

Modulhandbuch

für die Prüfungsordnung
90|810|-|-|H|2023

Inhaltsverzeichnis

MBM 101 International Collaboration.....	3
International Collaboration.....	4
MBM 102 Sustainability Management.....	6
Sustainability Management.....	7
MBM 103 Digital Business.....	11
Digital Business.....	12
MBM 104 Empirische Methoden.....	15
Empirische Methoden.....	16
MBM 105 Economic Framework.....	18
Economic Framework.....	19
MBM 106 Strategisches Management und Entrepreneurship.....	23
Strategisches Management und Entrepreneurship.....	24
MBM 201 Change- und Projektmanagement.....	26
Change- und Projektmanagement.....	27
MBM 202 Social Credits.....	29
Social Credits.....	30
MBM 20301/30301 Strategisches Beschaffungsmanagement.....	31
Digitalisierung und Nachhaltigkeit in der Beschaffung.....	32
Einkaufsstrategie und Materialgruppenmanagement.....	35
International Procurement.....	37
Praxisprojekt der Beschaffung.....	39
MBM 20302/30302 Controlling.....	41
Business Intelligence und ESG-Reporting.....	42
Carbon Accounting and Investment Decisions.....	45
Reporting und Unternehmensanalyse.....	48
Unternehmensführung und M&A-Transaktionen.....	50
MBM 20303/30303 Human Resource Management.....	52
Nachhaltiges HRM.....	53
HR Administration und HR Analytics.....	55
Resilienz und Selbstmanagement im HRM.....	57
HR-Forschungsprojekt.....	59
MBM 20304/30304 Marketing.....	61
Datengetriebenes Marketing.....	62
Sustainability und Diversity Marketing.....	64
Markenmanagement.....	66
Marketing Consulting Projekt.....	68
MBM 301 Auslandsstudiensemester.....	70
Auslandsstudiensemester.....	71
MBM 301 Führungskompetenz.....	72
Führungskompetenz.....	73
MBM 302 Advanced Corporate Finance.....	75
Advanced Corporate Finance.....	76
MBM 401 Masterarbeit.....	78
MBM 401 Masterarbeit.....	79
MBM 402 402 Kolloquium.....	80
Kolloquium.....	81

Modulname	Modulcode
MBM 101 International Collaboration	MBM 101
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Marion Halfmann	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
Kreditpunktekonto 90 810 - - H 2023				
1. Semester		1	Pflicht	5.0

Empfohlene Voraussetzungen

/

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung

/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	International Collaboration		4.00	150 Stunden
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			4.00	

Verwendbarkeit der Veranstaltung

Master Internationales Marketing

Stellenwert der Modulnote in der Endnote

 $(5CP/90CP)*0,75$

Modulname		Modulcode	
MBM 101 International Collaboration		MBM 101	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscode	
International Collaboration		MBM 101	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
Marion Halfmann	Wirtschaftswissenschaften		

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
		in jedem Semester		40 Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
4.00	60 Stunden	Selbststudium (Vorbereitung): 30 Stunden, Nachbereitung und Prüfungsvorbereitung: 60 Stunden	150 Stunden

Lehrform
Problembasiertes Lernen in interkulturell gemischten Teams, in der Regel in Zusammenarbeit mit internationalen Partnerhochschulen als Blended Learning Modul. Alternativ können Studierende die Kompetenzen des Moduls auch durch einen Auslandsaufenthalt erwerben (bedarf der vorausgehenden Absprache mit der / dem Auslandsbeauftragten des Fachbereichs)
Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
Die Studierenden können wirtschaftswissenschaftliche Problemstellungen mit internationalem Bezug lösen, indem sie in einem interkulturell diversen Umfeld praxisorientierte Fallstudien bearbeiten und / oder relevante interkulturelle Kompetenzen erwerben, um später in kulturell diversen Teams arbeiten zu können.
Inhalte
<ul style="list-style-type: none"> • Kulturelle Diversität und ihr Einfluss auf betriebswirtschaftliches Handeln • Ökonomische Rahmenbedingungen im internationalen Kontext • Betriebswirtschaftliche Kernkompetenzen im globalen Umfeld • Zusammenarbeit in internationalen Teams • Internationales Projektmanagement
Studien-/Prüfungsleistung
Gruppenarbeit, individuelle Ausarbeitungen und mündliche Präsentation (30 Minuten)
Literatur

- M.-J. Browaey, R. Price: Understanding Cross-Cultural Management, Harlow (UK): Pearson Education
- D. K. Deardorff: The SAGE Handbook of Intercultural Competence. Thousand Oaks (CAL): Sage Publications.
- R. J. House, P. J. Hanges, M. Javidan, P. W. Dorfman, V. Gupta. Culture, Leadership, and Organizations:
- The GLOBE Study of 62 Societies, Thousand Oaks: SAGE Publications.
- R. J. House, P. W. Dorfman, M. Javidan, P. J. Hanges, P. J., M. F. Sully de Luque:
- Strategic Leadership Across Cultures: The GLOBE Study of CEO Leadership Behavior and Effectiveness in 24 Countries, Thousand Oaks (CA): Sage Publ.
- F. Luthans, J. P. Doh: International Management: Culture, Strategy and Behavior, New York: McGraw-Hill
- J. N. Martin, T. K. Nakayama: Intercultural Communication in Contexts, New York: McGraw-Hill.
- L. A. Samovar, E. E. Porter, E. R. McDaniel, C. S. Roy: Communication Between Cultures, Boston: Cengage Learning.

Modulname	Modulcode
MBM 102 Sustainability Management	MBM 102
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Martin Wenke	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
Kreditpunktekonto 90 810 - - H 2023				
1. Semester		1	Pflicht	2.5

Empfohlene Voraussetzungen

/

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung

/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	Sustainability Management		2.00	150 Stunden
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			2.00	

Verwendbarkeit der Veranstaltung

/

Stellenwert der Modulnote in der Endnote

 $(2,5CP/90CP)*0,75$

Modulname		Modulcode	
MBM 102 Sustainability Management		MBM 102	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscode	
Sustainability Management		MBM 102	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
Martin Wenke	Wirtschaftswissenschaften		

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
		in jedem Semester		40 Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
2.00	60 Stunden	Selbststudium (Vorbereitung): 30 Stunden, Nachbereitung und Prüfungsvorbereitung: 60 Stunden	150 Stunden

Lehrform
<p>Im ersten Teil des Moduls werden die relevanten Themen anhand von Fallbeispielen thematisiert und diskutiert. Dabei wird vom Lehrenden zunächst die Aufgabenstellung erläutert und der Kontext zu dem relevanten Themenfeld des Faches diskutiert. Die Studierenden haben dann die Aufgabe, in Gruppen eine Kurzrecherche zum Hintergrund der Themenstellung durchzuführen und über die Ergebnisse dieser in einem Pitch zu berichten. Anschließend werden die Pitches gegenseitig reflektiert und bewertet. In einer zweiten Runde werden Lösungs-/Strategievorschlage zur Aufgabenstellung erarbeitet und diese dann wiederum zur Diskussion gestellt. Die Gruppe insgesamt reflektiert und bewertet die einzelnen Lösungsvorschläge und entscheidet. Für einzelne Themenstellungen werden externe Referent*innen hinzugezogen.</p> <p>Der zweite Teil des Moduls beinhaltet ein übergeordnetes Thema, zu dem sich die Studierenden parallel in Arbeitsgruppen während des Semesters vorbereiten. Dabei werden sie durch Lehrenden-Coaching unterstützt und bereiten für das Ende des Semesters einen Beitrag zu einem Workshop vor, ähnlich wie das im wissenschaftlichen Betrieb üblich ist. Dies Studierenden sind aufgefordert, im Rahmen des Workshop-Beitrags auch andere und aktivierende als reine Vortragsformen auszuprobieren.</p>
Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
Die Studierenden können die Chancen und Risiken des dramatisch zunehmenden Veränderungsdrucks durch Politik, Kunden, anderen Anspruchsgruppen oder faktischen Bedrohungen klimatischer und anderer Umweltveränderungen auf Unternehmen einschätzen, indem sie die Konzepte ethisch-moralischer Urteilsfindungen sowie die hieraus abgeleiteten Strategien, Konzepte und Maßnahmen des Sustainability

Managements kennenlernen und beispielhaft anwenden, um später proaktive bzw. reaktive Maßnahmen zur Bewältigung entsprechender Herausforderungen in ihrem Aufgabenumfeld adäquat umsetzen zu können.

Im Einzelnen: Die Studierenden sind in der Lage, potenzielle ethisch-moralische Themenstellungen in Bezug auf ihr zukünftiges Aufgabengebiet zu identifizieren sowie die sich hieraus ergebenden Chancen und Risiken für die Institution (Unternehmen o.ä.) und für sich selbst zu bewerten. Sie können die existierenden Hilfestellungen/Werkzeuge (z.B. Handlungs-Leitfäden, Indikatoren-Systeme) auf ihr Unterstützungspotenzial hin bewerten und auch adäquat nutzen.

Die Studierenden wissen, dass die Nichtbeachtung physischer planetarer Grenzen für Unternehmen und die Gesellschaft schwerwiegende negative Folgen hat und sind in der Lage Lösungskonzepte zu entwickeln, diese Grenzen einzuhalten und gleichzeitig aber auch Innovationen und Prosperität für Wirtschaft und Gesellschaft in der Form konkreter Strategien voranzutreiben.

Schließlich können die Studierenden unterschiedliche Einschätzungen auch über die Grenzen der Fachdisziplinen hinweg aufnehmen und bei Ihrer Urteilsbildung berücksichtigen. Dabei werden die vielfältig vorliegenden Dilemma-Situationen erkannt und auch offen bei der finalen Beurteilung von Strategien thematisiert.

Inhalte

Teil I (Input Lehrende(r))

1. Wirtschafts- und Unternehmensethik

- 1.1. Moral/Ethos/Ethik und Verantwortung
- 1.2. Dilemmata und Ansätze ethischer Urteilsfindung
- 1.3. Orte der Moral
- 1.4. Unternehmerische Verantwortung: Shareholder- vs. Stakeholdervalue

2. Konzept der Nachhaltigkeit

- 2.1. Geschichtliche Hintergründe und Status der ökologischen, ökonomischen und sozialen Systeme
- 2.2. Grundlagen des Konzepts der Nachhaltigen Entwicklung (Sustainable Development SD) – Managementregeln – Strategien – Wirkungsebenen (17 SDGs)
- 2.3. Alternativkonzepte: Post-Growth-Debatte, planetare Grenzen und „gedeihliches Wachstum“
- 2.4. Nachhaltige Umweltpolitik als Rahmen unternehmerischen Handelns

3. Management unternehmerischer Verantwortung [Gäste]

- 3.1. CSR – Vision, Mission, Strategie und Management
- 3.2. CSR-Management - Struktur der ISO26000 und wesentliche Aspekte
- 3.3. Materialitätsanalyse und Stakeholder-Kommunikation – von der Risikovermeidung zur aktiven Nachhaltigkeitsstrategie
- 3.4. Governance und Compliance: Ansätze und praktische Beispiele [Gast]
- 3.5. CSR-Berichterstattung - GRI und andere Systeme [Gast]
- 3.6. Auditierung von Managementsystemen – Bürokratie ohne Wirkung? [Gäste]
- 3.7. Charakteristika „guter Nachhaltigkeitsberichte“ und die Sünden des Greenwashing

4. Semester-Fokus: [Beispiel] Gemeinwohlökonomie

- 4.1. Grundlagen der Gemeinwohlökonomie
- 4.2. Eckpunkte der GWÖEK
- 4.3. Regionale Fokussierung = nachhaltig? Regionalwirtschaftliche Aspekte der GWÖEK
- 4.4. Gemeinwohlbilanz als Messinstrument

Teil II (Input TeilnehmerInnen)

Gemeinwohl-Ökonomie und Gemeinwohl-Bilanzen

Da die Folgenabschätzung guter SD/CSR-Corporate-Citizenship-Praktiken äußerst kompliziert und herausfordernd ist und nicht selten daran scheitert, dass relevante Indikatoren nicht verfügbar sind oder die zugrunde liegenden Ursache-Wirkungs-Ketten irgendwo im Verborgenen liegen, kann neben der **SDG17-Indikatoren-Systematik der Gemeinwohl-Bilanz-Ansatz** angewendet werden. Dieser Ansatz versucht im Wesentlichen die Tendenzen der transformativen positiven Auswirkungen des unternehmerischen Handelns auf das gesellschaftliche und ökologische Umfeld aufzuzeigen/zu entdecken.

Die zugrundeliegende **Gemeinwohl-Ökonomie** ist ein Wirtschaftsmodell, das das Gemeinwohl, ein gutes Leben für alle auf einem gesunden Planeten, zu seinem primären Ziel und Zweck macht. Im Mittelpunkt dieses Konzepts steht der Gedanke, dass werteorientierte Unternehmen auf das Gemeinwohl bedacht sind und sich dafür einsetzen:

- Menschenwürde
- Solidarität und soziale Gerechtigkeit
- Ökologische Nachhaltigkeit
- Transparenz und Mitbestimmung

Solche Unternehmen können in einer solchen Ökonomie Wettbewerbsvorteile durch

- die Lieferung von langlebigen, nachhaltigen Produkten,
- das Ziel, dass mehr Wertschöpfung in der Region bleibt,
- die Schaffung von guten und sinnvollen Arbeitsplätzen ,
- die Etablierung von mehr menschlichen Geschäftsbeziehungen und
- die Nutzung einer sinnvolleren Umwelt- und Klimapolitik

erzielen.

Die Bewertung der Geschäftspraktiken erfolgt anhand der Gemeinwohl-Matrix. Nähere Informationen können hier <https://germany.ecogood.org/#> gefunden werden.

Aufgabe:

Beurteilung der Gemeinwohlorientierung städtischer Unternehmen und Institutionen in MG anhand öffentlich zugänglicher Informationen

Vorschläge:

Stadtsparkasse MG
NEW AG
Borussia Mönchengladbach

Studien-/Prüfungsleistung

Die Notenermittlung erfolgt auf der Grundlage

- der Diskussionsbeiträge während des Semesters (10% der Gesamtnote)
- der Projektpräsentationen, 20 - 30 Minuten Präsentationszeit je Teilnehmer/in je nach Gruppengröße (70%)

- der Reflexionspaper, 5 Seiten (20%)

Literatur

Gogoll, F., Wenke, M.; Unternehmensethik, Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility. Instrumente zur Einführung eines Verantwortungsmanagements in Unternehmen. Kohlhammer. Stuttgart 2017.

Aßländer, Michael S. (Hrsg.); Handbuch Wirtschaftsethik. Stuttgart 2011.

Dietzfelbinger, Daniel; Aller Anfang ist leicht. Unternehmens- und Wirtschaftsethik für die Praxis. München, neueste Aufl.

Dietzfelbinger, Daniel; Praxisleitfaden Unternehmensethik. Kennzahlen, Instrumente, Handlungsempfehlungen. Wiesbaden 2008.

Felber, Christian; Gemeinwohlökonomie. Taschenbuchausgabe 2018.

Gentile, M. C., Giving Voice to Values: How to Speak Your Mind When You Know What's Right (Yale University Press) 2010.

Noll, Bernd; Wirtschafts- und Unternehmensethik. Stuttgart u.a. 2002

Rogall, Holger; Ökonomie der Nachhaltigkeit – Handlungsfelder für Politik und Wirtschaft. Wiesbaden 2004

Schneider, Andreas, Schmidpeter, Rene (Hrsg.); Corporate Social Responsibility. Verantwortungsvolle Unternehmensführung in Theorie und Praxis. 2. Auflage, Berlin u.a. 2015.

Ulrich, Peter; Integrative Wirtschaftsethik – Grundlagen einer lebensdienlichen Ökonomie. 4. Aufl., Bern 2008

The University of Texas at Austin (ed.) Giving Voice To Values Introduction Teaching Notes; <http://ethicsunwrapped.utexas.edu/wp-content/uploads/2013/12/>

www.faz.net (Frankfurter Allgemeine Zeitung, u.a auch Link „Wirtschaftswissen“)

www.ft.com (Financial Times)

www.forum-wirtschaftsethik.de

www.dnwe.de (Deutsches Netzwerk Wirtschaftsethik)

<http://www.nachhaltigwirtschaften.net/>

<http://www.oekologisches-wirtschaften.de>

Modulname	Modulcode
MBM 103 Digital Business	MBM 103
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Jens Kaufmann	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
Kreditpunktekonto 90 810 - - H 2023				
1. Semester		1	Pflicht	5.0

Empfohlene Voraussetzungen

/

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung

/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	Digital Business	Wahlpflicht	4.00	150 Stunden
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			4.00	

Verwendbarkeit der Veranstaltung

Master Wirtschaftsinformatik

Stellenwert der Modulnote in der Endnote
--

(5CP/90CP)*0,75

Modulname		Modulcode	
MBM 103 Digital Business		MBM 103	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscode	
Digital Business		MBM 103, MWI 304	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
Jürgen Karla Jens Kaufmann	Wirtschaftswissenschaften		Wahlpflicht

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
2. Semester		in jedem Semester	deutsch	Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
4.00	60 Stunden Präsenzzeit	50 Stunden Vorbereitung / 40 Stunden Nachbereitung und Prüfungsvorbereitung	150 Stunden

Lehrform
Seminaristische Lehrveranstaltung
Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
<p>Studierende sollen die Anforderungen aus dem Kontext der Digitalisierung an Entscheider in Unternehmen kennen und das notwendige Handwerkszeug zur Entscheidungsfindung erlernen. Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • können gängige Methoden des Business Ecosystem Managements einordnen und diskutieren • können die Operationalisierung von Unternehmensstrategien und dessen Herausforderungen im Rahmen von Case Studies nachvollziehen und erläutern • können sich wissenschaftliche Erkenntnisse zum Business Ecosystem Management anhand hochwertiger Journal-Publikationen erarbeiten • können die strategischen, organisatorischen und operativen Auswirkungen der Digitalisierung auf Unternehmen und deren IT-Infrastrukturen erläutern und einordnen • kennen aktuelle Konzepte der IT-Infrastruktur für Unternehmen (Rechenzentren / Cloud-Angebote / ...) und können diese bewerten • können aktuelle Speichertechnologien und Servertechnologien beschreiben und vergleichen • kennen Elemente des Systemmanagements (z.B. in den Bereichen Performance, Sicherheit, Backup-Strategien) • verfügen über Kenntnisse zu Leistungsbeschreibungen für Rechendienstleitungen (z. B. erbracht durch Rechenzentren / Cloud-Dienstleister) und können ausgewählte Inhalte von Ausschreibungen erarbeiten

- können „make or buy“-Entscheidungen im Kontext von Infrastrukturen (z. B. Rechenzentren, Cloud-Dienstleistungsstrukturen) aufbereiten und begründen
- können Aspekte der Nachhaltigkeit im Einsatz von IT-Infrastrukturen bzw. Rechedienstleistungen einordnen und bewerten.

Inhalte

In der Veranstaltung werden Studierende mit dem facettenreichen Management der Digitalisierung von Unternehmen und Institutionen vertraut gemacht. Hierzu werden typische Ausgestaltungen von Geschäftsmodellen in plattformbasierten Business Ecosystems ebenso adressiert wie die Steuerung der IT-Infrastruktur in und für Unternehmen. Technologietrends werden unter dem Aspekt der Anwendung und Umsetzung in Unternehmen diskutiert. Dabei findet der Wandel im Bereich der Infrastruktur zur Datenhaltung und -Verarbeitung (Cloud-Strategien vs. Rechenzentren) besondere Berücksichtigung.

Teil A:

- Technologietrends
- Digitale Transformation
- Business Ecosystem Management
- Platform Competition
- Digital Platform Ecosystems
- Societal Challenges

Teil B:

- Moderne Infrastrukturen zur Datenhaltung und -verarbeitung, z. B.
 - Rechenzentren (Komponenten, Aufbau, Sicherheit)
 - Virtualisierung
 - Cloud-Lösungen (Liefermodelle, Service-Ebenen, Sicherheit)
- Übergreifende Themen des Infrastrukturmanagements, z. B.
 - Datenschutz
 - Datensicherheit
 - Nachhaltigkeit / Green IT
- Wirtschaftlichkeitsbetrachtung von (Plattform-)Geschäftsmodellen unter Berücksichtigung technologischer Gegebenheiten, z. B.
 - Aufbau
 - Betrieb
 - Sourcing
- Fallstudien-basierte Arbeit, z. B.
 - Vergleich von Infrastrukturmodellen
 - Vergleich von Anbietern

Studien-/Prüfungsleistung

Die Prüfungsleistung besteht aus einer einzelnen oder einer Kombination der folgenden Prüfungsformen:

- (A) Studien- oder Projektarbeit (Portfolioarbeit),
- (B) Schriftliche Klausurarbeit,
- (C) Mündliche Prüfung,
- (D) Prüfung im Antwort-Wahl-Verfahren.

Die endgültige Form der zu erbringenden Prüfungsleistung (A, B, C, D oder eine Kombination mit Gewichtung dieser Prüfungsformen) wird zu Beginn der ersten Lehrveranstaltung bekanntgegeben. In der Regel erfolgt die Prüfungsleistung der Form A.

Literatur

- Baumann, S. (Ed.): Handbook on Digital Business Ecosystems. Elgaronline, ISBN 978-1-839-10718-4
- Die je nach Themenschwerpunkt ergänzende, aktuelle Literatur aus wissenschaftlichen Journals wird in der Lehrveranstaltung bekanntgegeben, z.B.
- Hukal, P; Henfridsson, O; Shaikh, M; Parker, G. 2020. Platform signaling for generating platform content. *MIS Quarterly*, 44(3); 1177-1205
- Chen, JQ; Guo, ZL. 2022. New-Media Advertising and Retail Platform Openness. *MIS Quarterly*, 46(1); 431-456
- Li, H; Zhang, C; Kettinger, WJ. 2022. Digital Platform Ecosystem Dynamics: The Roles of Product Scope, Innovation, and Collaborative Network Centrality. *MIS Quarterly*, 46(2); 739-770.
- Reinheimer, S. (Hrsg.). (2018). *Cloud Computing - Die Infrastruktur der Digitalisierung*. Wiesbaden.
- Selzer, A. (2020): *Datenschutzrechtliche Zulässigkeit von Cloud-Computing-Services und deren teilautomatisierte Überprüfbarkeit: Eine Betrachtung unter Anwendung der Datenschutz-Grundverordnung*, Wiesbaden.
- Li, Z., Liang, H., Wang, N., Xue, Y., & Ge, S. (2021). Efficiency or Innovation?: The Long-Run Payoff of Cloud Computing. *Journal of Global Information Management (JGIM)*, 29(6), 1-23. <http://doi.org/10.4018/JGIM.287610>.
- Weitere, je nach Themenschwerpunkt ergänzende, aktuelle Literatur wird in der Lehrveranstaltung bekanntgegeben.

Modulname	Modulcode
MBM 104 Empirische Methoden	MBM 104
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Lena Evertz	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
Kreditpunktekonto 90 810 - - H 2023				
1. Semester		1	Pflicht	5.0

Empfohlene Voraussetzungen

/

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung

/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	Empirische Methoden	Wahlpflicht	4.00	150 Stunden
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			4.00	

Verwendbarkeit der Veranstaltung

Master Wirtschaftsinformatik, Master Internationales Marketing

Stellenwert der Modulnote in der Endnote

 $(5CP/90CP)*0,75$

Modulname		Modulcode	
MBM 104 Empirische Methoden		MBM 104	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscode	
Empirische Methoden		MBM 104, MWI 202	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
Lena Evertz Kathleen Diener	Wirtschaftswissenschaften		Wahlpflicht

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
1. Semester		in jedem Semester	deutsch	Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
4.00	60 Stunden Lehrveranstaltung	Selbststudium (Vorbereitung): 30 Stunden, Nachbereitung und Prüfungsvorbereitung: 60 Stunden	150 Stunden

Lehrform
- Gruppenarbeit - Peer-Feedback
Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden Grundlagen empirischer Forschungsmethoden anwenden, analysieren und kritisch reflektieren, indem sie eigenständig eine geeignete Fragestellung im Bereich Arbeit, Personal und Organisation aus quantitativer sowie qualitativer Perspektive bearbeiten. Diese Bearbeitung findet strukturiert statt in Form einer sorgfältigen Planung, einer effizienten Durchführung erforderlicher Arbeitsschritte mit anschließender zielorientierter Bewertung und Darstellung gezogener Erkenntnisse. Darüber hinaus können die Studierenden nach Abschluss des Moduls komplexe fachbezogene Inhalte klar und zielgruppengerecht präsentieren und argumentativ vertreten sowie das eigene Argumentationsverhalten in kritisch-reflexiver Weise erweitern, indem sie Zwischenstände ihrer empirischen Studien sowie ihre erarbeiteten Forschungsergebnisse im Plenum präsentieren. Dies befähigt die Studierenden im Rahmen ihrer Masterarbeit empirisch zu arbeiten und bietet aus berufspraktischer Sicht eine Vorbereitung auf Tätigkeiten im Berufsfeld Business Analytics.
Inhalte
Kurs 1: Qualitative Forschungsmethoden - Einführung in die qualitative Forschung - Qualitative Forschungsdesigns (u. a. Forschungsfragen formulieren) - Stichprobenziehung und Datenerhebung (u. a. Leitfadenerstellung)

- Qualitative Datenaufbereitung und -auswertung (u. a. Qualitative Inhaltsanalyse)
- Diskussion (u. a. Limitationen, Forschungsbedarf)

Kurs 2: Quantitative Forschungsmethoden

- Einführung in die quantitative Forschung
- Quantitative Forschungsdesigns (z. B. Hypothesenherleitung)
- Stichprobenziehung und Datenerhebung (u. a. Fragebogenerstellung)
- Quantitative Datenaufbereitung und -auswertung (u. a. Anwendung statistischer Analyseverfahren)
- Diskussion (u. a. Limitationen, Forschungsbedarf)

Studien-/Prüfungsleistung

mündliche Präsentation der empirischen Studien (ca. 30 Minuten Präsentation und ca. 15 Minuten Diskussion) und/oder Erstellung eines wissenschaftlichen Papers (ca. 15-20 Seiten) über die empirischen Studien

Literatur

Bortz, J.: Statistik – für Human- und Sozialwissenschaftler, 7. Aufl., 2010.
Kuckartz, U.: Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung, 4. Auflage 2018.
Kuhlenkasper, T., Handl, A.: Multivariate Analysemethoden – Theorie und Praxis mit R, 3. Auflage, 2017.
Kuhlenkasper, T., Handl, A.: Einführung in die statistische Auswertung von Experimenten – Theorie und Praxis mit R, 3. Auflage, 2019.
Mayring, P.: Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken, 12. Aufl., 2015.
Schira, J.: Statistische Methoden der VWL und BWL. Theorie und Praxis, 4. Aufl. 2012.

Weitere Literaturhinweise werden bei Bedarf in der Veranstaltung bekannt gegeben. Zudem werden aktuelle empirische Erkenntnisse aus relevanten wissenschaftlichen Fachzeitschriften verwendet, welche ebenfalls im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben werden.

Modulname	Modulcode
MBM 105 Economic Framework	MBM 105
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Harald Schoelen	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
Kreditpunktekonto 90 810 - - H 2023				
1. Semester		1	Pflicht	5.0

Empfohlene Voraussetzungen

/

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung

/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	Economic Framework		4.00	150 Stunden
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			4.00	

Verwendbarkeit der Veranstaltung

/

Stellenwert der Modulnote in der Endnote

(5CP/90CP)*0,75

Modulname		Modulcode	
MBM 105 Economic Framework		MBM 105	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscode	
Economic Framework		MBM 105	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
Harald Schoelen	Wirtschaftswissenschaften		

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
		in jedem Semester		40 Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
4.00	60 Stunden	Selbststudium (Vorbereitung): 30 Stunden, Nachbereitung und Prüfungsvorbereitung: 60 Stunden	150 Stunden

Lehrform
<p>Die Lehrmethoden werden nach o.g. Veranstaltungsteilen A und B differenziert. Teil B integriert eine abschließende Reflexionsphase. Die studierendenindividuelle Vorbereitungsphase wird unterstützt, ist aber nicht curricular verankert.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vorbereitungsphase: Volkswirtschaftstheoretische und -politische Grundlagenkenntnisse (deklaratives Wissen) voraussetzend wird mit Einschreibung zum Seminar ein digitaler Semesterapparat auf der Lehrplattform diese Kenntnisse fundierend bereitgestellt. • Seminarstart: Gruppenarbeit zu einem spieltheoretischen Diplomatie-Szenario. • A. Volkswirtschaftliche Grundlagen: Vier grundlegende Themenbereiche – einer je Seminartag – werden vertieft. <u>Methodenreihung:</u> Impulsreferat Lehrperson – 'PQ4R-Methode' und/oder aktives Strukturieren – 'Kugellager-Methode' • B. Volkswirtschaftliche Themencluster: Acht aktuelle Themenbereiche in zwei Clustern – einer je Seminartag – werden unter Einbindung der Studierenden als Referent:innen erschlossen. <u>Methodenreihung:</u> Themenerörterung durch Studierende anhand der Dreiecksmethode – auf Teil A hin reflektierende Diskussion, Leitung Lehrperson • Seminarende: gestützte Reflexion durch Target-Methode
Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
Die Studierenden können volkswirtschaftliche Rahmenbedingungen unternehmerischen Handels eigenständig bewerten, indem sie theoriegeleitet und empirisch gestützt zielgerichtete Analysemethoden auswählen, um später Managemententscheidungen anwendungsbezogen im abgesicherten relevanten ökonomischen Kontext zu treffen.

Inhalte

Die Inhalte des Seminars bestehen aus einem volkswirtschaftlichen Grundlagenteil (A) und einem den aktuellen ökonomischen Anforderungen entsprechenden Themenpart (B). Die Gewichtung A zu B entspricht in etwa 1/3 zu 2/3. Der Themenpart besteht aus zwei Themenclustern, die semesterweise zusammengestellt werden.

A Volkswirtschaftliche Grundlagen

A1 Wohlstandssicherung: Stabilisierungspolitische Aufgabe des Staats im Paradigmenstreit, volkswirtschaftliche Daten und Rechenwerke, Konjunktur und Wachstum

A2 Information, Marktversagen und Wirtschaftspolitik: Öffentliche Güter, Externalitäten, asymmetrische Informationen, wirtschaftspolitische Instrumente

A3 Marktstruktur und Wettbewerbsstrategie: Unvollkommener Wettbewerb und Regulierungsansätze, unternehmerische Investitionen und Kapitalmärkte

A4 Makroökonomik einer offenen Volkswirtschaft: Zahlungsbilanz, internationale Verbände der Nachfrage, des Preises und des Zinses, Kapitalströme und Wechselkurse, Wirkungen des Handelsprotektionismus

B Aktuelle volkswirtschaftliche Themencluster: 2 Cluster zu je vier Themen – nachstehend exemplarisch – aus B1-B7

B1 Der Staat in der Volkswirtschaft

- Bundeshaushalt und Schuldenbremse
- Regulierung von Wettbewerbsmärkten
- Inflation im Fokus nationaler Stabilisierungspolitik
- Armutsentwicklung in Deutschland
- Die Reformlast und -notwendigkeit der gesetzlichen Rentenversicherung
- Gesundheitssystem unter Volllast – Reformen und Handlungsansätze
- Reformbedarfe der Sozialen Marktwirtschaft
- Generationenbilanz – zur Nachhaltigkeit deutscher Fiskalpolitik

B2 Beschäftigung, Arbeitsmärkte und Arbeitslosigkeit:

- Die ökonomischen Aspekte der Diskriminierung
- Strukturelle Arbeitslosigkeit und segmentierte Arbeitsmärkte
- Insider-Outsider-Arbeitsmärkte aus volkswirtschaftlicher und unternehmerischer Sicht
- Effizienzlöhne – Marktlösung für das moralische Risiko auf dem Arbeitsmarkt
- Fachkräftemangel – staatliche und unternehmerische Handlungsansätze

B3 Geldsystem

- Finanzkrise 2.0 – zur Effektivität und Effizienz von Regulierung nach der Finanzkrise 2008
- Geldpolitik in einer divergierenden Währungsunion
- Europäische Geldpolitik und Inflationsbekämpfung
- Zinsniveau und Unternehmensstrategie
- Digitalisierung und die Zukunft der Geldpolitik

B4 Europäische Union und EWWU

- Zukunft der EU – Szenarien zwischen funktionaler Integration und Bundesstaat
- Europäische Union unter Druck – zum Comeback der geopolitischen Blockbildung und protektionistischer Wirtschaftspolitik
- Zuwanderung nach Europa im Zeichen humanitärer Krisen – finanzwissenschaftliche und arbeitsmarktpolitische Bewertungen

- Die Strukturförderprogramme der EU – effektiv, effizient?
 - Europäische Programme zur Bewältigung von Krisenfolgen
 - Die EU und Großbritannien nach dem Brexit
 - Effektivität und Effizienz der europäischen Entwicklungspolitik
- B5 Internationale Themenfelder**
- Globale Wertschöpfungsketten im Zeichen neuer und alter Blockbildungen
 - Die neue Seidenstraße
 - Schattenseiten der Globalisierung
 - Modelle und Ausprägungen des inter- und intrasektoralen Handels mit Schwellenländern
 - Grenzenlose Mobilität – Zum Stellenwert europäischer Verkehrsinfrastrukturnetzwerke
- B6 Nachhaltigkeit**
- Nachhaltigkeitsdiskussion im Zeichen des Klimawandels und der Energiekrise
 - Global Governance – Analyse internationaler Klimaschutzinitiativen
 - ‚Fit for 55‘ – umweltpolitische und industriepolitische Bewertungen des Legislativpaket zur Klimapolitik der Europäischen Union
 - Themencluster Nachhaltige Energiepolitik
 - Themencluster Nachhaltige Abfallwirtschaft
 - Themencluster Schutz vor gefährlichen Stoffen
- B7 Regionale Entwicklung**
- Determinanten der Entwicklung von (EU)Regionen
 - Themencluster Raumwirtschaftspolitik im globalen Maßstab
 - Standortwahlfaktoren aus unternehmerischer Sicht
 - Entwicklungspotenziale ausgewählter Regionen
 - Themencluster Regionale Wirtschaftspolitik und Strukturwandel

Studien-/Prüfungsleistung

- Die Modulabschlussnote setzt sich aus zwei Teilen zusammen. Lernziele, Lehre und Prüfung sind im Sinne des [Constructive Alignments](#) aufeinander abgestimmt:
1. Gewichtung mit 40%: Themenerörterung in Teil B. Je Studierende/n beinhaltet die Themenerörterung ein 20minütiges Fachreferat sowie eine anschließende 15minütige Diskussionsphase, die die/der Studierende durch die Vorbereitung von zwei erkenntnisleitenden Fragestellungen gestaltet. Die Bearbeitung eines Themas in einer Zweiergruppe ist möglich, wodurch sich für diese die zeitlichen Umfänge der vorgenannten Studierendenleistungen entsprechend verlängern und eine tiefere Durchdringung des jeweiligen Themas (u.a. auch durch eine höhere Anzahl vorzubereitender Fragen) erreicht werden kann. Die Gesamtdiskussionsleitung obliegt der Lehrperson.
 2. Gewichtung mit 60%: Klausur. Die Klausur ist auf 60 Minuten angelegt. Sie basiert auf den Lehrinhalten des Grundagentils A sowie des zweiteiligen, semesterbezogenen Themenclusters B.

Literatur

- Die nachstehende Literatur (jeweils in neuester Auflage) spiegelt exemplarisch wesentliche Grundlagen für den Teil A wider. Nach aktuellem Bezug und verwendeter Lehrmethodik werden weitere Quellen für die Teile A und besonders B herangezogen
- Acemoglu, D. et. al.: Volkswirtschaftslehre, München

- Baßeler, U./Heinrich, J./Utecht, B.: Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft, Stuttgart
- Blanchard, O./Illing, G.: Makroökonomie, München
- Bofinger, P.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, München
- Krugman, P./ Wells, R.: Volkswirtschaftslehre, Stuttgart
- Mankiw, N.G./Taylor, M.P.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Stuttgart
- Pindyck, R./Rubinfeld, D.L.: Mikroökonomie, München
- Vahlens Kompendium der Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik, Bände 1 und 2

Modulname	Modulcode
MBM 106 Strategisches Management und Entrepreneurship	MBM 106
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Alexander Koch	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
Kreditpunktekonto 90 810 - - H 2023				
3. Semester		1	Pflicht	5.0

Empfohlene Voraussetzungen

/

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung

/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	Strategisches Management und Entrepreneurship		4.00	150 Stunden
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			4.00	

Verwendbarkeit der Veranstaltung

Master Internationales Marketing

Stellenwert der Modulnote in der Endnote
--

(5CP/90CP)*0,75

Modulname		Modulcode	
MBM 106 Strategisches Management und Entrepreneurship		MBM 106	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscode	
Strategisches Management und Entrepreneurship		MBM 106	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
Alexander Koch	Wirtschaftswissenschaften		

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
		in jedem Semester		40 Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
4.00	60 Stunden	Selbststudium (Vorbereitung): 30 Stunden, Nachbereitung und Prüfungsvorbereitung: 60 Stunden	150 Stunden

Lehrform
Die Vermittlung des Wissens erfolgt durch eine Kombination aus Vorlesungen, Gruppendiskussionen, Fallstudien, praktischen Übungen und Gastvorträgen von erfahrenen Unternehmern und Führungskräften. Die Studierenden werden auch in Projektarbeiten eingebunden, um in Teams zu arbeiten und ihre Fähigkeiten in der Entwicklung von Geschäftskonzepten und der Erstellung von Business-Plänen zu verbessern. Dabei werden Methoden des Problem-Based Learning, kollaborativen Learning und selbstgesteuertes Lernen angewendet.
Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
Das Modul "Strategisches Management/Entrepreneurship" vermittelt den Studierenden das nötige Wissen und die Fähigkeiten, um in einem sich schnell verändernden Geschäftsumfeld erfolgreiche strategische Entscheidungen zu treffen und innovative unternehmerische Konzepte zu entwickeln. Die Studierenden sollen am Ende des Moduls in der Lage sein, folgende Kompetenzen zu demonstrieren und in der Praxis einsetzen können: <ul style="list-style-type: none"> • Strategische Planung und Implementierung • Analyse von Wettbewerb und Markt • Identifikation von Chancen und Risiken • Entwicklung und Umsetzung von Geschäftsmodellen • Erstellung von Business-Plänen • Effektive Kommunikation und Präsentation von Geschäftskonzepten
Inhalte

Die Studierenden erhalten spezifisches Verständnis zu folgenden Themen:

- Grundlagen des strategischen Managements
- Wettbewerbs- und Marktanalyse
- Geschäftsmodellentwicklung
- Unternehmensgründung und -führung
- Innovationsmanagement
- Risikomanagement
- Finanzierung von Startups
- Business-Plan-Erstellung
- Präsentationstechniken

Studien-/Prüfungsleistung

2-3 Gruppenarbeiten/ Präsentationen (Dauer jeweils 15 min) , 1 Gruppen-Hausarbeit (Länge der schriftlichen Ausarbeitung max 20 Seiten (+Anhang)) und eine Präsentation der Ergebnisse (Dauer 30min)

Literatur

- Vorlesungsmaterialien und Case Studies
- „Management: Grundlagen der Unternehmensführung“. Von Georg Schreyögg und Jochen Koch
- „Strategisches Management: Konzeptionen und Instrumente" von Klaus-Peter Wiedmann
- „Entrepreneurship: The Practice and Mindset" von Heidi M. Neck, Christopher P. Neck, and Emma L. Murray
- "The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses" von Eric Ries
- „Strategy: A History" von Lawrence Freedman
- "The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail" von Clayton M. Christensen
- „Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers" von Alexander Osterwalder and Yves Pigneur
- "Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant" von W. Chan Kim and Renée Mauborgne
- „The Art of Possibility: Transforming Professional and Personal Life" von Rosamund Stone Zander and Benjamin Zander

Modulname	Modulcode
MBM 201 Change- und Projektmanagement	MBM 201
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Regina Hahn	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
Kreditpunktekonto 90 810 - - H 2023				
2. Semester		1	Pflicht	5.0

Empfohlene Voraussetzungen

/

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung

/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	Change- und Projektmanagement		4.00	150 Stunden
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			4.00	

Stellenwert der Modulnote in der Endnote

(5CP/90CP)*0,75

Modulname		Modulcode	
MBM 201 Change- und Projektmanagement		MBM 201	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscode	
Change- und Projektmanagement		MBM 201	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
Regina Hahn	Wirtschaftswissenschaften		

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
		in jedem Semester		40 Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
4.00	60 Stunden	Selbststudium (Vorbereitung): 30 Stunden, Nachbereitung und Prüfungsvorbereitung: 60 Stunden	150 Stunden

Lehrform
Problem-Based Learning Case Study Teaching Praxisfallstudie (je nach Verfügbarkeit)
Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
Die Studierenden können Veränderungsprozesse in Organisationen analysieren und gestalten, indem sie Formen organisatorischer Veränderungen bestimmen, Instrumente des Change Management und des Projektmanagement anwenden und für neue Veränderungssituationen Lösungen entwickeln können, um später Veränderungsprojekte in Unternehmen initiieren, planen, umsetzen, steuern und überprüfen zu können.
Inhalte
<ul style="list-style-type: none"> - Veränderungsnotwendigkeiten erkennen - Formen organisatorischer Veränderungen unterscheiden - Konzepte organisatorischen Wandels erläutern - Ziele für Veränderungsprojekte formulieren - Veränderungsprozesse initiieren - Diagnosetools anwenden - Stakeholder managen - Interventionen planen - Widerstände überwinden - Projektmanagementmethoden anwenden

Studien-/Prüfungsleistung
35%: Individuelle Kurzpräsentationen und -ausarbeitungen (Länge ca. 5 Minuten, 2-3 Seiten) 65%: Gruppen-Projektarbeit und Präsentation (Länge ca. 25 Minuten) oder Klausur (Länge 60 Minuten) (abhängig von der jeweiligen Teilnehmendenzahl)
Literatur
Myers/Hulks/Wiggins: Organizational Change – Perspectives on Theory and Practice, Oxford, aktuellste Auflage Weitere Literaturhinweise werden bei Bedarf in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Modulname	Modulcode
MBM 202 Social Credits	MBM 202
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Regina Hahn	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
Kreditpunktekonto 90 810 - - H 2023				
2. Semester		1	Pflicht	5.0

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung

/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	Social Credits	Pflicht	4.00	150 Stunden
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			16.00	

Verwendbarkeit der Veranstaltung

/

Stellenwert der Modulnote in der Endnote

(5CP/90CP)*0,75

Modulname		Modulcode	
MBM 202 Social Credits		MBM 202	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscode	
Social Credits		MBM 202	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
Regina Hahn	Wirtschaftswissenschaften		Pflicht

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
		in jedem Semester		40 Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
4.00	150 Stunden	Selbststudium	150 Stunden

Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
Im Modul "Social Credits" engagieren sich Studierende zur Förderung des Gemeinwohls im öffentlichen Raum. Tätigkeiten sind z.B. die Mitarbeit in Hochschulgremien, die Beteiligung an Forschungsprojekten zu gesellschaftlicher Verantwortung oder ehrenamtliches Engagement, die Organisation und Durchführung von studentischen Veranstaltungen und Initiativen. Die Studierenden werden damit auf die gesellschaftlich verantwortungsvolle Übernahme von Aufgaben im Arbeitsleben vorbereitet.
Inhalte
Eine Liste möglicher Aktivitäten und Organisationen können bei der Studiengangkoordination angefragt werden.
Studien-/Prüfungsleistung
Selbstbericht (ca. 15-20 Seiten)

Modulname	Modulcode
MBM 20301/30301 Strategisches Beschaffungsmanagement	MBM 20301/30301
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
Schwerpunkt I				
2. Semester	3	1	Wahlpflicht	5.0

Empfohlene Voraussetzungen

/

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung

/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	Digitalisierung und Nachhaltigkeit in der Beschaffung	Wahlpflicht	4.00	150 Stunden
2.	Einkaufsstrategie und Materialgruppenmanagement	Wahlpflicht	4.00	150 Stunden
3.	International Procurement	Pflichtfach	4.00	150 Stunden
4.	Praxisprojekt der Beschaffung	Wahlpflicht	4.00	150 Stunden
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			16.00	

Verwendbarkeit der Veranstaltung

/

Stellenwert der Modulnote in der Endnote

$(20CP/90CP)*0,75$

Modulname		Modulcode	
MBM 20301/30301 Strategisches Beschaffungsmanagement		MBM 20301/30301	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscode	
Digitalisierung und Nachhaltigkeit in der Beschaffung		MBM 20301a/30301a	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
Stefan Zeisel Shiva Wickert	Wirtschaftswissenschaften		Wahlpflicht

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
2. Semester		in jedem Semester	deutsch	20 Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
4.00	60 Stunden	Selbststudium (Vorbereitung): 30 Stunden, Nachbereitung und Prüfungsvorbereitung: 60 Stunden	150 Stunden

Lehrform
Prinzipien der darbietenden und der aktivierenden Lehre wechseln sich ab: <ul style="list-style-type: none"> • Vorträge • Präsentationen • Kurz-Videos • Demos • Kleine und größere Gruppenarbeiten • Übungen
Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
<u>Teil A: Digitalisierung</u> Nach Abschluss des (Teil-)Kurses zur Beschaffungs-IT und Digitalisierung werden die Studierenden in der Lage sein: <ol style="list-style-type: none"> 1. die Ablauforganisation in der Beschaffung zu verstehen und die Rolle der Beschaffungs-IT für verschiedene Prozessschritte zu analysieren und zu bewerten. 2. zu erkennen, wie sich die Beschaffungsorganisation durch die Digitalisierung verändert und welche neuen Anforderungen an die Mitarbeiter dadurch entstehen. 3. eigenständige Digitalisierungsprojekte im Bereich der Beschaffung zu entwickeln und umzusetzen. 4. einfache Big Data und Data Science Tools für den Einkauf anzuwenden, wie z. B. Regressionsanalyse oder Klassifizierung. 5. die Vorteilhaftigkeit von einzelnen IT-Modulen in der Beschaffung eigenständig zu analysieren und zu bewerten.

Inhaltlich werden den Studierenden im Kurs die verschiedenen Möglichkeiten der Beschaffungs-IT vorgestellt und erklärt, welche Rolle diese in den verschiedenen Prozessschritten spielen. Dabei lernen sie auch, welche Anforderungen sich durch die Digitalisierung ergeben und wie diese in der Praxis umgesetzt werden können. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der Anwendung von Big Data und Data Science Tools im Einkauf. Die Studierenden werden dabei befähigt, eigenständige Digitalisierungsprojekte im Bereich der Beschaffung zu entwickeln und umzusetzen. Abschließend lernen sie, die Vorteilhaftigkeit einzelner IT-Module in der Beschaffung eigenständig zu analysieren und zu bewerten.

Teil B: Nachhaltigkeit

Nach Abschluss des (Teil-)Kurses zur Nachhaltigkeit in der Beschaffung werden die Studierenden in der Lage sein:

1. Ein Verständnis der Konzepte und Maßnahmen zur Integration von Nachhaltigkeit in der strategischen Beschaffung zu haben. Sowie sensibilisiert zu sein für die Bedeutung von Nachhaltigkeit in der Beschaffung und in der Geschäftswelt insgesamt.
2. Problemstellungen im nachhaltigen Beschaffungsmanagement zu erkennen.
3. Lösungsansätze für nachhaltige Beschaffungsprobleme zu entwickeln.
4. Die erlernten Konzepte und Maßnahmen auf konkrete Beschaffungs-Beispiele aus der Praxis anzuwenden.

Was? Womit? Wozu?

Die Hauptkompetenz in diesem Kurs ist die Fähigkeit, Digitalisierung und Nachhaltigkeitsaspekte in die Beschaffung zu integrieren und nachhaltige Beschaffungsprobleme zu erkennen und zu lösen. Dies wird durch das Anwenden von Fallstudien, Diskussionen und Gruppenarbeiten erreicht. Diese Kompetenz ist im späteren Berufsleben von großer Bedeutung, da digitale und nachhaltige Beschaffung ein wichtiger Bestandteil des modernen Beschaffungsmanagements ist.

Inhalte

Die Studierenden erhalten ein Gesamtverständnis über die Ablauforganisation im Einkauf und welche IT Systeme verschiedene Prozessschritte unterstützen können:

- Überblick Beschaffungsprozesse
- Procure-to-Pay Prozess
 - Katalogmanagement
 - Bestellmanagement
 - eInvoicing
- Source-to-Contract Prozess
 - eSourcing/eAuction
 - Vertragsdatenbank
 - Projektmanagement/Einsparmessung
- Digitalisierung der Beschaffung
- Big Data und Data Science im Einkauf

Nachhaltigkeit in der strategischen Beschaffung

- Bedeutung und Ziele
- Überblick Konzepte
- Herausforderungen
- Anwendungsbeispiele

• Lösungsansätze zur Implementierung von nachhaltigen Beschaffungsstrategien
Studien-/Prüfungsleistung
Gruppenarbeit und Präsentation (ca. 45 min.) der Ergebnisse
Literatur
Veranstaltungs-Skript, incl. Zusatzdateien
Nowosel, K.; et. (2015): Procurement`s next frontier, accenturestrategy
Berz, G. (2007): Spieltheoretische Verhandlungs- und Auktionsstrategien, Schäffer Poeschel Verlag, Stuttgart
Provost, F.; Fawcett, T. (2013): Data Science for Business, O`Reilly, Sebastopol
Schupp, F.; Wöhner, H. (2017): Digitalisierung im Einkauf, SpringerGabler
Wellbrock, W./ Ludin, D. (2019): Nachhaltiges Beschaffungsmanagement. Strategien - Praxisbeispiele - Digitalisierung, 2019
Zeisel, S. (2020): A Framework and Use Cases for Big Data in Procurement, International Journal of Procurement Management, DOI: 10.1504/IJPM.2020.10024950
Zeisel, S. (2020): Big Data und Data Science in der strategischen Beschaffung; Grundlagen – Voraussetzungen – Anwendungschancen, Springer Gabler

Modulname		Modulcode	
MBM 20301/30301 Strategisches Beschaffungsmanagement		MBM 20301/30301	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscode	
Einkaufsstrategie und Materialgruppenmanagement		MBM 20301b/30301b	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
Alexander Koch	Wirtschaftswissenschaften		Wahlpflicht

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
3. Semester		in jedem Semester	deutsch	20 Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
4.00	60 Stunden	Selbststudium (Vorbereitung): 30 Stunden, Nachbereitung und Prüfungsvorbereitung: 60 Stunden	150 Stunden

Lehrform
Prinzipien der darbietenden und der aktivierenden Lehre wechseln sich ab: <ul style="list-style-type: none"> • Vorträge • Präsentationen • Kurz-Videos • Demos • Kleine und größere Gruppenarbeiten • Übungen
Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
Die vermittelten Kenntnisse sollen die Studierenden dazu befähigen, komplexe beschaffungsrelevante Problemstellungen zu analysieren und zu bewerten, um später fundiert Entscheidungen mit strategischem Charakter strukturiert und entscheidungsorientiert vorbereiten zu können und diese in Verhandlungen eigenständig anwenden zu können.
Die Studierenden lernen in diesem Kurs fortgeschrittene Methoden und Techniken des modernen Beschaffungsmanagement kennen und können diese praktisch im Rahmen des Kurses anwenden/umsetzen. Sie werden eigenständig fortgeschrittene Instrumente des Kostenmanagements (Should-cost-Analysen, Linear Performance Pricing) anwenden bzw. diese gezielt einsetzen, damit sie diese später auch im Berufsleben einsetzen und faktenorientierte Entscheidungen treffen können.
Weiterhin erwerben die Studierenden die Kompetenzen, Zielvorgaben für Beschaffungsorganisationen zu entwickeln. Sie sind in der Lage aufgrund eigenständiger

Analysen Beschaffungsstrategien für Materialgruppen auszuarbeiten. Auf Basis des gewählten Materialgruppen-Strategieinsatzes werden die Studierenden ferner befähigt, eigenständig Lieferantenstrategien zu entwickeln und umzusetzen.
Die Studierenden wenden die Inhalte praxisorientiert in Gruppenarbeiten (jeweils 15min Präsentation) und einer abschließenden Hausarbeit mit Abschlusspräsentation (Dauer 30min) an.

Inhalte

Die Studierenden erhalten spezifisches Verständnis über relevante Bereiche des modernen Beschaffungsmanagements:

- Entwicklung und Anwendung von komplexen Kostenanalyse-Techniken
 - Should-Cost-Analysen (Eigenkalkulation)
 - LPP (Linear-Performance Pricing)
- Ableitung, Entwicklung und Anwendung von Materialgruppen-Strategien
 - Bildung von Materialgruppen
 - Entwicklung von Materialgruppenstrategien
 - Entwicklung von Lieferantenstrategien
- Anwendung der entwickelten Materialgruppen- und Lieferantenstrategien zur Entscheidungsvorbereitung im Unternehmen und zur Anwendung ggü. den Lieferanten, z.B. in Verhandlungen

Vertiefung eines aktuellen, spezifischen Themas des modernen Beschaffungsmanagements

Studien-/Prüfungsleistung

2-3 Gruppenarbeiten/ Präsentationen (Dauer jeweils 15 min) , 1 Gruppen-Hausarbeit (Länge der schriftlichen Ausarbeitung max 20 Seiten (+Anhang) und eine Präsentation der Ergebnisse (Dauer 30min)

Literatur

- Vorlesungsmaterialien und Case Studies
- Arnolds et al., Materialwirtschaft und Einkauf, Wiesbaden;
- Heß, Gerhard, Supply-Strategien in Einkauf und Beschaffung, Wiesbaden;
- Large, Rudolf: Strategisches Beschaffungsmanagement, Wiesbaden;
- Wildemann, Horst: Einkaufspotentialanalyse, München;
- Van Weele et al., Strategische Beschaffung, Wiesbaden;
- aktuelle Fachaufsätze

Modulname		Modulcode	
MBM 20301/30301 Strategisches Beschaffungsmanagement		MBM 20301/30301	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscode	
International Procurement		MBM 20301c/30301c	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
Stefan Zeisel	Wirtschaftswissenschaften		Pflichtfach

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
2. Semester		in jedem Semester	englisch	20 Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
4.00	60 Stunden	Selbststudium (Vorbereitung): 30 Stunden, Nachbereitung und Prüfungsvorbereitung: 60 Stunden	150 Stunden

Lehrform
Principles of classical and activating teaching alternate: - lectures - presentations - short videos - case studies - small group work - exercises
Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
Students will get a comprehensive overview over strategic procurement process in an international environment. Students will learn how companies use Global Sourcing to make use of international labor arbitrage and how the levers of offshoring and outsourcing can be applied. Practical negotiation skills will be honed by case studies. On top, different options on how to organize the procurement function in an international context will be discussed.
Inhalte
<ul style="list-style-type: none"> • Global Sourcing <ul style="list-style-type: none"> • The Strategic Sourcing Process • International Sourcing aspects • Outsourcing and Offshoring • Negotiations

<ul style="list-style-type: none">• Principles of Influence• Negotiation Practice and Theory• International Procurement Organizations<ul style="list-style-type: none">• Introduction to Organizations• Procurement Organizations
Studien-/Prüfungsleistung
Final (written) Exam (2h)
Literatur
Compulsory: <ul style="list-style-type: none">• Lecture notes Additional material/ Recommended reading: <ul style="list-style-type: none">• AberdeenGroup (2005): Low Cost Country Sourcing Success Strategies, June 2005• Hanfield, R./Monczka, R./Giunierpeo, L.; Patterson, J. (2011): Sourcing and Supply Chain Management, 5th edition, Cenage Learning• Schuh, C./Strohmer M./Easton, S./Scharlach, A./Schabert, P. (2012): The CPO – Transforming Procurement in the Real World, Apress• Bolman, L./Deal, T. (2013): Reframing Organizations, John Wiley & Sons• Cialdini, R. (2006): Influence – The Psychology of Persuasion, HarperBusiness• Gates, S. (2011): The negotiations book, Wiley

Modulname		Modulcode	
MBM 20301/30301 Strategisches Beschaffungsmanagement		MBM 20301/30301	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscode	
Praxisprojekt der Beschaffung		MBM 20301d/30301d	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
Stefan Zeisel Shiva Wickert	Wirtschaftswissenschaften		Wahlpflicht

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
3. Semester		in jedem Semester	deutsch	20 Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
4.00	60 Stunden	Selbststudium (Vorbereitung): 30 Stunden, Nachbereitung und Prüfungsvorbereitung: 60 Stunden	150 Stunden

Lehrform
Impulsvorträge Coaching Präsentationstraining Hoher Anteil an selbständiger Recherche Gruppenarbeit
Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
Nach Abschluss des Seminars zum strategischen Beschaffungsmanagement IV werden die Studierenden in der Lage sein: <ol style="list-style-type: none"> komplexe, interdisziplinäre Probleme im strategischen Beschaffungsmanagement eigenständig zu analysieren und zu bewerten. existierende wissenschaftlich-theoretische Ansätze des Fachgebietes kritisch zu hinterfragen und in Teilen weiterzuentwickeln. eigene prozessoptimierende Modelle zu entwickeln und zu implementieren. aktuelle Fragestellungen im Beschaffungsmanagement zu identifizieren, zu recherchieren und zu bewerten. sich auf wissenschaftliche Abschlussarbeiten und eine erfolgreiche Berufstätigkeit im Bereich des strategischen Beschaffungsmanagements vorzubereiten. <p>Inhaltlich werden die Studierenden im Seminar mit aktuellen Fragestellungen im strategischen Beschaffungsmanagement konfrontiert und lernen, diese eigenständig zu analysieren und Lösungen zu erarbeiten. Die Studierenden werden dabei in hohem Maße</p>

selbstständig arbeiten und durch eigenverantwortliche Recherche ihre Kompetenzen in der wissenschaftlichen Arbeit vertiefen.

Was? Womit? Wozu?

Die Hauptkompetenz, die in diesem Kurs vermittelt wird, ist die Fähigkeit, komplexe, interdisziplinäre Probleme im strategischen Beschaffungsmanagement eigenständig zu analysieren und zu bewerten. Diese Kompetenz wird durch eigenständige Recherche und Arbeit an aktuellen Fragestellungen vermittelt. Im späteren Berufsleben kann diese Fähigkeit dazu beitragen, dass Absolventen in der Lage sind, die Beschaffungsprozesse ihres Unternehmens zu optimieren und auf Veränderungen in der globalen Wirtschaft zu reagieren.

Inhalte

Wechselnde aktuelle Fragestellungen, beispielhafte Themen waren in der Vergangenheit z. B.:

- Metastudie zu den Konsequenzen der Corona-Epidemie auf die Beschaffung
- Lieferkettengesetz – was jetzt zu tun ist!
- Wertbeitrag der Beschaffung in disruptiven Zeiten, inkl. Befragung
- Zeitenwende auch im Einkauf – Quo Vadis Global Sourcing
- Nachhaltigkeitsstrategien für spezifische Warengruppen (Unternehmenskooperation)

Studien-/Prüfungsleistung

Präsentation (ca. 1h) der Ergebnisse, ggf. vor Unternehmensvertretern

Literatur

Wechselnde Literatur – je nach Thema, z. B. Zeitschriftenbeiträge (Journal of Purchasing and Supply Management, International Journal of Procurement Management, Beschaffung aktuell, BIP, etc.)

Modulname	Modulcode
MBM 20302/30302 Controlling	MBM 20302/30302
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
Schwerpunkt I				
2. Semester		1	Wahlpflicht	20.0

Empfohlene Voraussetzungen

/

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung

/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	Business Intelligence und ESG-Reporting	Wahlpflicht	2.00	75 Stunden
2.	Carbon Accounting and Investment Decisions	Wahlpflicht	4.00	150 Stunden
3.	Reporting und Unternehmensanalyse	Wahlpflicht	4.00	150 Stunden
4.	Unternehmensführung und M&A-Transaktionen	Wahlpflicht	4.00	150 Stunden
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			16.00	

Verwendbarkeit der Veranstaltung

/

Stellenwert der Modulnote in der Endnote

(20CP/90CP)*0,75

Modulname		Modulcode	
MBM 20302/30302 Controlling		MBM 20302/30302	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscode	
Business Intelligence und ESG-Reporting		MBM 20302a/30302a	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
Georg Oecking	Wirtschaftswissenschaften		Wahlpflicht

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
2. Semester		in jedem Semester		20 Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
2.00	60 Stunden	Selbststudium (Vorbereitung): 30 Stunden, Nachbereitung und Prüfungsvorbereitung: 60 Stunden	75 Stunden

Lehrform
Vortrag Fallstudien selbstständige Analysen an Musterdatensätzen Researches Fachinterviews mit Praktikern insbes. aus der Energiewirtschaft Workshops Präsentationen der Studierenden zu abgegrenzten Themen Vorlesungen
Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
Die Studierenden erlernen die Fähigkeit, Datenanalysen mit modernen Tools zu erstellen, um im Unternehmen hochwertige Auswertungen durchzuführen. Die Studierenden können Reportings erstellen und analysieren, um im Unternehmen zum Beispiel ein ECG-Reporting auf gesicherter Datenbasis erstellen zu können.
Weitere Lernziele: 1. Kenntnisse über die grundlegenden Konzepte und Technologien von Business Intelligence erwerben, die im Controlling eingesetzt werden können. 2. Fähigkeiten zur Analyse von Daten im Controlling erlangen. 3. Predictive Analytics kennen und anwenden um Simulationen für die Zukunft zu ermöglichen

Die Studierenden kennen die Europa-weit geltenden regulatorischen Vorgaben des ESG (environment, social, governance), der EU Taxonomie und weiterer Initiativen (w.z.B. das CSRD, GSG) - sowohl verpflichtende wie auch freiwillige. Die Studierenden können auf Basis der regulatorischen Vorgaben das Controlling eines Unternehmens an diesen Standards ausrichten, indem sie in das Controlling Konzept eines Unternehmens die richtigen Kennzahlen der genannten Initiativen in angemessener Sequenz in den Planungs- und Reporting Zyklus integrieren, um später das Unternehmen zu befähigen, nicht nur nach Finanzkennzahlen zu steuern, sondern auch nach Umwelt-, Sozialen- und Governance-Gesichtspunkten. Ferner erlangen die Studierenden das Wissen darüber, in welcher Art und Weise Finanzkennzahlen einerseits und ESG-Kennzahlen andererseits in einem Wirkungsverhältnis zueinander stehen, um später diese Balance in Kennzahlensystemen immer auch sicherzustellen.

Inhalte

1. Einführung: Business Intelligence im Controlling
 - Aufgaben, Ziele und Instrumente des Controlling
 - Einführung in Business Intelligence (BI)
 - Definition und Bedeutung von BI
 - Anwendungsbereiche und Nutzen von BI
2. Datenanalyse im Controlling
 - Datenquellen und -strukturen im Controlling
 - Datenanalyse-Tools und -Techniken
 - Visualisierung von Daten im Controlling
3. Controlling mit Business Intelligence
 1. Einsatz von BI im Controlling, Datenintegration und -verarbeitung im Controlling
 2. Datenanalyse und -visualisierung im Controlling
 3. Analyse von Abweichungen zwischen Budget und tatsächlichem Ergebnis
4. Predictive Analytics, Reporting und Dashboards
 1. Predictive Analytics
 2. Reporting-Methoden und -Techniken im Controlling
 3. Aufbau von Dashboards im Controlling
 4. Automatisierung von Reporting-Prozessen

ESG Standard und Initiativen

GSG (Green-House Gas Protocol)

EU Taxonomie Verordnung 2020/852

CSRD Anforderungen

Integration in ein bestehendes Kennzahlensystem

Integration in einen Planungs- und Reporting Prozess

Erstellen eines integrierten Kennzahlensystems mit Finanz- und ESG-Kennzahlen

Ausarbeiten von essentiellen Bestandteilen eines Kennzahlensystems: Pyramidialer Aufbau, Berichtseinheiten, Planungs- und Berichtszyklen

Studien-/Prüfungsleistung

Die Prüfungsleistung ist zweigeteilt.

1. Erstellung eines ECG-Reportings für ein Musterunternehmen auf Basis von Business Intelligence unter Zuhilfenahme von Predictive Analytics.

2. Erstellung einer wissenschaftlichen Hausarbeit zu einem Thema im Kontext des ESG-Reportings (alleine oder in der Gruppe).

Das Thema suchen Studierende und Dozent gemeinsam aus. Das Thema wird zu Beginn des Semesters festgelegt, so dass der Dozent während des Semesters Hilfestellung

leisten kann und der Studierende genügend Bearbeitungszeit hat. Die Hausarbeit sollte eine Seitenzahl von mindestens 15 aufweisen, maximal sind bis zu 30 Seiten möglich.

Modulname		Modulcode	
MBM 20302/30302 Controlling		MBM 20302/30302	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscode	
Carbon Accounting and Investment Decisions		MBM 20302b/30302b	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
Ulrich Nissen	Wirtschaftswissenschaften		Wahlpflicht

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
2. Semester		in jedem Semester	englisch	20 Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
4.00	60 Stunden	Selbststudium (Vorbereitung): 30 Stunden, Nachbereitung und Prüfungsvorbereitung: 60 Stunden	150 Stunden

Lehrform
Seminar; partially problem based learning oriented; several exercises
Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
<p>On completion of this course students will:</p> <ul style="list-style-type: none"> • have a broad understanding of what carbon accounting is and how investment decisions are prepared appropriately, • have refreshed their knowledge on investment appraisal methods, • be trained to set up investment appraisal models, • be able to calculate investment decision indicators and interpret them, • have a broad overview and understanding of carbon management within an enterprise, • have an overview of relevant legal regulations and standards with regard to carbon management, <p>by following the lectures, conducting exercises and work on case studies in order to</p> <ul style="list-style-type: none"> • be able to set up a GHG inventory, • be able to implement an energy management system and to develop an energy performance indicator system, • be able to develop ideas on how to reduce GHG emissions, • and be able to communicate effectively with engineering colleagues on carbon management related issues.
Inhalte

A Investment Decisions

1. Introduction, purpose of investment appraisals
2. Modern investment appraisal methods and applications
 - Methods
 - Terminal Value, End Value, Final Value Method
 - Net Present Value Method
 - Discounted Pay-off Period method
 - Internal Rate of Return
 - Annuity Method
 - Comparison of methods
 - Methodological shortcomings
 - Interpretation of calculation results
 - Practical applications/case-studies
3. Shortcomings of non-discounting methods
4. Design of investment appraisal models
 - Extraction of relevant case data
 - Determination of relevant adjustment parameters
 - Variation of parameter values
 - Currency devaluation, price rise rates
 - Relevance of different initial payments and planning horizons
 - Determination of discount rates and consideration of taxes
 - Practical applications/case-studies
5. Case analysis'
6. Sensitivity analysis'
7. Investment decision reporting
8. Preparation of decisions
9. Practical applications/case-studies
10. Decisions on strategic Investments

B Carbon Accounting

1. Climate change and the greenhouse effect (trends, predictions and impact)
2. Benefits of greenhouse gas minimisation and energy reduction
3. Carbon management as integral part of sustainability management
4. Politics and regulations
 - National and international climate legislation and policies
 - Standards for carbon management, certification and accreditation schemes
 - Understanding carbon pricing
 - Development of Marginal Abatement Cost Curves (MACC) for political decision making
5. Context and drivers for Carbon Management Strategic themes
6. Development of an GHG inventory, carbon accounting, carbon footprint and reporting
7. Methods for reducing greenhouse gas emissions
8. Reducing energy consumption; increasing energy efficiency
9. Energy Management and Energy performance indicator systems
10. Statistical Energy Data Analysis
11. Introducing renewable energy technologies
12. Application of green energy
13. Methodologies for carbon offsets

14Case studies 15Zero carbon strategy 16Practical examples
Studien-/Prüfungsleistung
Written 90 min
Literatur
Nissen, U. (2014): Energiekostenmanagement Nissen, U., Harfst, N, Girbig, P. (2019): Energiekennzahlen auf den Unternehmenserfolg ausrichten Zhou, S. W. W. (2020): Carbon Management for a Sustainable Environment

Modulname		Modulcode	
MBM 20302/30302 Controlling		MBM 20302/30302	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscode	
Reporting und Unternehmensanalyse		MBM 20302c/30302c	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
Georg Oecking	Wirtschaftswissenschaften		Wahlpflicht

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
3. Semester		in jedem Semester	deutsch	20 Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
4.00	60 Stunden	Selbststudium (Vorbereitung): 30 Stunden, Nachbereitung und Prüfungsvorbereitung: 60 Stunden	150 Stunden

Lehrform
Problem-Based Learning und Lernen durch Lehren
Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
Nach Abschluss der Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage, Geschäftsberichte zu analysieren, Reporting-Strukturen aufzubauen und Controlling-Systeme zu beurteilen. Darüber hinaus wird die Fähigkeit erworben, von den Top-KPI's des Unternehmen auf Bereichsziele abzuleiten, in dem ausgewählte Geschäftsberichte nationaler und internationaler Unternehmen und ausgewählte Kennzahlensysteme zur Unternehmensanalyse herangezogen werden, um Kennzahlensysteme im Controlling sicher anwenden zu können und kritisch zu hinterfragen.
Inhalte
<ol style="list-style-type: none"> 1. Reporting und Key Performance Indikatoren <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Kennzahlen zur Unternehmenssteuerung 1.2 Reporting/Management Informationssysteme 2. Controlling und Unternehmensziele <ol style="list-style-type: none"> 2.1 Überblick, Unterstützungsfunktion des Controllings 2.2 Ergebnissteuerung 2.3 Cash-Flow-Steuerung 2.4 Rendite-Steuerung 2.5 Shareholder-Value 2.6 Wertmanagement (EVA, ROCE...) 2.7. OKR

3. Geschäftsberichte und Managementinformationssysteme 3.1 Strukturen und Gütekriterien 3.2 Inhalte 3.3 Analyse
Studien-/Prüfungsleistung
Hausarbeit, 15-30 Seiten und Präsentation, 30 Minuten
Literatur
Wertorientierte Unternehmenssteuerung: Konzepte – Implementierung – Praxis-Statement Gebundene Ausgabe – 2. Mai 2017 von Jürgen Weber (Autor), Urs Bramsemann (Autor), Carsten Heineke (Autor) Controlling – 31. Juli 2023 von Péter Horváth (Autor), Ronald Gleich (Autor), Mischa Seiter (Autor)

Modulname		Modulcode	
MBM 20302/30302 Controlling		MBM 20302/30302	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscode	
Unternehmensführung und M&A-Transaktionen		MBM 20302d/30302d	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
Jörg Effmann	Wirtschaftswissenschaften		Wahlpflicht

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
3. Semester		in jedem Semester	deutsch	20 Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
4.00	60 Stunden	Selbststudium (Vorbereitung): 30 Stunden, Nachbereitung und Prüfungsvorbereitung: 60 Stunden	150 Stunden

Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
<p>Die Studierenden können die eher qualitativen Ansätze zur Strategieformulierung mit den quantitativen Ansätzen zur Bewertung von Unternehmen und zur Steuerung über wertorientierte Kennzahlen verbinden, indem sie die Methoden zur Unternehmensführung und Unternehmensbewertung kennen, um später ein Unternehmenswert-orientiertes Controlling in Unternehmen aufzubauen. Die Studierenden sind nach erfolgreicher Teilnahme in der Lage, einerseits Unternehmensbewertungen zu verstehen und selbst durchzuführen und andererseits ein wertorientiertes Kennzahlensystem eingebettet in eine Governance zu erstellen und umzusetzen. Die Studierenden können später Kennzahlensysteme dahingehend beurteilen, ob dem Messfeld "Wertorientierung" genügend Rechnung getragen wird.</p> <p>Die Studierenden können das erworbene Wissen genauso im Controlling und im M&A mittelständischer und Groß-Unternehmen anwenden - insbes. wenn Konzernverbünde mit mehreren Tochtergesellschaften vorliegen - wie auch bei M&A Unternehmen, Investment Banken oder derart fokussierten Steuerberatungsgesellschaften und Rechtsberatungen. Die Studierenden kennen den Prozess einer Unternehmensbewertung von der Due Dilligence bis zur Wertfindung und Post Merger Integration. Sie sind in der Lage in einem Kauf/Verkaufprozess die verschiedenen Disziplinen (Rechtsberatung, Steuerberatung, Technische- und Umwelt-Beratung) inhaltlich zu moderieren und zu führen.</p>
Inhalte
<p>Kennzahlensysteme Wertorientierte Kennzahlen w.z.B. ROCE, CFROI, EVA</p>

Messfelder in Kennzahlensystemen/Balanced Scorecard Abhängigkeiten zwischen KPIs Planungs- und Reportingprozesse Methoden der Unternehmensbewertung - Liquidationsverfahren Substanzwertverfahren, Ertragswertverfahren, DCF Verfahren - als Entity und Equity Verfahren Herangehensweise an eine Unternehmensbewertung - von der Due Dilligence bis zur Wertfindung und der Post Merger Integration
Studien-/Prüfungsleistung
Die Studierenden erstellen eine wissenschaftliche Hausarbeit einzeln oder in Gruppen. Das Thema wird aus dem hier beschriebenen Kontext gemeinsam zwischen Studierenden und Dozenten vereinbart. Das Thema wird zu Beginn des Semesters festgelegt, so dass der Dozent während des Semesters Hilfestellung leisten kann und der Studierende genügend Bearbeitungszeit hat. Die Hausarbeit sollte ca. 20 bis 35 Seiten umfassen.
Literatur
Loderer, Pichler, Zgraggen: Handbuch der Bewertung, neueste Auflage Rappaport: Creating Shareholder Value, neueste Auflage Nagl, A.: Der Business Plan, Wiesbaden neueste Auflage Taschner, A.: Business Case, Wiesbaden, neueste Auflage

Modulname	Modulcode
MBM 20303/30303 Human Resource Management	MBM 20303/30303
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
Schwerpunkt I				
2. Semester		1	Wahlpflicht	20.0

Empfohlene Voraussetzungen

/

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung

/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	Nachhaltiges HRM	Wahlpflicht	4.00	150 Stunden
2.	HR Administration und HR Analytics	Wahlpflicht	4.00	150 Stunden
3.	Resilienz und Selbstmanagement im HRM	Wahlpflicht	4.00	150 Stunden
4.	HR-Forschungsprojekt	Wahlpflicht	4.00	150 Stunden
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			16.00	

Verwendbarkeit der Veranstaltung

/

Stellenwert der Modulnote in der Endnote

$(20CP/90CP) \cdot 0,75$

Modulname		Modulcode	
MBM 20303/30303 Human Resource Management		MBM 20303/30303	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscode	
Nachhaltiges HRM		MBM 20303a/30303a	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
Lena Evertz	Wirtschaftswissenschaften		Wahlpflicht

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
2. Semester		in jedem Semester	deutsch	20 Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
4.00	60 Stunden	Selbststudium (Vorbereitung): 30 Stunden, Nachbereitung und Prüfungsvorbereitung: 60 Stunden	150 Stunden

Lehrform
- Praxis-Fallbeispiele - Projektarbeit und Präsentationen in Kleingruppen ggf. mit schriftlicher Ausarbeitung - Peer Feedback
Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage die Bedeutung des Personalmanagements in Bezug auf Nachhaltigkeit zu verstehen, die Zusammenhänge zu analysieren und an konkreten Fallbeispielen (ggf. mit Praxispartner/innen) klare Handlungsoptionen aufzuzeigen, zu bewerten, und zu empfehlen, um aus der Personalmanager/innen-Rolle heraus Umweltbelastungen zu reduzieren, sozial ausgewogen zu agieren und langfristige Profitabilität sicherzustellen. Dies befähigt die Studierenden im betrieblichen Kontext personalwirtschaftliche Entscheidungen so vorzubereiten und zu treffen, dass sie die verschiedenen Arten von Nachhaltigkeitszielen ausbalancieren und miteinander in Einklang bringen können.
Inhalte
<ul style="list-style-type: none"> • Das Konzept Nachhaltigkeit • Green HRM – Social HRM – Strategic HRM • Nachhaltigkeit entlang der Employee Experience, von Personalplanung bis Austritt bzw. Wieder-Eintritt • Fokus (nachhaltige) Unternehmenskultur • Fallbeispiele, ggf. mit Praxis-Partner/innen

Studien-/Prüfungsleistung
Praxisprojekt mit mündlicher Gruppenpräsentation (ca. 30 Min.) und/oder schriftliche Ausarbeitung in Form eines wissenschaftlichen Aufsatzes (Paper/Essay, ca. 15 Seiten)
Literatur
Meißner, U.M.: Nachhaltiges Human Resources Management: Personalprozesse ökonomisch, sozial und ökologisch gestalten. 1. Aufl. 2021.
Paillé, P. (Ed.): Green Human Resource Management Research, 1. Aufl. 2022.
Weitere Literaturhinweise werden in der Veranstaltung bekannt gegeben. Zudem werden aktuelle empirische Erkenntnisse aus relevanten wissenschaftlichen Fachzeitschriften sowie weiteren Medien (z.B. Fach-Podcasts) verwendet, welche ebenfalls im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben werden.

Modulname		Modulcode	
MBM 20303/30303 Human Resource Management		MBM 20303/30303	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscode	
HR Administration und HR Analytics		MBM 20303b/30303b	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
Lena Evertz	Wirtschaftswissenschaften		Wahlpflicht

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
2. Semester		in jedem Semester	deutsch	20 Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
4.00	60 Stunden	Selbststudium (Vorbereitung): 30 Stunden, Nachbereitung und Prüfungsvorbereitung: 60 Stunden	150 Stunden

Lehrform
- Praxis-Fallbeispiele, z.B. „Einführung eines neuen HR Information System (HRIS) in einem Unternehmen“ oder „HR Predictive Analytics: Fluktuation vorhersagen und verhindern“ (Bsp.; genaue Themen tbd) - Projektarbeit und Präsentationen in Kleingruppen
Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden konkrete personalwirtschaftliche Fragestellungen aus den Bereichen HR Administration und HR Analytics beantworten, indem sie Fallbeispiele, ggf. mit Praxispartner/innen, analysieren, synthetisieren, bewerten und präsentieren. Dies befähigt die Studierenden später im betrieblichen Kontext sinnvolle personaladministrative Entscheidungen zu treffen (Strang HR Administration, z.B. wie digitalisiert man sinnvoll HR Admin Prozesse? Wie baut man die HR Admin Organisation so auf, dass HR strategischer Business Partner sein kann?) sowie allgemeine personalwirtschaftliche Entscheidungen datenbasiert vorzubereiten und zu treffen (Strang HR Analytics, z.B. welche konkreten Hebel gibt es, um Personal-Fluktuation zu reduzieren).
Inhalte
<ul style="list-style-type: none"> • Digitalisierung, Automatisierung und Veränderung von Arbeit und der HR Funktion • Bedeutung von Daten, Analytics und Insights für die strategische Business Partner Rolle • Entwicklung von HR Reporting und Controlling zu Analytics • Fallbeispiele von Analytics Fragestellungen

Studien-/Prüfungsleistung
Praxisprojekt mit mündlicher Gruppenpräsentation (ca. 30 Minuten)
Literatur
Guenole, N., Ferrar, J. & Feinzig, S.: The Power of People, 1. Aufl. 2017. Bartscher, T.; Nissen, R.: Personalmanagement. 2. Aufl. 2017 (relevante Kapitel) Weitere Literaturhinweise werden in der Veranstaltung bekannt gegeben. Zudem werden aktuelle empirische Erkenntnisse aus relevanten wissenschaftlichen Fachzeitschriften sowie weiteren Medien (z.B. Fach-Podcasts) verwendet, welche ebenfalls im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben werden.

Modulname		Modulcode	
MBM 20303/30303 Human Resource Management		MBM 20303/30303	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscode	
Resilienz und Selbstmanagement im HRM		MBM 20303c/30303c	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
Lena Evertz	Wirtschaftswissenschaften		Wahlpflicht

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
3. Semester		in jedem Semester	deutsch	20 Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
4.00	60 Stunden	Selbststudium (Vorbereitung): 30 Stunden, Nachbereitung und Prüfungsvorbereitung: 60 Stunden	150 Stunden

Lehrform
<ul style="list-style-type: none"> - mündliche und schriftliche Selbstreflexion - Fremdreiflexion durch Mentee-Mentor:in-Austausch - praktische Resilienz- und Achtsamkeitsübungen
Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
<p>Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls Stressoren in ihrem Studierendenalltag identifizieren und gesundheitsfördernd darauf reagieren, indem sie die Grundlagen der Entstehung von Stress verstehen und durch wöchentliche Achtsamkeitsübungen ein Bewusstsein für den gegenwärtigen Moment erlangen sowie durch einen regelmäßigen Mentee-Mentor:in-Austausch ihr eigenes Verhalten fremdreiflexieren. Dies trainiert bei den Studierenden die individuelle Resilienz (psychische Widerstandsfähigkeit) und ermöglicht ihnen nach Abschluss des Moduls resilienter mit herausfordernden Situationen im Studium (z. B. Erstellung der Masterarbeit) und Berufsalltag (z. B. zeitkritisches Projektgeschäft) sowie Privatleben (z. B. emotional belastende Situationen) umzugehen und ihre Beschäftigungsfähigkeit sowie ihr individuelles Wohlbefinden dauerhaft aufrecht zu erhalten. Darüber hinaus vermittelt das Modul Kompetenzen im Bereich gesundheitsförderlicher Führung, welche für angehende Fach- und Führungskräfte eine hohe Relevanz aufweisen.</p>
Inhalte
<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen organisationaler und individueller Resilienz - Techniken der Selbstreflexion, u. a. ALACT-Modell, und individuelle Veränderungsbereitschaft

- Ursachen und Auswirkungen von Stress anhand des Transaktionalen Stressmodells (Lazarus, 1984)
- Einführung in Achtsamkeit nach Jon Kabat-Zinn
- Ursachen und Auswirkungen von Mind-Wandering
- Achtsamkeit und Resilienztrainings in Organisationen
- Achtsame/gesundheitsorientierte Führung (Stressfaktor Führungskraft vs. Resilienzfaktor Führungskraft)
- Ursachen destruktiver Führung (u. a. Dunkle Triade der Persönlichkeit)
- Emotionale Intelligenz und Mimikresonanz

Studien-/Prüfungsleistung

Die zu erbringende Prüfungsleistung umfasst das Verfassen eines ca. 10-seitigen Selbstreflexionsberichts, der u. a. auf wöchentlichen praktischen Resilienz- und Achtsamkeitsübungen aufbaut. Die schriftliche Selbstreflexion soll zudem durch eine Fremdrelexion im Rahmen des Mentee-Mentor:in-Austausches, ergänzt werden. Die Studierenden reflektieren durch den Bericht kritisch die Veränderung ihrer Resilienzfähigkeit im Verlauf des Semesters.

Literatur

Literaturhinweise werden in der Veranstaltung bekannt gegeben. Zudem werden aktuelle empirische Erkenntnisse aus relevanten wissenschaftlichen Fachzeitschriften verwendet, welche ebenfalls im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben werden.

Modulname		Modulcode	
MBM 20303/30303 Human Resource Management		MBM 20303/30303	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscode	
HR-Forschungsprojekt		MBM 20303d/30303d	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
Alexander Cisik	Wirtschaftswissenschaften		Wahlpflicht

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
3. Semester		in jedem Semester	deutsch	20 Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
4.00	60 Stunden	Selbststudium (Vorbereitung): 30 Stunden, Nachbereitung und Prüfungsvorbereitung: 60 Stunden	150 Stunden

Lehrform
Vorträge Lehrgespräche Instruktionen Übungen Selbstlernen Feedbacks
Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
Die Studierenden können wirtschaftswissenschaftliche empirische Untersuchungen durchführen, indem sie den gesamten wissenschaftlichen Forschungsprozess - von der Themenfindung über die operative Durchführung bis zur Erstellung des Forschungsberichts - exemplarisch durchlaufen, um in ihrem späteren Berufsalltag eigene Forschungsarbeiten fundiert durchführen zu können sowie Forschungsergebnisse Dritter verstehen und interpretieren zu können.
Inhalte
- Konstituierung des Projektteams und der Projektrollen (z.B. Projektleiter/in, stellv. Projektleiter/in - Themensuche und -eingrenzung - Quellenrecherche (Offline, online) - Formulierung / Spezifizierung der Forschungsfrage - Ableitung von Untersuchungshypothesen

<ul style="list-style-type: none">- Planung und Durchführung der empirischen Untersuchung- Auswertung der erhobenen Daten (deskriptive, induktive Statistik)- Würdigung der Untersuchungshypothesen- Erstellung eines Forschungsberichts- Präsentation des Forschungsberichts
Studien-/Prüfungsleistung
Erstellung eines Forschungsberichts (Umfang: ca. 75 Seiten) und dessen Präsentation (Dauer: 1,5 h).
Literatur
BECKER, M. (aktuelle Auflage): Personalentwicklung. Bildung, Förderung und Organisationsentwicklung in Theorie und Praxis. Stuttgart: Schäffer-Poeschel DÖRING, N. & BORTZ, J. (aktuelle Auflage): Forschungsmethoden und Evaluation in den Human- und Sozialwissenschaften. Berlin: Springer FISSENI, H.-J. (aktuelle Auflage): Lehrbuch der psychologischen Diagnostik. Göttingen: Hogrefe SCHOLZ, C. (aktuelle Auflage): Personalmanagement. Informationsorientierte und verhaltens-theoretische Grundlagen. München: Vahlen STRUTZ, H. (Hrsg.) (aktuelle Auflage): Handbuch Personalmarketing. Wiesbaden: Gabler WEIBLER, J. (aktuelle Auflage): Personalführung. München: Vahlen.

Modulname	Modulcode
MBM 20304/30304 Marketing	MBM 20304/30304
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
Schwerpunkt I				
2. Semester		1	Wahlpflicht	20.0

Empfohlene Voraussetzungen

/

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung

/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	Datengetriebenes Marketing	Pflichtfach	4.00	150 Stunden
2.	Sustainability und Diversity Marketing	Pflichtfach	4.00	150 Stunden
3.	Markenmanagement	Pflichtfach	4.00	150 Stunden
4.	Marketing Consulting Projekt	Pflichtfach	4.00	150 Stunden
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			16.00	

Verwendbarkeit der Veranstaltung

Master Internationales Marketing

Stellenwert der Modulnote in der Endnote

 $(20CP/90CP)*0,75$

Modulname		Modulcode	
MBM 20304/30304 Marketing		MBM 20304/30304	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscode	
Datengetriebenes Marketing		MBM 20304a/30304a	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
Marion Halfmann	Wirtschaftswissenschaften		Pflichtfach

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
		in jedem Semester		20 Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
4.00	60 Stunden	Selbststudium (Vorbereitung): 30 Stunden, Nachbereitung und Prüfungsvorbereitung: 60 Stunden	150 Stunden

Lehrform
Vorlesung / Problembasiertes Lernen
Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
<p>Zusammenfassung: Die Studierenden können betriebswirtschaftliche Problemstellungen an der Schnittstelle von Marketing und Data Analytics identifizieren und analysieren, indem sie gängige Analysebedarfe erkennen und geeignete Softwaretools zum Einsatz bringen um später Lösungen für gängige Anwendungsszenarien selbständig zu entwickeln.</p> <p>Im Detail: Die Studierenden kennen die Erscheinungsformen und Herausforderungen des digitalen Marketings. Sie sind in der Lage, Methoden der digitalen Marktforschung zu erläutern und erfolgreich in praktischen Problemstellungen einzusetzen. Die Studierenden können zudem gebräuchliche IT-Systeme im Marketing erläutern und hinsichtlich ihrer Vor- und Nachteile beurteilen. Neuere Entwicklungen wie Deep Learning, Predictive Analytics und Machine Learning sind bekannt und können im Kontext des datengetriebenen Marketings verstanden und interpretiert werden. Potenzielle Problemfelder (z.B. Datenschutz, Probleme der Datenbereinigung) sind den Studierenden geläufig. Die Studierenden sind in der Lage, eigenständig Lösungsstrategien zu entwickeln, um in der Praxis mit Daten im marktbezogenen Umfeld umgehen zu können. Die Studierenden können zudem selbständig eine Struktur für ein Datenprojekt im Marketing entwickeln, eine Datensammlung durchführen und unter Anwendung einer gebräuchlichen Software (Excel, Tableau oder PowerBI) die Ergebnisse in geeigneter Form zu visualisieren.</p>

Inhalte
Digitale Marktforschung und Marketing Analytics Methoden der (digitalen) Marktforschung Big Data Analytics im Marketing Web Analytics Anforderungen und Methoden der Visualisierung
Studien-/Prüfungsleistung
Projektarbeit
Literatur
Halfmann, M. / Schüller, K. (Hrsg.): Marketing Analytics. Hassler, M.: Digital und Web Analytics. Magerhans, A.: Marktforschung. Eine praxisorientierte Einführung. Vollmert, M./Lück, H.: Google Analytics. Wagener, A.: Künstliche Intelligenz im Marketing- ein Crashkurs: Data Driven Marketing, Predictive Analytics, Deep Learning.

Modulname		Modulcode	
MBM 20304/30304 Marketing		MBM 20304/30304	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscode	
Sustainability und Diversity Marketing		MBM 20304b/30304b	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
Marion Halfmann	Wirtschaftswissenschaften		Pflichtfach

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
		in jedem Semester		20 Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
4.00	60 Stunden	Selbststudium (Vorbereitung): 30 Stunden, Nachbereitung und Prüfungsvorbereitung: 60 Stunden	150 Stunden

Lehrform
Vorlesung / Problembasiertes Lernen
Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
Zusammenfassung: Die Studierenden können gängige Konzepte des Diversity und Sustainability Marketings auf praktische Problemstellungen übertragen, indem sie unter Anwendung erprobter Methoden des Projektmanagements aktuelle Fallbeispiele mit entsprechendem Themenfokus weitgehend selbstgesteuert bearbeiten können.
Im Detail: Die Studierenden kennen den Zusammenhang zwischen nachhaltiger Entwicklung, verantwortungsvollem Konsum und nachhaltigem Marketing und sind in der Lage, praktische Anwendungsbeispiele anhand ihres Beitrags zum nachhaltigen Marketing einordnen zu können. Sie sind in der Lage, verschiedene Konsumententypen voneinander abzugrenzen und hinsichtlich ihrer Ansprechbarkeit für nachhaltiges Marketing zu bewerten. Die Studierenden kennen gängige Zielgruppenansätze im Marketing und können selbständig ein Marketingkonzept für ein Zielgruppensegment erarbeiten. Der Begriff der Diversität sowie die Bedeutung von Diversität im Marketing sind bekannt und können mit Beispielen hinterlegt werden. Die Studierenden kennen Methoden der Zielgruppensegmentierung und verstehen neuere Konzepte (z.B. Verfassungsmarketing) sowie praxisrelevante Methoden zur Förderung des Diversitätsgedankens im Marketing.
Inhalte
Nachhaltigkeit und Diversität im Marketing - Entwicklungen und aktuelle Perspektiven Social Washing und Green Washing

Ansätze eines nachhaltigen Marketings Wertmaßstäbe für Nachhaltigkeit im Marketing Diversität und Diversitätskonzepte Inklusion im Marketing Neuere Zielgruppenansätze im Marketing (Ethnomarketing, LGBTQ, alternde Gesellschaft, Gender Marketing) Grenzen und Herausforderungen im Diversity und Sustainability Marketing
Studien-/Prüfungsleistung
Projektarbeit (15-20 Seiten) oder mündliche Präsentation (30 Minuten)
Literatur
Belz, F. / Peattie, K.: Sustainability Marketing: A global perspective. Gbadamosi, A.: Critical perspectives on diversity, equity and inclusion in Marketing. Rudolph, T. (et al.) (ed.): Diversity in European Marketing. Text and Cases.

Modulname		Modulcode	
MBM 20304/30304 Marketing		MBM 20304/30304	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscode	
Markenmanagement		MBM 20304c/30304c	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
Christoph Pütz	Wirtschaftswissenschaften		Pflichtfach

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
		in jedem Semester		20 Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
4.00	60 Stunden	Selbststudium (Vorbereitung): 30 Stunden, Nachbereitung und Prüfungsvorbereitung: 60 Stunden	150 Stunden

Lehrform
<ul style="list-style-type: none"> • Selbstgesteuertes Lernen • Problem-Based Learning • Kollaboratives Lernen
Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
Die Studierenden können fundierte Entscheidungen bei gängigen Fragestellungen der Markenführung treffen (Markenpositionierung, Gestaltung der Markenarchitektur, Umsetzung der Markenpositionierung), indem sie relevante Strategien und Planungsinstrumente kennenlernen (z.B. werteorientierte Positionierung, Brand Relationship Spectrum, Brand Funnel) und in Fallstudien bzw. Projektarbeiten anwenden, um Organisationen, Produkte und Services erfolgreich am Markt zu positionieren.
Inhalte
<ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung von Marken • Einflüsse der Digitalisierung auf die Markenführung • Ziele der Markenführung • Strategien zur Positionierung von Marken • Gestaltung der Markenarchitektur • Branding-Entscheidungen • Customer Experience Management • Kontrolle des Markenerfolgs
Studien-/Prüfungsleistung
15 minütige Präsentation zu einer im Team analysierten Marke (25%)

15 minütige Präsentation zu einer im Team ausgewerteten aktuellen Studie (25%)
60 minütige Klausur (50%)

Literatur

BURMANN, Christoph, Tilo HALASZOVICH, Michael SCHADE, Kristina KLEIN und Rico PIEHLER, 2021. Identitätsbasierte Markenführung: Grundlagen - Strategie - Umsetzung - Controlling [online]. 4th ed. 2021. Wiesbaden, Imprint: Springer Gabler.

ESCH, Franz-Rudolf, 2020. Handbuch Markenführung [online]. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden (2020); Imprint: Springer Gabler.

KELLER, Kevin Lane und Vanitha SWAMINATHAN, 2020. Strategic brand management: building, measuring, and managing brand equity. Global edition, fifth edition. Harlow, England: Pearson.

Modulname		Modulcode	
MBM 20304/30304 Marketing		MBM 20304/30304	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscode	
Marketing Consulting Projekt		MBM 20304d/30304d	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
Harald Vergossen	Wirtschaftswissenschaften		Pflichtfach

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
		in jedem Semester		20 Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
4.00	60 Stunden	Selbststudium (Vorbereitung): 30 Stunden, Nachbereitung und Prüfungsvorbereitung: 60 Stunden	150 Stunden

Lehrform
Die Studierenden erlernen die Inhalte des Moduls anhand eines praktischen Beispiels (induktiver Ansatz), welches idealerweise durch ein Unternehmen präsentiert wird. Für die Projektarbeit bilden die Studierenden Kleingruppen (kollaborativer Ansatz), welche im Wettbewerb zueinanderstehen.
Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
<p><i>Die Studierenden können erfolgreiche Kommunikationskampagnen entwickeln</i></p> <p><i>indem sie</i> anhand eines praktischen Beispiels die drei relevanten Faktoren</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mensch (Zielgruppe), • Markt (Wettbewerb) und • Marke (Produkt) <p>kennenlernen und analysieren sowie aufbauend auf den Analyseergebnissen wichtige Elemente einer Kommunikationsstrategie (insbesondere Leistungsversprechen, Kommunikationsinstrumente und -maßnahmen) entwerfen</p> <p><i>um später</i> in einem Unternehmen oder einer Institution effektive und effiziente Kommunikationsarbeit leisten zu können, ggf. auch gemeinsam mit Agenturen.</p>
Inhalte

- Prozess der Marketing-Kommunikation
 - Kommunikationsstrategie entwickeln
 - Woraus besteht eine Kommunikationsstrategie?
 - Wie wird eine Kommunikationsstrategie entwickelt?
 - Kommunikationsbudget fixieren
 - Kommunikation wirksam gestalten
 - Einzelne Medien selektieren
 - Kommunikationsmaßnahmen realisieren
 - Kommunikationserfolg kontrollieren
- Konzept der integrierten Marketing-Kommunikation/des Crossmedia

Studien-/Prüfungsleistung

Präsentation der entwickelten Kommunikationsstrategie: Zwischenpräsentation, 15 Minuten, 40 % Anteil an Gesamtnote sowie Abschlusspräsentation, 30 Minuten, 60 % Anteil an Gesamtnote

Literatur

Kroeber-Riel, Werner/Esch, Franz-Rudolf: Strategie und Technik der Werbung, neueste Auflage

Esch, Franz-Rudolf: Strategie und Technik der Markenführung, neueste Auflage

Pietzcker, Dominik: Kampagnen führen – Potenziale professioneller Kommunikation im digitalen Zeitalter, Wiesbaden, neueste Auflage

Modulname	Modulcode
MBM 301 Auslandsstudiensemester	MBM 301
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
Prüfungen 3 Semester oder Auslandssemester				
3. Semester		1	Wahlpflicht	30.0

Empfohlene Voraussetzungen

Gute Englischkenntnisse

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung

20 ECTS

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	Auslandsstudiensemester	Wahlpflicht		900 Stunden
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			.	

Verwendbarkeit der Veranstaltung

Master International Management

Stellenwert der Modulnote in der Endnote

Das Auslandssemester wird bei der Berechnung der Endnote nicht berücksichtigt.

Modulname		Modulcode	
MBM 301 Auslandsstudiensemester		MBM 301	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscode	
Auslandsstudiensemester		MBM 301	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
	Wirtschaftswissenschaften		Wahlpflicht

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
3. Semester		in jedem Semester		15 Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
	900 Stunden		900 Stunden

Lehrform
Je nach Angebot der ausländischen Hochschule.
Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
Das Auslandsstudiensemester soll insbesondere dazu dienen, die in den ersten Semestern im Kompetenzbereich Business Management erworbenen theoretischen und praktischen Kenntnisse zu vertiefen und zu erweitern und in komplementären Modulen Lehrveranstaltungen zu belegen und durch Prüfungen abzuschließen, die interkulturelle Managementkompetenz und das globale Denken zu fördern, insbesondere zu lernen, mit Lehrenden und Studierenden anderer Nationalitäten und Kulturkreise zusammenzuarbeiten und sich in einer fremden Ausbildungsstruktur zu bewähren, die Kenntnisse in der Sprache des Gastlandes zu verbessern.
Inhalte
Je nach Angebot der ausländischen Hochschule. Es sollten Module gewählt werden, die im weitesten Sinn im Bereich Betriebswirtschaft angesiedelt sind oder interkulturelle Aspekte vermitteln.
Studien-/Prüfungsleistung
Je nach Angebot der ausländischen Hochschule. Werden 30 ECTS nicht erreicht, muss ein Report über das Auslandssemester erstellt werden. Die Richtlinien des Reports sind in den „Reporting Guidelines“ zu finden.

Modulname	Modulcode
MBM 301 Führungskompetenz	MBM 301
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Regina Hahn	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
Prüfungen 3 Semester oder Auslandssemester				
3. Semester		1	Pflicht	5.0

Empfohlene Voraussetzungen

/

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung

/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	Führungskompetenz	Pflichtfach	4.00	150 Stunden
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			4.00	

Verwendbarkeit der Veranstaltung

Master Internationales Marketing, Master Wirtschaftsinformatik

Stellenwert der Modulnote in der Endnote

 $(5CP/90CP)*0,75$

Modulname		Modulcode	
MBM 301 Führungskompetenz		MBM 301	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscode	
Führungskompetenz		MBM 301, MWI 301	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
Gudrun Stockmanns	Wirtschaftswissenschaften		Pflichtfach

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
3. Semester		in jedem Semester	deutsch	Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
4.00	60 Stunden Lehrveranstaltung	30 Stunden Vorarbeit / 60 Stunden Nacharbeit	150 Stunden

Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
Die Studierenden können Führungssituationen einschätzen und gestalten, indem sie beurteilen, was Mitarbeitende motiviert, Methoden und Techniken der Führung und Kommunikation anwenden und Erfordernisse von Führung in unterschiedlichen Situationen (z.B. Gruppen, Onboarding und digitale Settings) abwägen, um später Führungsaufgaben in Unternehmen übernehmen zu können.
Inhalte
<p>Mit erfolgreichem Abschluss des Kurses können Studierende</p> <ul style="list-style-type: none"> • erläutern, was unter Führung zu verstehen ist • ausgewählte Führungstheorien erklären • Relevanz von Motivation und Bindung für Führung diskutieren • Methoden und Techniken der Führung und Kommunikation anwenden • Einsatz von Führungsmethoden und -techniken für die praktische Führungsarbeit hinterfragen und beurteilen • Besonderheiten von Führung an verschiedenen Stellen des Employee Life Cycle erklären • Besonderheiten der Führung von Gruppen und Teams diskutieren • Ideen agiler Führung diskutieren • Metriken zur Messung von Führungserfolg beurteilen und anwenden <ul style="list-style-type: none"> • Führungsbegriff • Führungstheorien • Motivation und Bindung als Führungsaufgabe • Kommunikation als Führungsaufgabe

- Mitarbeitergewinnung und -auswahl als Führungsaufgabe
- Führung von Gruppen und Teams
- Führung im Employee Experience Lifecycle
- Führung im organisatorischen Wandel
- Führungserfolg und Führungscontrolling
- Future Leadership

Studien-/Prüfungsleistung

- Präsentation/Rollenspiel (65%) und
- Projekt-/Hausarbeit (35%)

35%: Individuelle Kurzpräsentationen und -ausarbeitungen (Länge 5 Minuten, 2-3 Seiten)

65%: Gruppen-Präsentation/Rollenspiel (Länge ca. 25 Minuten)

oder Klausur (Länge 60 Minuten) (abhängig von der jeweiligen Teilnehmendenzahl)

Literatur

von Rosenstiel, L.; Regnet, E.; Domsch, M.E. (Hrsg.): Führung von Mitarbeitern – Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement, aktuellste Auflage

Weitere Literaturhinweise werden in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Modulname	Modulcode
MBM 302 Advanced Corporate Finance	MBM 302
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Bernhard Müller	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
Prüfungen 3 Semester oder Auslandssemester				
1. Semester		1	Pflicht	5.0

Empfohlene Voraussetzungen

/

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung

/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	Advanced Corporate Finance		4.00	150 Stunden
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			4.00	

Verwendbarkeit der Veranstaltung

/

Stellenwert der Modulnote in der Endnote

(5CP/90CP)*0,75

Modulname		Modulcode	
MBM 302 Advanced Corporate Finance		MBM 302	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscode	
Advanced Corporate Finance		MBM 302	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
Bernhard Müller	Wirtschaftswissenschaften		

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
		in jedem Semester		40 Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
4.00	60 Stunden	Selbststudium (Vorbereitung): 30 Stunden, Nachbereitung und Prüfungsvorbereitung: 60 Stunden	150 Stunden

Lehrform
Vorlesung / Diskussion / Fallstudienbearbeitung als Teamleistung / Kurzvorträge von Studierenden
Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
Die Studierenden können Wege zur Kapitalbeschaffung an internationalen Finanzmärkten identifizieren, indem sie vertiefte Kenntnisse über Finanzmärkte, Währungen oder derivative Instrumente erwerben, um später auf Managementebene Lösungen für Unternehmen mit spezifischen Finanzierungsproblemen zu erarbeiten.
Inhalte
Struktur internationaler Finanzmärkte / Einfluss politischer Entwicklungen auf internationale Finanzbeziehungen/ Aktuelle Zins- und Währungsentwicklungen / Digitalisierung in der Finanzwirtschaft / Geld- und Kapitalmarktprodukte / Eigen- und Fremdkapitalinstrumente in der Finanzierungspraxis / Risikosteuerung durch Finanzderivate / Finanzierung von Exportgeschäften und Direktinvestitionen
Studien-/Prüfungsleistung
Die Prüfungsleistung besteht aus einer einzelnen oder einer Kombination der folgenden Prüfungsformen: Studien-/Projektarbeit (Umfang: 10-15 Seiten), Schriftliche Klausurarbeit (Dauer: 1 Stunde), Mündliche Prüfung (Dauer: 15 Minuten)
Literatur
Fleuriet, Michel: Investment Banking Explained Shenkar / Luo: International Business

Neftci, Salih N.: Principles of Financial Engineering

Weitere Literaturempfehlungen in Abhängigkeit von den zu bearbeitenden Praxisfällen.

Modulname	Modulcode
MBM 401 Masterarbeit	MBM 401
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
Kreditpunktekonto 90 810 - - H 2023				
4. Semester		1	Pflicht	27.0

Empfohlene Voraussetzungen

/

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung

80 ECTS

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	MBM 401 Masterarbeit			810 Stunden
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			.	

Verwendbarkeit der Veranstaltung

alle Masterstudiengänge

Stellenwert der Modulnote in der Endnote

 $(27CP/63CP)*0,2$

Modulname		Modulcode	
MBM 401 Masterarbeit		MBM 401	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscode	
MBM 401 Masterarbeit		MBM 401	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
	Wirtschaftswissenschaften		

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
4. Semester		nur im Sommersemester		40 Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
		810 Stunden	810 Stunden

Lehrform
semesterbegleitende Betreuung
Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
Die Masterarbeit soll zeigen, dass der Prüfling befähigt ist, innerhalb einer vorgegebenen Frist eine Aufgabenstellung aus seinem Fachgebiet nach wissenschaftlichen Methoden selbstständig zu bearbeiten. Der Prüfling soll nachweisen, dass er sich in die Aufgabenstellung methodisch und systematisch einarbeiten kann und bei ihrer Lösung analytisch vorgeht. Der Lösungsweg soll abstrahiert und in eine fachübergreifende Fragestellung übertragen werden können. Die Masterarbeit kann mit Zustimmung des Prüfungsausschusses in einer Fremdsprache abgefasst werden.
Inhalte
Die Masterarbeit ist in der Regel eine eigenständige Untersuchung auf der Basis der Aufgabenstellung mit einer ausführlichen Beschreibung und Erläuterung ihrer Ergebnisse. Selbstständige Bearbeitung einer Aufgabenstellung aus der betriebswirtschaftlichen Forschung und/ oder Praxis nach wissenschaftlichen Methoden innerhalb eines Zeitraums von höchstens vier Monate.
Studien-/Prüfungsleistung
Masterarbeit

Modulname	Modulcode
MBM 402 402 Kolloquium	MBM 402
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
Kreditpunktekonto 90 810 - - H 2023				
4. Semester		1	Pflicht	3.0

Empfohlene Voraussetzungen

/

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung

104 ECTS

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	Kolloquium	Pflicht		90 Stunden
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			.	

Verwendbarkeit der Veranstaltung

alle Masterstudiengänge

Stellenwert der Modulnote in der Endnote

(3CP/87CP)*0,05

Modulname		Modulcode	
MBM 402 402 Kolloquium		MBM 402	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscode	
Kolloquium		MBM 402	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
Regina Hahn	Wirtschaftswissenschaften		Pflicht

Vorgesehenes Studiensemester	Alternativ empfohlene Fachsemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
4. Semester		in jedem Semester		40 Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
	2 Stunden	88 Stunden	90 Stunden

Lehrform
semesterbegleitende Betreuung
Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
Das Kolloquium soll zeigen, dass die/der Studierende befähigt ist, die Ergebnisse der Masterarbeit, ihre fachlichen Zusammenhänge und ihre außerfachlichen Bezüge mündlich darzustellen, selbstständig zu begründen und ihre Bedeutung für die Praxis einzuschätzen.
Inhalte
Thema der Masterarbeit sowie die beiden vom Studierenden gewählten Schwerpunktfächer

