prof. Dr. Michael Kaul, Prof. Dr. Holger Reinemann, LB

Sonstige Informationen

Literaturhinweise:

- Buth, A. K., Hermanns, M. (Hrsg.): Restrukturierung, Sanierung, Insolvenz, München.
- Kayser, G.; Wallau, F.: Der Mittelstand: Rückgrat der NRW-Wirtschaft, in: Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie des Landes Nordrhein-Westfalens (Hrsg.): Wirtschaft in NRW, Konjunktur, Prognosen, Perspektiven.
- Eggert, R.: Entwicklungslinien der Mittelstandsfinanzierung und -förderung, in: Keuper, F. (Hrsg.) Strategisches Management in Förderbanken, Wiesbaden, S. 425-444.
- Kolb S.: Integriertes Turnaround-Management. Konzept zur nachhaltigen Überwindung von Unternehmenskrisen in KMU, Frankfurt am Main.
- Reinemann, H.; Ludwig, D. (2015): Die qualitative Dimension des Mittelstandsbegriffs, in: Becker, W.; Ulrich, P. (Hrsg.): Mittelstandsorientierte Betriebswirtschaftslehre – Ein Handbuch, Stuttgart, S. 38 - 52 Reinemann, H. (2011): Mittelstandsmanagement, Stuttgart.
- Reinemann, H.: Mittelstandsmanagement, Stuttgart.

Bei Bedarf wird weitere Literatur in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Operations Management I					
Modulnr. OM I	Workload 360 h	Credits 12	Studiensemester 1. Semester	Häufigkeit des Angebots Wintersemester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Vorlesung		Kontaktzeit 8 SWS / 128 h	Selbststudium 232 h	geplante Gruppengröße unbeschränkt	
Verwendung des Moduls					
<ul style="list-style-type: none"> Master-Studiengang "Business Management" (Schwerpunktmodul) 					
Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen					
Die Studierenden sind in der Lage, die Methoden des Operations Management zu verstehen und selbstständig anzuwenden. Das im Bachelor-Studium erworbene Grundlagenwissen wird vertieft und ergänzt.					
Inhalte					
<ul style="list-style-type: none"> Aufbau und Steuerung einer Produktion Six Sigma und Lean Management zur Optimierung operativer Prozesse, Teil 1 Kennzahlen, Scorecards 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. <u>Lehrsprache:</u> Deutsch/Englisch <u>Schlüsselkompetenzen:</u> Selbstständiges Arbeiten, Arbeiten in Gruppen, Diskussionsfähigkeit, eigenständiges Erarbeiten eines Themas und Präsentation (teils in englischer Sprache) <u>Wissensvermittlung via:</u> Vorlesung, Diskussion, Bearbeitung und Präsentation von Fallstudien (z. T. in englischer Sprache)					
Teilnahmevoraussetzungen					
Formal: Zulassung zum Master-Studiengang					
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					
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende					
Modulverantwortliche/r:					
<ul style="list-style-type: none"> Prof. Dr. Bert Leyendecker 					
Lehrende:					
<ul style="list-style-type: none"> Prof. Dr. Bert Leyendecker, Prof. Dr. Jörg Lux, Prof. Dr. Ayelt Komus, LB 					
Sonstige Informationen					
Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)					
<ul style="list-style-type: none"> 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. Nebi, T.: Produktionswirtschaft. Tempelmeier, H.: Produktion und Logistik. 					

Wirtschaftsprüfung / Steuerberatung I					
Modulnr.	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
WP I	360 h	12	1. Semester	Wintersemester	1 Semester
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
Vorlesung		8 SWS / 128 h	232 h	unbeschränkt	
Verwendung des Moduls					
<ul style="list-style-type: none"> Master-Studiengang "Business Management" (Schwerpunktmodul) 					
Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen					
Die Studierenden haben nach diesem Modul tiefe Kenntnisse auf dem Gebiet der Wirtschaftsprüfung und Steuerberatung mit den Schwerpunkten Umwandlungssteuerrecht, internationale Rechnungslegung sowie Erbschaft- und Schenkungsteuerrecht. Sie verfügen über praktische Anwendungskompetenz und haben ihr Wissen anhand von Fallbeispielen und Fallübungen bzw. umfangreichen Fallgestaltungen intensiviert.					
Inhalte					
<p>A. Umwandlungssteuerrecht: Grundlagen der Umwandlung, Verschmelzung, Spaltung, Formwechsel, Einbringung in Personengesellschaften.</p> <p>B. Internationale Rechnungslegung: Grundlagen zu IAS/IFRS, Behandlung der einzelnen Jahresabschlussposten nach IAS/IFRS im Vergleich zum HGB, Segmentberichterstattung usw.</p> <p>C. Erbschaft- und Schenkungsteuerrecht: relevante Teile des ehelichen Güterrechts und des Erbrechts, steuerpflichtige Vorgänge, persönliche Steuerpflicht, Erwerb von Todes wegen, fortgesetzte Gütergemeinschaft, Zugewinnsgemeinschaft, Vor- und Nacherbschaft, Schenkung unter Lebenden, Zweckzuwendungen, Steuerentstehung, steuerpflichtiger Erwerb, Bewertung (außer Bewertung von Unternehmen), Steuerbefreiungen, Berücksichtigung früherer Erwerbe, Steuerklassen, persönliche Freibeträge, Versorgungsfreibeträge, Steuertarif und Tarifbegrenzungen, Steuerfestsetzung und Steuererhebung.</p>					
Lehrformen					
Seminaristischer Unterricht (abhängig v. Teilnehmerzahl) mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen.					
<u>Lehrsprache:</u> Deutsch					
<u>Schlüsselkompetenzen:</u> Mündliche Präsentation von Aufgabenlösungen und Fallbeispielen, Diskussion über erarbeitete Lösungsvorschläge, Teamarbeit, wissenschaftliche Arbeitsformen, Zitierformen, Erschließung anwendungsbezogener Aspekte.					
<u>Wissensvermittlung via:</u> Vorlesung, Übungen, Diskussion, Lehrbücher, Gesetzestexten, Steuerrichtlinien, Vorlesungsmanuskript und andere Materialien zur Vorlesung und Übungen.					
Teilnahmevoraussetzungen					
Formal: Zulassung zum Master-Studiengang					
Inhaltlich: Electiveempfehlung: Softwaregestützte Jahresabschlusserstellung und -prüfung					
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					
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende					
Modulverantwortliche/r:					
<ul style="list-style-type: none"> Prof. Dr. Behzad Karami 					
Lehrende:					
<ul style="list-style-type: none"> Prof. Dr. Behzad Karami, Prof. Dr. Arno Steudter 					
Sonstige Informationen					
Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)					
<i>Umwandlungssteuerrecht</i>					
<ul style="list-style-type: none"> Madl: Umwandlungssteuerrecht Dötsch: Umwandlungssteuerrecht 					
<i>Internationale Rechnungslegung</i>					
<ul style="list-style-type: none"> Pellens: Internationale Rechnungslegung Dusemond/Kessler: Internationale Rechnungslegung Buchholz: Internationale Rechnungslegung 					
<i>Erbschaft- und Schenkungsteuer</i>					
<ul style="list-style-type: none"> Brüggemann/Stirnberg: Erbschaftsteuer Schenkungsteuer, 9. Aufl., efv, Achim 2012 Radeisen: Erbschaftsteuer und Bewertung, HDS-Verlag, Weil im Schönbuch 2011 					

Controlling + Finanzierung II					
Modulnr.	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
CoFi II	360 h	12	1. Semester	Sommersemester	1 Semester
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
Vorlesung		8 SWS / 128 h	232 h	unbeschränkt	
Verwendung des Moduls					
<ul style="list-style-type: none"> Master-Studiengang "Business Management" (Schwerpunktmodul) 					
Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen					
Nach diesem Modul haben die Studierenden Ihre Kenntnisse über Finanzierungsinstrumente, finanzwirtschaftliche Gestaltungsoptionen und Notwendigkeiten einer Unternehmung und relevanter Methoden ausgeweitet und vertieft.					
Inhalte					
Ausgewählte Themen aus unter anderem folgenden Bereichen:					
<ul style="list-style-type: none"> Kapitalstruktur- und Dividendenpolitik Bewertung und Anwendung von Finanzinstrumenten Finanzplanung und -kontrolle Risikomanagement Mergers&Acquisitions, Kreditentscheidungen Aktuelle finanzwirtschaftliche Themenstellungen 					
Lehrformen					
Seminaristischer Unterricht (abhängig v. Teilnehmerzahl) mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen.					
<u>Lehrsprache:</u> Deutsch/Englisch					
<u>Schlüsselkompetenzen:</u> Selbständiges Arbeiten, Arbeiten in Gruppen, Diskussionsfähigkeit, eigenständiges Erarbeiten eines Themas und Präsentation					
<u>Wissensvermittlung via:</u> Vorlesung, Diskussion, Bearbeitung und Präsentation von Themen, Gruppenarbeit, Übung, Selbststudium; Gastreferenten					
Teilnahmevoraussetzungen					
Formal: Zulassung zum Master-Studiengang					
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					
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende					
Modulverantwortliche/r:					
<ul style="list-style-type: none"> Prof. Dr. Michael Kaul 					
Lehrende:					
<ul style="list-style-type: none"> Prof. Dr. Michael Kaul 					
Sonstige Informationen					
Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)					
<ul style="list-style-type: none"> Cooper, R.: Corporate Treasury and Cash Management, Chippenham. Copeland, T. E., Weston, J. F., Shastri, K.: Financial Theory and Corporate Policy, Boston. Franke, G.; Hax, H.: Finanzwirtschaft des Unternehmens und Kapitalmarkt, Berlin u.a. 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. Levi, M.: International Finance. Mensch, G.: Finanz-Controlling, München. Perridon, L.; Steiner, M.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, München. Prümer, M.: Cash Flow Management, Wiesbaden. Ross, S. A.; Westerfield, R. W.; Jaffe, J.; Jordan, B. D.: Modern Financial Management: International Student Edition, New York. Welch, I.: Corporate Finance – An Introduction, Upper Saddle River. 					
Bei Bedarf wird weitere Literatur in der Veranstaltung bekannt gegeben.					

Human Resource Management II					
Modulnr.	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
HRM II	360 h	12	1. Semester	Sommersemester	1 Semester
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
Vorlesung		8 SWS / 128 h	232 h	unbeschränkt	
Verwendung des Moduls					
<ul style="list-style-type: none"> Master-Studiengang "HRM" (Schwerpunktmodul) 					
Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen					
<p>Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden die ganzheitliche Bedeutung des strategischen Personalmanagements und die der Personalentwicklung internalisiert. Sie kennen das Themenfeld Personalstrategie, können dieses im Zusammenhang einordnen und kennen Ansätze zur Implementierung. Die Studierenden kennen darüber hinaus die operativen und strategischen Personalentwicklungsinstrumente und können diese selbstständig anwenden. Des Weiteren sind sie dazu in der Lage selbstständig Praxiskonzepte und Instrumente zu entwickeln, nationale und internationale Studien fundiert auszuwerten und zu bewerten.</p>					
Inhalte					
<p>Personalentwicklung & Personalstrategie</p> <p>I Die Verbindung von Unternehmensstrategie und Personalmanagement</p> <p>II Die Bereitstellung des Humankapitals: HR-Architektur und Auswahl der Instrumente</p> <p>III Ansätze zur Strategieimplementierung: u.a. Strategische Personalplanung, Human Capital Management</p> <p>IV Personalentwicklung - Ziele und Aufgaben</p> <p>V Kompetenzmodelle</p> <p>VI Exkurse: Onboarding – Zielgruppenspezifische PE-Programme, EQR/DQR</p> <p>VII Karriere- & Laufbahnmodelle / Lebensphasenorientierte PE</p> <p>VIII Klassische und moderne Personalentwicklungsinstrumente (mit einem Exkurs: E-Learning)</p> <p>IX Persönlichkeitsmodelle und Testverfahren / PE-Assessment-Center</p> <p>X Talent-Management</p> <p>XI Changemanagement</p> <p>XII Exkurs: E-Learning</p> <p>XIII HR-Projektmanagement, Moderationstraining und weitere Managementtechniken</p>					
Lehrformen					
<p>Seminaristischer Unterricht (abhängig v. Teilnehmerzahl) mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen, selbst gesteuertem Lernen.</p> <p><u>Lehrsprache:</u> Deutsch</p> <p><u>Schlüsselkompetenzen:</u> Selbstständige Erschließung von Fachinhalten durch die Anwendung von Methodenkompetenz; Laterales Denken durch selbstständiges, teamorientiertes, konzeptionelles Arbeiten; Erfahrungslernen sowie Reflexion von Verhaltensmustern.</p> <p><u>Wissensvermittlung via:</u> PowerPoint-Vorträge, Lehrgespräche, Fallstudien, Konzeptentwicklungen, Praxisbeispiele und Gruppenübungen, Vorlesungsmanuskript, Internet- und Literaturstudium, E-Learning</p>					
Teilnahmevoraussetzungen					
Formal: Zulassung zum Master-Studiengang					
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					
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende					
Modulverantwortliche/r:					
<ul style="list-style-type: none"> Prof. Dr. Christoph Beck 					
Lehrende:					
<ul style="list-style-type: none"> Prof. Dr. Christoph Beck; Prof. Dr. Christian Lebreuz 					
Sonstige Informationen					
Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)					
<ul style="list-style-type: none"> Birri, R.: Human Capital Management, Springer-Gabler-Verlag Boxall, P. & Purcell, J. Strategy and Human Resource Management. Palgrave Macmillan Lebreuz, C. Strategie und Personalmanagement. Konzepte und Instrumente zur Umsetzung im Unternehmen. SpringerGabler Verlag. 					

- Becker, M.: Systematische Personalentwicklung, Schäffer-Poeschel-Verlag
- Meifert, M. T. (Hrsg.): Strategische Personalentwicklung, Springer-Verlag
- Wegerich, C.: Strategische Personalentwicklung in der Praxis, Wiley-VCH
- Aktuelle nationale und internationale Studien

Marketing and International Business II					
Modulnr.	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
MIB II	360 h	12	1. Semester	Sommersemester	1 Semester
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
Vorlesung		8 SWS / 128 h	232 h	unbeschränkt	
Verwendung des Moduls					
<ul style="list-style-type: none"> Master-Studiengang "Business Management" (Schwerpunktmodul) 					
Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen					
<p>Nach diesem Modul kennen die Studierenden die wesentlichen Aspekte und Besonderheiten des internationalen Marketings. Es werden zum einen strategische Aspekte des internationalen Marketings behandelt, wie Marktselektion, Auswahl der Betätigungsform und Marktbearbeitungsstrategien; zum anderen wird das operative Marketing (insbes. Preis- und Kommunikationspolitik) aus internationaler Perspektive betrachtet. Die Studierenden lernen die aktuellen Herausforderungen und Trends im internationalen Marketing durch Analyse der aktuellen Wirtschaftspresse, Gruppenarbeit sowie durch Analyse der internationalen Aktivitäten ausgewählter Unternehmen kennen.</p>					
Inhalte					
<p>Teil A (Boeffgen) 6 SWS in deutscher Sprache: Internationales Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> Analyse des internationalen Marktumfeldes, Marktselektion und Timingstrategien, Betätigungsformen auf ausländischen Märkten, Grundlagen internationaler Handelsbeziehungen, Ausgestaltung des internationalen Marketing Mix. <p>Jedes Kapitel wird mit den jeweiligen Marketing-Grundlagen eingeleitet.</p> <p>Teil B (Rana) 2 SWS in englischer Sprache: Working Internationally</p> <ul style="list-style-type: none"> Emerging and developing economies: <ul style="list-style-type: none"> Characteristics, importance of, challenges and opportunities. Working in a global environment. 					
Lehrformen					
<p>Seminaristischer Unterricht (abhängig v. Teilnehmerzahl) mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen. <u>Lehrsprache:</u> Deutsch (Teil A) und Englisch (Teil B) <u>Schlüsselkompetenzen:</u> Selbstständiges Arbeiten, Arbeiten in Gruppen, Diskussionsfähigkeit, eigenständiges Erarbeiten eines Themas und Präsentation (teils in englischer Sprache) <u>Wissensvermittlung via:</u> Beamer, Folienskript, Übungsaufgaben im Rahmen der Vorlesung, Gruppenarbeit: Erarbeitung einer Präsentation zu einem ausgewählten Aspekt des internationalen Marketing und Durchführung der Präsentation im Rahmen der Vorlesung, Studium der aktuellen Wirtschaftspresse (Handelsblatt) zum Thema internationales Marketing.</p>					
Teilnahmevoraussetzungen					
Formal: Zulassung zum Master-Studiengang					
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					
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende					
Modulverantwortliche/r:					
<ul style="list-style-type: none"> Dipl. Kfm. Bernhard Boeffgen 					
Lehrende:					
<ul style="list-style-type: none"> Dipl.-Kfm. Bernhard Boeffgen; Ellen Rana M.A; 					
Sonstige Informationen					
Literaturhinweise:					
Werden von den Dozenten bekannt gegeben.					

Mittelstandsmanagement II					
Modulnr. MM II	Workload 360 h	Credits 12	Studiensemester 1. Semester	Häufigkeit des Angebots Sommersemester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Vorlesung		Kontaktzeit 8 SWS / 128 h	Selbststudium 232 h	geplante Gruppengröße unbeschränkt	
Verwendung des Moduls					
<ul style="list-style-type: none"> Master-Studiengang "Business Management" (Schwerpunktmodul) 					
Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen					
Nach diesem Modul haben die Studierenden Ihre Kenntnisse über Mittelstandspolitik, Entrepreneurship, Krisenmanagement sowie über besondere rechtliche und steuerliche Themenstellungen ausgeweitet und vertieft.					
Inhalte					
Die Studierenden des Schwerpunkts Mittelstandsmanagement wählen ein Modul aus den Schwerpunktvertiefungen des Masters „Business Management“ aus. Zur Verfügung stehen:					
<ul style="list-style-type: none"> Controlling + Finanzierung Marketing and International Business Operations Management Wirtschaftsprüfung/Steuerberatung 					
Lehrformen					
Seminaristischer Unterricht (abhängig v. Teilnehmerzahl) mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen.					
<u>Lehrsprache:</u> Deutsch/Englisch					
<u>Schlüsselkompetenzen:</u> Selbstständiges Arbeiten, arbeiten in Gruppen, Diskussionsfähigkeit, eigenständiges Erarbeiten eines Themas und Präsentation (teils in englischer Sprache)					
<u>Wissensvermittlung via:</u> PowerPoint, Tafel, Manuskript, Vorlesung, Übungen, Fallstudien, Diskussionen, Präsentationen					
Teilnahmevoraussetzungen					
Formal: Zulassung zum Master-Studiengang					
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					
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende					
Modulverantwortliche/r:					
<ul style="list-style-type: none"> Prof. Dr. Martin Kaschny 					
Lehrende:					
<ul style="list-style-type: none"> Die im jeweiligen Schwerpunktmodul angegebenen Lehrenden 					
Sonstige Informationen					
Literaturhinweise:					
Die im jeweiligen Schwerpunktmodul angegebene Literatur.					

Operations Management II					
Modulnr. OM II	Workload 360 h	Credits 12	Studiensemester 1. Semester	Häufigkeit des Angebots Sommersemester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Vorlesung		Kontaktzeit 8 SWS / 128 h	Selbststudium 232 h	geplante Gruppengröße unbeschränkt	
Verwendung des Moduls					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Master-Studiengang "Business Management" (Schwerpunktmodul) 					
Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen					
Die Studierenden sind in der Lage, die Methoden des Operations Management zu verstehen und selbstständig anzuwenden. Das im Bachelor-Studium erworbene Grundlagenwissen wird vertieft und ergänzt.					
Inhalte					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Six Sigma und Lean Management zur Optimierung operativer Prozesse, Teil 2 ▪ IT-Architekturen, Business-Intelligence ▪ Organisational Change Management, Agile Methoden des IT-, Projekt- und Prozessmanagements ▪ Aufbau und Steuerung eines Beschaffungsnetzwerks ▪ Simulation und Analyse von Beschaffungsprozessen ▪ Gastreferenten aus der Unternehmenspraxis 					
Lehrformen					
Seminaristischer Unterricht (abhängig v. Teilnehmerzahl) mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen. <u>Lehrsprache:</u> Deutsch/Englisch <u>Schlüsselkompetenzen:</u> Selbstständiges Arbeiten, Arbeiten in Gruppen, Diskussionsfähigkeit, eigenständiges Erarbeiten eines Themas und Präsentation (teils in englischer Sprache) <u>Wissensvermittlung via:</u> Vorlesung, Diskussion, Bearbeitung und Präsentation von Fallstudien (z. T. in englischer Sprache)					
Teilnahmevoraussetzungen					
Formal: Zulassung zum Master-Studiengang					
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					
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende					
Modulverantwortliche/r:					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prof. Dr. Bert Leyendecker 					
Lehrende:					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prof. Dr. Elmar Bräkling, Prof. Dr. Ayelt Komus, Prof. Dr. Bert Leyendecker 					
Sonstige Informationen					
Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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. 					

Wirtschaftsprüfung / Steuerberatung II					
Modulnr.	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
WP II	360 h	12	2. Semester	Sommersemester	1 Semester
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
Vorlesung		8 SWS / 128 h	232 h	unbeschränkt	
Verwendung des Moduls					
<ul style="list-style-type: none"> Master-Studiengang "Business Management" (Schwerpunktmodul) 					
Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen					
<p>Die Studierenden haben nach diesem Modul tiefe Kenntnisse auf dem Gebiet der Wirtschaftsprüfung und Steuerberatung mit den Schwerpunkten: „Konzernrechnungslegung“ und „Unternehmensbewertung“. Darüber hinaus verfügen sie über praktische Anwendungskompetenz und haben ihr Wissen anhand von Fallbeispielen und Fallübungen bzw. umfangreichen Fallgestaltungen intensiviert.</p>					
Inhalte					
<p>A. Konzernrechnungslegung</p> <ol style="list-style-type: none"> I. Konzernaufstellungspflicht nach HGB, Befreiungsvorschriften II. Konsolidierungskreis III. Währungsumrechnung IV. Kapitalkonsolidierung nach den §§ 301 V. 302 HGB VI. Schuldenkonsolidierung VII. Zwischenergebniseliminierung VIII. Konsolidierung der Gewinn- und Verlustrechnungen, Equity-Methode usw. <p>B. Unternehmensbewertung</p> <ol style="list-style-type: none"> I. Anlässe, Zwecke, Ziele II. Objektivierung, Typisierung und Vereinfachung III. substanzwertorientierte Verfahren IV. Ertragswertermittlung V. Discounted-Cash-Flow-Verfahren VI. Erbschaftssteuerrechtliche Bewertung von Unternehmen 					
Lehrformen					
<p>Seminaristischer Unterricht (abhängig v. Teilnehmerzahl) mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen. <u>Lehrsprache:</u> Deutsch <u>Schlüsselkompetenzen:</u> Mündliche Präsentation von Aufgabenlösungen und Fallbeispielen, Diskussion über erarbeitete Lösungsvorschläge, Teamarbeit, Wissenschaftliche Arbeitsformen, Zitierformen, Erschließung anwendungsbezogener Aspekte. <u>Wissensvermittlung via:</u> Vorlesung, Materialien zur Vorlesung, Übungen, Lehrbüchern, Gesetzestexten</p>					
Teilnahmevoraussetzungen					
Formal: Zulassung zum Master-Studiengang					
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					
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende					
Modulverantwortliche/r:					
<ul style="list-style-type: none"> Prof. Dr. Arno Steudter 					
Lehrende:					
<ul style="list-style-type: none"> Prof. Dr. Arno Steudter, Prof. Dr. Behzad Karami 					
Sonstige Informationen					
Literaturhinweise:					
<u>Konzernrechnungslegung:</u>					
<ul style="list-style-type: none"> Busse von Colbe/Ordeltjeide, Konzernrechnungslegung: Gräfer/Scheld, Grundzüge der Konzernrechnungslegung. 					
<u>Unternehmensbewertung:</u>					
<ul style="list-style-type: none"> IDW-Standard S1 i. d. F. 2008, Grundsätze zur Durchführung von Unternehmensbewertungen; Peemöller (Hrsg.), Praxishandbuch der Unternehmensbewertung. 					

Lebenszyklusmanagement betrieblicher Informationssysteme aus betriebswirtschaftlicher Sicht					
Modulnr. LZM BIS	Workload 180 h	Credits 6	Studiensemester 1. 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Vorlesung		Kontaktzeit 4 SWS / 64 h	Selbststudium 116 h	geplante Gruppengröße unbeschränkt	
Verwendung des Moduls					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Master-Studiengang "Business Management" und "HRM" (Wahlpflichtmodul) 					
Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen					
I. Verständnis der Konsequenzen von Digitalisierung und Internet of Things für das Management II. Freiheitsgrade, Konsequenzen und Implikationen der Digitalisierung für das Management III. Ableitung von Strategien, Vorgehen und Optionen IT-System-Auswahl, -Einführung, Anpassung und Management IV. Alternative Formen der Führung und Planung – agile Methoden versus klassisch					
Inhalte					
I. Bedeutung von Digitalisierung und IT-Durchdringung in allen Lebens- und Wirtschaftsbereichen II. Digitalisierung, Unternehmensstrategie, IT-Strategie III. Vorgehen zur Produktenwicklung, IT-System- Auswahl, -Einführung und –Anpassung IV. Change Mangement, Projekt-Management					
Lehrformen					
Seminaristischer Unterricht (abhängig v. Teilnehmerzahl) mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen.					
<u>Lehrsprache:</u> Deutsch					
<u>Schlüsselkompetenzen:</u> Verständnis aktueller disruptiver Veränderungen durch Digitalisierung. Denken in betriebswirtschaftlichen Kategorien bei Konzeption und Nutzung betrieblicher IS. Fähigkeit zur aktiven Interessenwahrung bei Betrieblichen Informationssystemen aus betriebswirtschaftlicher Sicht.					
<u>Wissensvermittlung via:</u> Vorlesung, Diskussion, Gruppenarbeit, Fallstudien, Praktische Übungen am ARIS-System					
Teilnahmevoraussetzungen					
Formal: Zulassung zum Master-Studiengang					
Inhaltlich: Grundlagen der Wirtschaftsinformatik					
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					
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende					
Modulverantwortliche/r:					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prof. Dr. Ayelt Komus 					
Lehrende:					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prof. Dr. Ayelt Komus 					
Sonstige Informationen					
Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gadatsch, A.: Grundkurs Geschäftsprozessmanagement. ▪ Heinrich, Lutz, Lehrner: Informationsmanagement . ▪ Hanschke, I.: Strategisches Management der IT-Landschaft: Ein praktischer Leitfaden für das Enterprise Architecture Management. ▪ Aktuelle Informationen und Publikationen zur Digitalisierung 					

IFRS Reporting					
Modulnr. IFRS	Workload 180 h	Credits 6	Studiensemester 1. 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Wintersemester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Vorlesung		Kontaktzeit 4 SWS / 64 h	Selbststudium 116 h	geplante Gruppengröße unbeschränkt	
Verwendung des Moduls					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Master-Studiengang "Business Management" und "HRM" (Wahlpflichtmodul) 					
Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen					
Nach diesem Modul sind die Studierenden in der Lage, die Informationsanforderungen eines IFRS-Reportings zu verstehen und die den IFRS innewohnenden Gestaltungspotenziale zu identifizieren, zu analysieren sowie zweckentsprechend zu nutzen.					
Inhalte					
I. Relevanz des IFRS-Reportings in der Unternehmenspraxis II. Einführung in das IFRS-Reporting III. Informationsanforderungen und Gestaltungspotenziale im IFRS-Reporting im Überblick IV. Informationsanforderungen und wesentliche Gestaltungspotenziale einzelner IFRS – Darstellung und Vertiefung					
Lehrformen					
Seminaristischer Unterricht mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen.					
<u>Lehrsprache:</u> Deutsch					
<u>Schlüsselkompetenzen:</u> Selbständiges Arbeiten, Arbeiten in Gruppen, Diskussionsfähigkeit, Eigenständiges Erarbeiten eines Themas und Präsentation					
<u>Wissensvermittlung via:</u> Vorlesung, Diskussion, Bearbeitung und Präsentation von Fallstudien					
Teilnahmevoraussetzungen					
Formal: Zulassung zum Master-Studiengang					
Inhaltlich: Grundlagen der betrieblichen Finanzberichterstattung					
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					
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende					
Modulverantwortliche/r:					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prof. Dr. Holger Philipps Lehrende:					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prof. Dr. Holger Philipps 					
Sonstige Informationen					
Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ IFRS Textausgabe (IDW oder Wiley). ▪ Weißenberger: IFRS für Controller, Freiburg. ▪ Exler: Controllingorientiertes Finanz- und Rechnungswesen, Herne. ▪ Lüdenbach/Christian: IFRS Essentials, Herne. 					

Intercultural Management					
Modulnr.	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
Intercult	180 h	6	1. 2. Semester	Jedes Semester	1 Semester
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
Vorlesung		4 SWS / 64 h	116 h	unbeschränkt	
Verwendung des Moduls					
<ul style="list-style-type: none"> Master-Studiengang "Business Management" und "HRM" (Wahlpflichtmodul) 					
Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen					
<p>Successful completion of this module will provide students with an understanding of the way management is approached in different areas of the world. By applying theoretical knowledge to case studies and discussing real life situations, students will learn more about their own culture and be made aware of the importance of intercultural communication in their future roles as international managers.</p>					
Inhalte					
<ul style="list-style-type: none"> The fundamentals of culture. Drivers and consequences of globalisation. National Culture. The typologies of Hofstede, Trompenaars and Hall. Cultural Intelligence and its importance for management and leadership. Cultural communication styles. Non-verbal communication. The GLOBE Report and its impact on business. Working in multi-cultural groups and teams. The international manager in different cultures. - Country specific information. 					
Lehrformen					
Lectures, group work, discussion and presentation of academic papers, case studies, critical incidents.					
<u>Language of instruction:</u> English					
<u>Key Competencies:</u> responding appropriately to others, listening carefully to what others say, developing points and ideas, encouraging others to contribute, responding perceptively to contributions from others, peer evaluations, presenting information.					
Teilnahmevoraussetzungen					
Formal: Zulassung zum Master-Studiengang					
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					
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende					
Modulverantwortliche/r:					
<ul style="list-style-type: none"> M.A. Ellen Rana PGCE 					
Lehrende:					
<ul style="list-style-type: none"> M.A. Ellen Rana PGCE 					
Sonstige Informationen					
Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)					
<ul style="list-style-type: none"> Culture, Leadership, and Organizations by RJ House et al. Intercultural Communication: An Advanced Resource Book for Students by A Holliday. Intercultural Management MBA Masterclass by N Jacob. 					
Further literature will be given during the semester.					

Softwaregestützte Jahresabschlusserstellung und -prüfung					
Modulnr.	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
JAP	180 h	6	1. 2. Semester	Jedes Semester	1 Semester
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
Vorlesung		4 SWS / 64 h	116 h	unbeschränkt	
Verwendung des Moduls					
<ul style="list-style-type: none"> Master-Studiengang "Business Management" und "HRM" (Wahlpflichtmodul) 					
Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen					
<p>Die Studierenden haben nach diesem Modul ihre theoretischen Kenntnisse in der Erstellung und Prüfung eines Jahresabschlusses einer mittelgroßen bzw. großen Kapitalgesellschaft anhand zweier konkreter und umfangreicher praktischer Fälle umgesetzt. Diese Fälle werden anhand der Jahresabschlusserstellungssoftware Kanzlei-Rewe und der Prüfungssoftware AP Comfort der Datev eG, Nürnberg sowohl theoretisch als auch in einer praktischen Weise umgesetzt. Hierzu werden die 2 Musterhochschulfälle der Datev eG sowohl für die Jahresabschlusserstellung und ein gesamter Prüfungsfall, angefangen von der Auftragsannahme bis zur Durchführung der einzelnen Prüffelder am Computer bearbeitet. Für die meisten Studierenden ist der erste Teil dieses Elective der erste Kontakt zu einem tatsächlich aufgestellten Jahresabschluss mit Konten, Kontennachweisen, Bilanz und GuV nach gesetzlichem Gliederungsschema und den Steuerberechnungen. Die Teilnehmer werden im zweiten Teil des Electives zum einen mit theoretischen Sachverhalten auseinandergesetzt, die Sie aus buchhalterischer und bilanztechnischer Sicht würdigen müssen und dies auch im zweiten Schritt in Ihren Prüfungsansatz und Ihre Checklisten einfügen müssen.</p>					
Inhalte					
<p>TEIL I: Die Erstellung eines Jahresabschlusses einer mittelgroßen GmbH Theoretischer Teil an der Fachhochschule und 2 Tage Workshop, die vollständig softwaregestützt in Kanzleiräumen einer Wirtschaftsprüfungsgesellschaft stattfinden. Dabei wird nach einer theoretischen Einarbeitung, der Jahresabschluss einer mittelgroßen GmbH durch die Studierenden durch aktive Selbstarbeit an PCs wie folgt aufgestellt:</p> <ul style="list-style-type: none"> Erfassung von ca. 50 Buchungssachverhalten anhand von Belegen und die auf Ihre Richtigkeit beurteilt und gebucht werden Erfassung von ca. 40 Jahresabschluss-sachverhalten die fachlich beurteilt und gebucht werden inkl. Ermittlung der Steuerrückstellungen (KöSt, GewSt) Entwicklung des endgültigen Jahresabschlusses (Bilanz, GuV) nach Steuern Präsentation der Ergebnisse durch Bilanz- und GuV-Auswertungen Darstellung von Bilanz-Analysemöglichkeiten bzw. Kennzahlenanalysen <p>TEIL II: Die Prüfung eines Jahresabschlusses einer großen GmbH</p> <ol style="list-style-type: none"> I. Bestellung des WP und Auftragsannahme II. Planung der Jahresabschlussprüfung anhand des risikoorientierten Prüfungsansatzes III. Durchführung der Prüfung einzelner Prüfungsfelder IV. Prüfungsabnahme V. Berichtskritik VI. Auftragsbegleitende Qualitätssicherung VII. Erstellung des Prüfungsberichtes 					
Lehrformen					
<p>Seminaristischer Unterricht zunächst theoretisch und anschließend am PC mit Vortrags-, Diskussions- und Übungselementen. Lehrsprache: Deutsch</p> <p><u>Schlüsselkompetenzen:</u> Erlangung von detaillierten praktischen und fallbezogenen Kenntnissen, einer Jahresabschlusserstellung sowie einer Jahresabschlussprüfung die anhand einer speziellen Prüfungssoftware durchgeführt werden kann.</p> <p><u>Wissensvermittlung via:</u> Arbeitsunterlagen, Fallunterlagen und Softwaredaten der DATEV eG. Nürnberg, Programme Kanzlei Rewe und AP Comfort.</p>					
Teilnahmevoraussetzungen					
<p>Formal: Zulassung zum Master-Studiengang Inhaltlich: Theoretische Kenntnisse zur Jahresabschlusserstellung und -prüfung von Kapitalgesellschaften</p>					
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

Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende

Modulverantwortliche/r:

- Prof. Dr. Arno Steudter

Lehrende:

- Prof. Dr. Arno Steudter

Sonstige Informationen

Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)

- Horschitz/Groß/Fanck, Bilanzsteuerrecht und Buchführung, Schäffer-Poeschel Verlag.
- IDW Verlag, Aktuelle Prüfungsstandards und Stellungnahmen zur Rechnungslegung.
- Koltermann, Fallsammlung Bilanzsteuerrecht, nwb-Verlag.
- Selchert, Jahresabschlußprüfung der Kapitalgesellschaften. Grundlagen - Durchführung - Bericht, Gabler Verlag.

Wirtschaftsprivat- und Arbeitsrecht					
Modulnr.	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
Recht	180 h	6	1. 2. Semester	Wintersemester	1 Semester
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
Vorlesung		4 SWS / 64 h	116 h	unbeschränkt	
Verwendung des Moduls					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Master-Studiengang "Business Management" und "HRM" (Wahlpflichtmodul) 					
Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen					
<p>Nach diesem Modul kennen die Studierenden die wichtigsten Bereiche des Wirtschaftsprivatrechts und haben die Fähigkeit erlangt, einfach gelagerte Sachverhalte rechtlich zu beurteilen. Gleiches gilt ebenfalls für das Arbeitsrecht, die Studierenden können grundlegende Problemlagen des Wirtschaftsprivat- und Arbeitsrecht beurteilen.</p>					
Inhalte					
Teil I: Wirtschaftsrecht					
I. Abschluss von Verträgen					
II. Allgemeine Geschäftsbedingungen					
III. Wirtschaftlich relevante Vertragstypen					
IV. Haftung für Produkte					
V. Handelsrechtliche Vollmachten					
VI. Verträge mit selbständigen kaufmännischen Hilfspersonen					
VII. Handelskauf					
VIII. Finanzierungs- und Kreditgeschäfte/Sicherungsmittel					
IX. Urheberrecht und Wettbewerbsrecht					
Teil II: Arbeits- und Sozialrecht					
Unter dem Gesichtspunkt der Rechtsquellenlehre ausgewählte Fragen					
1. des Arbeitsvertrages					
A. Erscheinungsformen/ unbefristet/ befristet					
B. Lohn ohne Arbeit/ Entgeltfortzahlung/ Urlaub					
C. Innerbetriebliche Haftung					
D. Beendigung von Arbeitsverhältnissen					
E. Der Wechsel des Betriebsinhabers, § 613 a BGB					
2. des Tarifvertragsrechts					
3. des Betriebsverfassungs- und Mitbestimmungsrechts					
A. Der Betriebsrat					
B. Mitwirkungs-/ Mitbestimmungsrechte					
4. Arbeits- und Sozialgerichtsbarkeit					
Lehrformen					
Seminaristischer Unterricht (abhängig v. Teilnehmerzahl) mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen.					
<u>Lehrsprache:</u> Deutsch					
<u>Schlüsselkompetenzen:</u> Selbständige Erschließung von Fachinhalten durch die Anwendung von Methodenkompetenz, der Förderung des interdisziplinären Denkens und Handelns, Förderung der Kritikfähigkeit; Anwendung von Argumentationsmethoden					
<u>Wissensvermittlung via:</u> PowerPoint, Unternehmenssimulation in Gruppenarbeit, Potenzialanalyse, Tafel, Manuskript, Simulation von Bewerbungsgesprächen, Assessment-Center, Fallstudienbearbeitung, Literaturstudium					
Teilnahmevoraussetzungen					
Formal: Zulassung zum Master-Studiengang					
Inhaltlich: Bürgerl. Recht, Handels-/Gesellschaftsrecht, Arbeitsrecht					
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					
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende					
Modulverantwortliche/r:					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prof. Dr. Oliver Baedorf 					
Lehrende:					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prof. Dr. Oliver Baedorf 					

Sonstige Informationen

Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)

- Brox, H.: Arbeitsrecht.
- Führich, 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.
- Klunzinger, E.: Grundzüge des Gesellschaftsrechts.
- Klunzinger, E.: Grundzüge des Handelsrechts.

Wirtschaftsethik/ -philosophie					
Modulnr. Ethik	Workload 180 h	Credits 6	Studiensemester 1. 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Wintersemester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Vorlesung		Kontaktzeit 4 SWS / 64 h	Selbststudium 116 h	geplante Gruppengröße unbeschränkt	
Verwendung des Moduls					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Master-Studiengang "Business Management" und "HRM" (Wahlpflichtmodul) 					
Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen					
Nach diesem Modul verfügen die Studierenden über Kenntnisse bzgl. der Grundlagen der Wirtschaftsethik, sowie die Fähigkeit ethischer Urteilsfindung in diesem Feld, Fähigkeit der Anwendung der Instrumente der Wirtschaftsethik auf spezifische Herausforderungen und Fähigkeit zur Implementierung von Ethik im Unternehmen.					
Inhalte					
I. Metaethische und normativ-ethische Grundlagen der Wirtschafts-/Organisation- und Unternehmensethik II. Darstellung und kritische Prüfung verschiedener aktueller wirtschaftsethischer Konzepte und Theorien gerechter Gesellschafts- und Organisationsstrukturen III. Behandlung exemplarischer Anwendungsfelder IV. Erarbeiten von konkreten organisations- bzw. unternehmensethischen Orientierungen und Strategien					
Lehrformen					
Seminaristischer Unterricht am PC mit Vortrags-, Diskussions- und Übungselementen.					
<u>Lehrsprache:</u> Deutsch					
<u>Schlüsselkompetenzen:</u> Theoriekompetenz in wirtschaftsethischen Fragen, Anwendungskompetenz in konkreten Bereichen und Fällen dieses Gebiets, Organisationsethische Theorie- Anwendungskompetenz.					
<u>Wissensvermittlung via:</u> Inputs (Vortrag etc.), Selbststudium, Austausch					
Teilnahmevoraussetzungen					
Formal: Zulassung zum Master-Studiengang					
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					
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende					
Modulverantwortliche/r:					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prof. Dr. Martin Kaschny 					
Lehrende:					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ LB 					
Sonstige Informationen					
Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Brink, A./Eurich, J./Giersch, C. (Hg.): Anreiz versus Tugend. Merkmale moderner Unternehmensethik, Hamburg 2005. ▪ Korff, W. u.a.: Handbuch der Wirtschaftsethik, 4 Bände. ▪ Ulrich, P.: Sich im ethisch-politisch-ökonomischen Denken orientieren, in Mieth, D. u.a. (Hg.) 2004: Reflexionsfelder integrativer Wirtschaftsethik, S. 11-28. ▪ Schramm, M.: ökonomische Moralkulturen, Marburg 2008. 					
Weitere Literaturhinweise werden in den Materialien zur Lehrveranstaltung gegeben.					

Leistungsmanagement					
Modulnr. Leistung	Workload 180 h	Credits 6	Studiensemester 1. 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Wintersemester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Vorlesung		Kontaktzeit 4 SWS / 64 h	Selbststudium 116 h	geplante Gruppengröße unbeschränkt	
Verwendung des Moduls					
<ul style="list-style-type: none"> Master-Studiengang "Business Management" und "HRM" (Wahlpflichtmodul) 					
Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen					
<p>Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden ein fundiertes Verständnis für den Aufbau und Ablauf eines Performance Management Prozesses. Sie kennen die notwendigen Voraussetzungen für die erfolgreiche Implementierung solch eines Prozesses und sind in der Lage, den Prozess an die Rahmenbedingungen des Unternehmens anzupassen.</p> <p>Die Studierenden verstehen, welchen Einfluss Vergütungssysteme auf die erfolgreiche Gewinnung, Bindung und Motivation von Mitarbeitern haben. Sie sind in der Lage, das Design und den Prozess der Implementierung neuer Vergütungssysteme zu bewerten und verstehen den besonderen Stellenwert von Funktionsbewertung und Marktvergleichen bei der Entwicklung solcher Systeme. Zudem haben sie ein fundiertes Verständnis für das Zusammenspiel monetärer und nicht-monetärer Komponenten von Anreizsystemen entwickelt.</p> <p>Sie sind dazu in der Lage, selbstständig Praxiskonzepte zu entwickeln, nationale und internationale Studien fundiert auszuwerten und zu bewerten.</p>					
Inhalte					
<p>Performance Management</p> <ul style="list-style-type: none"> Konzept der Zielorientierung Zielorientierte Vergütung Zielvereinbarung mit Zielboni Gruppenziele & Einzelziele Implementierung von Zielvereinbarungssystemen <p>Compensation & Benefits</p> <ul style="list-style-type: none"> Komponenten der Vergütung - Grundvergütung, variable Vergütung und Zusatzleistungen Methoden der Funktionsbewertung - Grundlage für die Gestaltung von Vergütungssystemen Vergütungsstudien und Marktvergleiche Gestaltungsvarianten von Vergütungsstrukturen Zusammenspiel monetärer und nicht-monetärer Anreizsysteme Empirische Befunde – Einfluss der Vergütung auf Gewinnung, Bindung und Motivation von Mitarbeitern 					
Lehrformen					
<p>Seminaristischer Unterricht (abhängig v. Teilnehmerzahl) mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen, selbstgesteuertes Lernen, Fallstudienbearbeitung.</p> <p><u>Lehrsprache:</u> Deutsch</p> <p><u>Schlüsselkompetenzen:</u> Selbständige Erschließung von Fachinhalten durch die Anwendung von Methodenkompetenz; Laterales Denken durch selbständiges, teamorientiertes, konzeptionelles Arbeiten; Erfahrungslernen sowie Reflexion von Verhaltensmustern.</p> <p><u>Wissensvermittlung via:</u> PowerPoint-Vorträge, Lehrgespräche, Fallstudien, Konzeptentwicklungen, Exkursion, Praxisbeispiele und Gruppenübungen, Vorlesungsmanuskript, Internet- und Literaturstudium.</p>					
Teilnahmevoraussetzungen					
Formal: Zulassung zum Master-Studiengang					
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					
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende					
Modulverantwortliche/r:					
<ul style="list-style-type: none"> Prof. Dr. Christian Lebreuz 					
Lehrende:					
<ul style="list-style-type: none"> Prof. Dr. Christian Lebreuz, LB 					
Sonstige Informationen					
Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)					

- Eyer, E &, Haussmann, T.: Zielvereinbarung und variable Vergütung.
- Franke, D. & Boden, M. (Hrsg.): Personal Jahrbuch, Kapitel V: Entlohnung und Vergütung, Neuwied.
- Gaugler, E./ Oechsler, W./Weber, W.: Handwörterbuch des Personalwesens, Stuttgart.
- Scholz, C.: Personalmanagement, München.
- Weißenrieder, J.: Nachhaltiges Leistungs- und Vergütungsmanagement, Wiesbaden.
- Watzka, K.: Zielvereinbarungen im Unternehmen, Wiesbaden.
- Aktuelle Fallstudien.
- Aktuelle Studien.

Internationales Personalmanagement					
Modulnr.	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
HRM Int	180 h	6	1. 2.Semester	Sommersemester	1 Semester
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
Vorlesung		4 SWS / 64 h	116 h	unbeschränkt	
Verwendung des Moduls					
<ul style="list-style-type: none"> Master-Studiengang "Business Management" und "HRM" (Wahlpflichtmodul) 					
Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen					
<p>Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden ein fundiertes Verständnis für die besonderen Fragestellungen und Anforderungen eines international ausgerichteten Personalmanagements. Sie kennen die wichtigsten sozio-kulturellen und institutionellen Rahmenbedingungen, an die das Personalmanagement eines international agierenden Unternehmens angepasst werden müssen. Die Studierenden sind in der Lage, selbstständig Internationalisierungskonzepte für die spezifische Situation eines Unternehmens zu entwickeln. Darüber hinaus können die Studierenden nationale und internationale Studien fundiert auswerten und bewerten.</p>					
Inhalte					
<ul style="list-style-type: none"> Institutionelle und sozio-kulturelle Rahmenbedingungen Globalisierungs- und Internationalisierungstrends des Personalmanagements Globale Rekrutierung und Entwicklung von Mitarbeitern Entgeltfindung im globalen Spannungsfeld Entsendung von Mitarbeitern 					
Lehrformen					
<p>Seminaristischer Unterricht (abhängig v. Teilnehmerzahl) mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen, selbstgesteuertes Lernen, Fallstudienbearbeitung.</p> <p><u>Lehrsprache:</u> Deutsch</p> <p><u>Schlüsselkompetenzen:</u> Selbständige Erschließung von Fachinhalten durch die Anwendung von Methodenkompetenz; Laterales Denken durch selbständiges, teamorientiertes, konzeptionelles Arbeiten; Erfahrungslernen sowie Reflexion von Verhaltensmustern.</p> <p><u>Wissensvermittlung via:</u> PowerPoint-Vorträge, Lehrgespräche, Fallstudien, Konzeptentwicklungen, Exkursion, Praxisbeispiele und Gruppenübungen, Vorlesungsmanuskript, Internet- und Literaturstudium.</p>					
Teilnahmevoraussetzungen					
Formal: Zulassung zum Master-Studiengang					
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					
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende					
Modulverantwortliche/r:					
<ul style="list-style-type: none"> Prof. Dr. Christian Lebrecht 					
Lehrende:					
<ul style="list-style-type: none"> Prof. Dr. Christian Lebrecht 					
Sonstige Informationen					
Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)					
<ul style="list-style-type: none"> Briscoe, D. & Schuler, R.: International Human Resource Management: Policies and Practices for Multinational Enterprises Festing, M.; Dowling, P.; Weber, W. & Engle, A.: Internationales Personalmanagement Harzing, A. & Pinnington, 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 Aktuelle Fallstudien Aktuelle Studien 					

Wissenschaftliche Publikationen					
Modulnr. Publik	Workload 32 h	Credits 0	Studiensemester 3. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Vorlesung		Kontaktzeit 2 SWS / 32 h	Selbststudium 0 h	geplante Gruppengröße unbeschränkt	
Verwendung des Moduls <ul style="list-style-type: none"> Master-Studiengang "Business Management" und "HRM" (Propädeutikum) 					
Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen Die Studierenden sind in der Lage selbstständig wissenschaftliche Publikationen anzufertigen.					
Inhalte I. Das Anforderungsprofil eines wiss. Publikationsmediums (z. B. wiss. Fachzeitschrift) erkennen und erfüllen II. Publikationsstrategie und Manuskripterstellung III. Management des Begutachtungsprozesses IV. Verwertung von wiss. Publikationen					
Lehrformen Seminaristischer Unterricht (abhängig v. Teilnehmerzahl) mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen. <u>Lehrsprache:</u> Deutsch/Englisch <u>Schlüsselkompetenzen:</u> Analyse komplexer Sachverhalte und deren Darstellung, Umsetzung wissenschaftlicher Erkenntnisse in Publikationsform. <u>Wissensvermittlung via:</u> Vorlesung u. Materialien zur Vorlesung (Publikationsmanuskripte, Gutachten etc.)					
Teilnahmevoraussetzungen Formal: Zulassung zum Master-Studiengang Inhaltlich: Keine					
Prüfungsformen Keine					
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Entfällt					
Stellenwert der Note für die Endnote Keine					
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Modulverantwortliche/r: <ul style="list-style-type: none"> Prof. Dr. Andreas Mengen Lehrende: <ul style="list-style-type: none"> Prof. Dr. Andreas Mengen, Prof. Dr. Christoph Beck, Prof. Dr. Elmar Bräkling, Prof. Dr. Holger Philipps, Prof. Dr. Georg Schlichting 					
Sonstige Informationen Literaturhinweise: Aktuelle Publikationen des jeweils Lehrenden					