



MODULHANDBUCH

MASTER

MANAGEMENT

MBA

Stand: Mai 2024

INHALTSVERZEICHNIS

Abkürzungsverzeichnis	2
Pflichtbereich	3
<i>Soft Skills / Trainings (Teambuilding, Konflikt- und Verhandlungsmanagement, wissenschaftliches Arbeiten)</i>	3
<i>Accounting und Finance</i>	8
<i>International Management</i>	11
<i>Aktuelle Fragen der Volkswirtschaftslehre und der Wirtschaftspolitik</i>	13
<i>Controlling und Kostenmanagement</i>	15
<i>Supply Chain und Operations Management</i>	17
<i>Unternehmensprojekt (Projektmanagement, Projektarbeit)</i>	20
<i>Personalmanagement (Change Management und Organizational Behaviour, Leadership)</i>	23
<i>Wirtschaftspsychologie</i>	26
<i>Innovationsmanagement und Digitale Transformation</i>	28
<i>Digitales Marketing</i>	30
<i>Cross-Cultural Management</i>	32
<i>Sustainability und Corporate Social Responsibility</i>	34
<i>Unternehmensführung und Strategisches Controlling</i>	37
<i>Thesis</i>	39
Auflagenmodule	41
<i>Aktuelle Fragen des Wirtschaftsrechts</i>	41
<i>Quantitative Methoden für Führungskräfte (Business Analytics)</i>	43

Abkürzungsverzeichnis

CR	Credit gemäß ECTS - System
PLH	Prüfungsleistung Hausarbeit
PLK	Prüfungsleistung Klausur
PLM	Prüfungsleistung mündliche Prüfung
PLP	Prüfungsleistung Projektarbeit
PLR	Prüfungsleistung Referat
PLT	Prüfungsleistung Thesis
UPL	Unbenotete Prüfungsleistung

Pflichtbereich

SIC5070 – SOFT SKILLS / TRAININGS	
Kennziffer	SIC5070
Studiensemester	1
Level	Master-Niveau
Credits	3
SWS	36 Kontaktstunden
Häufigkeit	Einmal pro Jahr
zugehörige Lehrveranstaltungen	SIC5071 - Wissenschaftliches Arbeiten (12 Kontaktstunden / 1 Credit), SIC5075 - Teambuilding (12 Kontaktstunden / 1 Credit), SIC5076 - Konflikt- und Verhandlungsmanagement (12 Kontaktstunden / 1 Credit)
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Prüfungsart / -dauer	SIC5071 - Wissenschaftliches Arbeiten - UPL SIC5075 - Teambuilding - UPL SIC5076 - Konflikt- und Verhandlungsmanagement – UPL Die Credits werden auf Basis der jeweiligen UPL jeweils separat für die jeweiligen Lehrveranstaltungen vergeben.
Voraussetzung für die Vergabe von Credits	Teilnahme und Bestehen der jeweiligen UPL
Stellenwert der Modulnote für Endnote	Die Trainings gehen als unbewertete Prüfungsleistungen nicht in die Endnote ein.
Geplante Gruppengröße	Maximal 35 Studierende
Lehrsprache	Deutsch
Dauer des Moduls	2 Semester
Modulverantwortlicher	Foschiani, Stefan
Dozenten/Dozentinnen	Foschiani, Stefan / Herrmann, Sven
Fachgebiet / Studiengang	ABWL
Lehrformen der Lehrveranstaltungen des Moduls	- Seminaristischer Unterricht - Übung
Verwendbarkeit in anderen Modulen/Studiengängen	Keine
Ziele	<u>Wissenschaftliches Arbeiten:</u> Studierende • verstehen Zweck, Ziele und Anforderungen wissenschaftlichen Arbeitens • kennen und verstehen zentrale Konzepte der Wissenschaftstheorie

	• können die Anforderungen an wissenschaftliche Hypothesen verstehen und in der Anwendung adäquat berücksichtigen • Verstehen den grundsätzlichen Aufbau einer Forschungsarbeit • sind in der Lage, fachspezifische Informationsquellen zu finden, diese fundiert zu beurteilen und zu nutzen sowie wichtige Techniken des Informationsmanagements anzuwenden • kennen die Anforderungen an ein wissenschaftliches Literaturverzeichnis. <u>Teambuilding</u> Studierende • können mit persönlicher und sozialer Kompetenz die wertschätzende Kommunikationskultur in einem Team zielfokussiert steuern • können die Grundhaltung von Diversity Management praxisnah umsetzen • können eine gezielte Einsatzplanung für ihre Teammitglieder vornehmen und langfristig steuern • können die 4 Phasen der Teamentwicklung bewusst steuern und verfügen über unterschiedliche Führungstechniken innerhalb der 4 Phasen • können Kreativität und Begeisterung innerhalb des Teams ausbauen <u>Betriebliches Konfliktmanagement</u> Studierende • können unterschiedliche Konfliktarten und ihre Erscheinungsformen differenzierter erkennen und unterschiedliche Lösungsmöglichkeiten vertieft anwenden • können die psychologischen Hintergründe von Konflikten analysieren • können die Entstehung, den Hintergrund und den Verlauf von Konflikten aus der Unternehmensperspektive wahrnehmen und lösungsfokussiert darauf reagieren • können effiziente Strategien zur Konfliktbewältigung situativ anbringen • können durch ein effizientes Konfliktmanagement die Unternehmenskultur positiv beeinflussen • kennen wichtige Verhandlungsmethoden • kennen wichtige Verhandlungstechniken und können diese gezielt einsetzen Die Kompetenzziele gehen damit deutlich über die üblicherweise von Bachelor-Studierenden erreichten Kompetenzen hinaus.
Inhalte	<u>Wissenschaftliches Arbeiten:</u> • Theoretische Grundlagen für selbständiges wissenschaftliches Arbeiten • Wissenschaftstheoretische Grundlagen • Erstellen wissenschaftlicher Hypothesen • Aufbau einer wissenschaftlichen Arbeit

	• Zentrale Bestandteile des wissenschaftlichen Informationsmanagements • Erarbeitung von Literaturverzeichnissen nach wissenschaftlichem Standard <u>Teambuilding</u> A: Teamgestaltung • Differenzierung und Anwendungsfelder von Gruppen und Teams • Developmental Sequences in Teams: Forming, Storming, Norming and Performing • The FISH! Philosophy: Ein Motivationskonzept für nachhaltigen Teamerfolg B: Teamrollen und Persönlichkeiten • The Herrmann-Brain-Dominance-Instrument (HBDI): Ein Analyseinstrument für Denkstilpräferenzen in Teamstrukturen • Diversity Management in der Praxis: Würdigung der Vielfalt, Leben von Einzigartigkeit C: Teamführung • Strategische Einsatzplanung von Teammitgliedern • Optimierung und Sicherung einer high-performance Meeting-Kultur • Leadership-Prinzipien im operativen Teamalltag <u>Betriebliches Konflikt- und Verhandlungsmanagement</u> • Konfliktursache aus der Perspektive unterschiedlicher Hierarchieebenen • Die Bedeutung von Konfliktlotsen bei innerbetrieblichen Konflikten • Die Konflikteskalationsstufen nach Friedrich Glasl in der erweiterten Umsetzung • Diffamierung und Ausgrenzung: Mobbing, Bossing, Staffing und Chairing • Konfliktschlichtung und Wirtschaftsmediation bei Machtfragen und Kompetenzstreitigkeiten • Die „Kollegiale Fallberatung“ als konfliktpräventive Methode • Values and ethics: die Bedeutung des Prioritätswertes im Hinblick auf eine authentische Unternehmenskultur • The LIFO® Method: die Steuerung unterschiedlicher Konfliktausprägungen • Ausgewählte Verhandlungsmethoden • Ausgewählte Verhandlungstechniken und ihr Einsatz
Verbindung zu anderen Modulen	Vor allem zum Modul Personalmanagement

Workload	Kontaktzeit: 36 Stunden, Selbststudium/Hausarbeiten: 51 Stunden
Literatur	In der jeweils aktuellen Auflage: <u>Wissenschaftliches Arbeiten:</u> <u>Basisliteratur</u> Theisen, M.: Wissenschaftliches Arbeiten. Technik, Methodik, Form, München <u>Ergänzende Literatur</u> Beck, H.: Recherchieren, Strukturieren, Präsentieren: So überzeugen Sie in Abschlussarbeiten, Artikeln, Reports und Vorträgen, München Björk, L./Räisänen, C.: Academic Writing. A University Writing Course, Kopenhagen Brink, A.: Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten im Bachelor-, Master- und Diplomstudium, München/Wien Franck, N./Stary, J.: Die Technik wissenschaftlichen Arbeitens. Eine praktische Anleitung, Paderborn <u>Teambuilding</u> <u>Basisliteratur:</u> Rolf van Dick und Michael A. West: Teamwork, Teamdiagnose und Teamentwicklung: Praxis der Personalpsychologie, Hogrefe Verlag <u>Ergänzende Literatur:</u> Manfred Gellert und Claus Nowak: Teamarbeit, Teamentwicklung und Teamberatung, ein Praxisbuch für die Arbeit in und mit Teams, Limmer Verlag John Adair: Effectice Teambuilding, Pan Books Daniela Eberhardt: Together is better? Die Magie der Teamarbeit entschlüsseln, Springer Verlag Stephen C. Lundin, Harry Paul und John Christensen: Fish! – Noch mehr Fish! – Für immer Fish!: Dreimal ungewöhnliche Motivation in einem Band, Redline Verlag <u>Betriebliches Konflikt-und Verhandlungsmanagement</u> <u>Basisliteratur:</u> Peter T. Coleman: The Handbook of Conflict Resolution, John Wiley & Sons Joachim Tries und Rüdiger Reinhardt: Konflikt- und Verhandlungsmanagement: Konflikte konstruktiv nutzen, Springer Verlag <u>Ergänzende Literatur:</u> Stefan Proksch, Konfliktmanagement im Unternehmen: Meditation und andere Methoden für Konflikt- und Kooperationsmanagement am Arbeitsplatz, Gabler Springer Verlag Andreas Gourmelon: Konfliktmanagement für Führungskräfte: Grundlagen, Strategien und Konzepte für die Praxis, Rehm Verlag E. Werner Müller: Konfliktmanagement: So lösen Sie Konflikte und verbessern Betriebs- und Arbeitsklima, Ecomed Sicherheit Verlag

	Markus Voeth und Uta Herbst: Verhandlungsmanagement: Planung, Steuerung und Analyse, SchäfferPoeschel Verlag
Sonstiges	
Schlagworte:	Wissenschaftliches Arbeiten, Wissenschaftstheorie, Informationsmanagement, Literaturarbeit, Teamgestaltung, Teamführung, Persönlichkeit, Teamentwicklung, Rollen, Konflikterkennung, Konfliktsteuerung, Kommunikation, Konfliktlösung, Konfliktkultur
Letzte Änderung:	01.05.2024

ACC5190 – ACCOUNTING UND FINANCE	
Kennziffer	ACC5190
Studiensemester	1. Semester
Level	Master-Niveau
Credits	5
SWS	40 Kontaktstunden
Häufigkeit	Einmal pro Jahr (Wintersemester)
zugehörige Lehrveranstaltungen	ACC5190
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Prüfungsart / -dauer	PLK - 90 Minuten
Voraussetzung für die Vergabe von Credits	Bestehen der Klausur
Stellenwert der Modulnote für Endnote	Die Modulnote geht creditgewichtet in die Endnote ein.
Geplante Gruppengröße	Maximal 35 Studierende
Lehrsprache	Deutsch
Dauer des Moduls	1 Semester
Modulverantwortlicher	Häfele, Markus (WP/StB)
Dozenten/Dozentinnen	Häfele, Markus (WP/StB)
Fachgebiet / Studiengang	Steuern und Wirtschaftsprüfung
Lehrformen der Lehrveranstaltungen des Moduls	- Vorlesung mit Fallstudie - Vorlesung mit Übungen
Verwendbarkeit in anderen Modulen/Studiengängen	Ggfs. GMT5170 Unternehmensprojekt und/oder THE6070 Master Thesis
Ziele	Die Studierenden • erwerben Grundwissen bezüglich der internationalen Rechnungslegung nach IFRS und nationalen Rechnungslegung nach HGB. • vertiefen und festigen ihr auf der Bachelor-Ebene aufbauendes Wissen in der Anwendung auf aktuelle Probleme der internationalen Rechnungslegung nach IFRS (im Vergleich zur Rechnungslegung nach HGB) und kennen die zentralen Bestandteile der internationalen Rechnungslegungsgrundsätze nach IFRS. • können ferner auch bilanzielle Einzelfragen des IFRS-/HGB-Einzel- und Konzernabschlusses selbständig beurteilen und bewerten sowie kritisch hinterfragen. • kennen die Unterschiede zur Rechnungslegung nach HGB und sind in der Lage, die Rechnungslegungsgrundsätze nach HGB und IFRS vergleichend zu analysieren.

	Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls jeweils aktuelle Fragen der externen Rechnungslegung nach IFRS und HGB identifizieren und sind in der Lage Sachverhalte anhand konkreter Fallbeispiele zu identifizieren, einzuordnen sowie kritisch zu hinterfragen. Studierende werden in diesem Modul weiterhin auf die Übernahme von Verantwortung im Finanzmanagement eines Unternehmens vorbereitet. Aufbauend auf der Investitionsrechnung und der betrieblichen Finanzwirtschaft werden an der Schnittstelle zur Jahresabschlussanalyse Methoden zur Planung, Analyse und Kontrolle der Unternehmensfinanzen vermittelt und auf konkrete Praxisfälle angewendet. Studierende • können die klassischen Verfahren der Investitionsrechnung anwenden und deren Aussagefähigkeit und Grenzen beurteilen. • können aus Jahresabschlüssen die Daten für unterschiedliche Verfahren der Unternehmensbewertung ableiten und diese sicher auf Praxisfälle anwenden (Ertragswertverfahren, DCF-Verfahren, WACC-Ansatz) • kennen unterschiedliche Formen (Instrumente) der Unternehmensfinanzierung, können deren Vorteilhaftigkeit in bestimmten Unternehmenssituationen analysieren und die Auswirkungen auf den Jahresabschluss antizipieren. • können die Jahresabschlussanalyse und klassische Kennzahlensysteme zur Beurteilung des Erfolgs finanzwirtschaftlicher Strategien einsetzen. Die Kompetenzziele des Moduls gehen damit deutlich über die üblicherweise von Bachelor-Studierenden erreichten Kompetenzen im Bereich der handelsrechtlichen Rechnungslegung hinaus.
Inhalte	• Grundlagen, Institutionen, Ziele der Rechnungslegung nach IFRS • Rahmenkonzept • Qualitative Anforderungen, Bestandteile der internationalen Rechnungslegung und Definition der Abschlussposten • Ansatz-, Bewertungs- und Ausweisgrundsätze im Einzel- und Konzernabschluss (Bilanzpositionen) • Methoden- und Schätzänderungen sowie Fehlerkorrekturen • Struktur und Zweck der Gesamtergebnisrechnung • Besonderheiten des Konzernabschlusses und der Konsolidierung • Kapitalflussrechnung • Segmentberichterstattung • Kurze Wiederholung der klassischen Verfahren der Investitionsrechnung • Anwendung der Verfahren der Unternehmensbewertung, einschließlich der Datengewinnung aus dem externen Rechnungswesen) • Beurteilung von Finanzierungsformen (Außenfinanzierung, Innenfinanzierung, Sonderformen) anhand von Kennzahlen(systemen)

	Finanzwirtschaftliche Jahresabschlussanalyse (Cash-Flow Analyse, Kapitalflussrechnung)
Verbindung zu anderen Modulen	Baut auf einem betriebswirtschaftlichen Bachelor-Abschluss auf, dabei vor allem auf den Themenbereichen: Handelsbilanzen, Investition und Finanzierung
Workload	155 h, davon Kontaktzeit: 40 h, Selbststudium: 115 h Vor- und Nachbereitung (intensives Literaturstudium) inkl. Klausurvorbereitung und Teilnahme
Literatur	In der jeweils aktuellen Auflage: <u>Basisliteratur:</u> Pellens/Füllbier/Gassen/Sellhorn: Internationale Rechnungslegung, Stuttgart u.a. Aktuelle IFRS-Texte (englisch-deutsch) <u>Ergänzende Literatur:</u> Buchholz, Internationale Rechnungslegung, Berlin Beck'scher Bilanz-Kommentar: Der Jahresabschluss nach Handels- und Steuerrecht, München Coenenberg: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Stuttgart Verschiedene Übungsbücher (z. B. Kirsch, Übungen zur internationalen Rechnungslegung nach IFRS) <u>Basisliteratur:</u> Perridon, L., Steiner, M.: Finanzwirtschaft der Unternehmung; München <u>Ergänzende Literatur:</u> Ballwieser, W.: Unternehmensbewertung: Prozess, Methoden und Probleme, Stuttgart Coenenberg/Haller/Schultze: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Stuttgart Küting, K., Weber, C.P.: Die Bilanzanalyse, Stuttgart
Sonstiges	-
Schlagworte:	Einzelabschluss, Konzernabschluss, IAS, IFRS, HGB, Konzernlagebericht
Letzte Änderung:	30.04.2024

GMT5195 – INTERNATIONAL MANAGEMENT	
Kennziffer	GMT5195
Studiensemester	1
Level	Master-Niveau
Credits	5
SWS	32 Kontaktstunden
Häufigkeit	Einmal pro Jahr (WS)
zugehörige Lehrveranstaltungen	GMT5195
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Prüfungsart / -dauer	(PLH+PLR)/PLK - 90 Minuten
Voraussetzung für die Vergabe von Credits	Erfolgreiches Bestehen der Prüfungsleistungen
Stellenwert der Modulnote für Endnote	Das Modul geht creditgewichtet in die Endnote ein.
Geplante Gruppengröße	Maximal 35 Studierende
Lehrsprache	Englisch
Dauer des Moduls	1 Semester
Modulverantwortlicher	Hinderer, Henning
Dozenten/Dozentinnen	Hinderer, Henning
Fachgebiet / Studiengang	
Lehrformen der Lehrveranstaltungen des Moduls	- Seminaristischer Unterricht - Vorlesung mit Übungen - Fallstudien - Referat und Präsentation
Verwendbarkeit in anderen Modulen/Studiengängen	Keine
Ziele	Studierende • verstehen die Besonderheiten des Managements im internationalen und interkulturellen Kontext • verstehen die Komplexität des internationalen Managements aus informationsbezogener und konzeptioneller Sicht • können praxisrelevante Anwendungsbeispiele bearbeiten Die Kompetenzziele des Moduls gehen damit über die üblicherweise von Bachelor-Studierenden erreichten Kompetenzen hinaus.
Inhalte	• Internationale Situationsanalyse • Spezifische Aspekte des internationalen Managements und des internationalen Marketings • Strategien im internationalen Umfeld

	Differenzierung und Standardisierung als Prinzipien globalen Managements und Instrumenteneinsatzes
Verbindung zu anderen Modulen	Baut auf einem betriebswirtschaftlichen Bachelor-Abschluss auf, dabei vor allem auf dem Bereich Internationales Management und Marketing. Verbindungen insbesondere zu den Modulen Cross-Cultural Management und Unternehmensführung und strategisches Controlling
Workload	125 h, davon Kontaktzeit: 32 h, Selbststudium: 93 h Vor- und Nachbereitung (intensives Literaturstudium) inkl. Klausurvorbereitung und Teilnahme
Literatur	In der jeweils aktuellen Auflage: Derresky, H. u. Miller, S.: International Management: Managing Across Borders and Cultures, Text and Cases, Pearson Doole, I. u. Lowe, R.: International Marketing Strategy, Thompson Hollensen, S.: Essentials of Global Marketing, Financial Times Prentice Hall Current literature with cases in international marketing
Sonstiges	Das Modul beinhaltet eine Exkursion ins Ausland.
Schlagworte:	International Management, International Marketing, Cross Cultural Communication
Letzte Änderung:	30.04.2024

ECO5180–AKTUELLE FRAGEN DER VOLKSWIRTSCHAFTSLEHRE UND DER WIRTSCHAFTSPOLITIK	
Kennziffer	ECO5180
Studiensemester	1
Level	Master-Niveau
Credits	5
SWS	32 Kontaktstunden
Häufigkeit	Einmal jährlich: Vorlesung im Wintersemester und Seminar im darauffolgenden Sommersemester
Zugehörige Lehrveranstaltungen	ECO5180
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Prüfungsart / Prüfungsdauer	PLK - 90 Minuten
Voraussetzungen für die Vergabe von Credits	erfolgreiches Bestehen der Prüfungsleistungen
Stellenwert des Moduls für die Endnote	Das Modul geht gewichtet mit seinen Credits in die Endnote ein.
Geplante Gruppengröße	Maximal 35 Studierende
Lehrsprache	Deutsch
Dauer des Moduls	1 Semester
Modulverantwortlicher	Moczadlo, Regina
Dozenten/Dozentinnen	Moczadlo, Regina
Fachgebiet	Volkswirtschaftslehre
Verwendbarkeit in anderen Modulen/Studiengängen	Keine
Lehrform	Interaktive Vorlesung mit Diskussionen zu ausgewählten Fragestellungen der Volkswirtschaftslehre
Ziele	Die Studierenden können: • Neuere Modelle der endogenen Wachstumstheorie analysieren und deren Aussagen auf ausgewählte Volkswirtschaften anwenden • Die Bedeutung von ökonomischen Institutionen für gesamtwirtschaftliche Entwicklungen sowie unternehmerische Entscheidungen erläutern • die Bedeutung wichtiger Fundamentaldaten und deren Entwicklung für internationale Investitionsentscheidungen (ausländische Direktinvestitionen) analysieren. • die Wirkungen von ausländischen Direktinvestitionen auf das Heimat- und das Gastland beurteilen. • die aktuellen wirtschaftspolitischen Entwicklungen in ausgewählten Volkswirtschaften (entwickelte Länder sowie Schwellenländer) beurteilen.

	sich eigenständig mit einer komplexen volkswirtschaftlichen Fragestellung unter Verwendung moderner Literatur und unter Berücksichtigung von gängigen volkswirtschaftlichen Theorien und Methoden sowie empirischen Erkenntnissen auseinandersetzen. Die Kompetenzziele des Moduls gehen damit deutlich über die üblicherweise von Bachelor-Studierenden erreichten Kompetenzen im Bereich der Volkswirtschaftslehre hinaus.
Inhalt	Diskussion von aktuellen volkswirtschaftlichen Fragestellungen mit konsequent internationalem Bezug. Hierzu werden eingangs die zugehörigen theoretischen Hintergründe und die verwendeten methodischen Ansätze, aufbauend auf den im Erststudium erworbenen volkswirtschaftlichen Kenntnisse eingehend analysiert und diskutiert. Diese neu erworbenen Kenntnisse in volkswirtschaftlicher Theorie und Methodik werden anschließend auf aktuelle Fragestellungen angewendet. Hierzu werden ausgewählte Kapitel von Berichten internationaler Organisationen, Teile des Sachverständigengutachtens und Fachaufsätzen zu spezifischen Fragestellungen herangezogen. Neben entwickelten Volkswirtschaften bilden Schwellenländer und deren gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen sowie deren Wirtschaftspolitik einen Schwerpunkt der Veranstaltung.
Verbindung zu anderen Modulen	Baut auf einem betriebswirtschaftlichen Bachelor-Abschluss auf, dabei werden Kenntnisse in den Themenbereiche Mikroökonomie, Makroökonomie und internationaler Volkswirtschaftslehre vorausgesetzt. Verbindungen zu einer Vielzahl anderer Module, insbesondere Sustainability and Corporate Social Responsibility und Unternehmensführung und Strategisches Controlling
Literatur	Aghion, Philippe, Howitt, Peter: The Economics of Growth, The MIT-Press, Cambridge, Massachusetts Feenstra, Robert: Advanced International Trade, Princeton University Press, Princeton Erlei, Mathias, Leschke, Martin, Sauerland, Dirk: Neue Institutionenökonomik, Schäffer-Poeschel, Stuttgart Ausgewählte Kapitel z.B. aus: - Sachverständigenrat für Wirtschaft: Aktuelles Jahresgutachten - UNCTAD: World Investment Report - IMF: World Economic Outlook - WTO: World Trade Report
Workload	125 h, davon Kontaktzeit: 32 h, Selbststudium: 93 h Vor- und Nachbereitung (intensives Literaturstudium) inkl. Klausurvorbereitung und Teilnahme
Sonstiges	-
Schlagworte	Nationale und internationale Wirtschaftspolitik, Globalisierung von Unternehmen, Konsequenzen von Fundamentaldatenentwicklungen für unternehmerische Entscheidungen.
Letzte Änderung	30.04.2024

CON5170 – CONTROLLING UND KOSTENMANAGEMENT	
Kennziffer	CON5170
Studiensemester	2
Level	Master-Niveau
Credits	5
SWS	32 Kontaktstunden
Häufigkeit	Einmal pro Jahr (WS)
zugehörige Lehrveranstaltungen	CON5170
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Prüfungsart / -dauer	PLK – 90 Minuten
Voraussetzung für die Vergabe von Credits	Bestehen der Klausur
Stellenwert der Modulnote für Endnote	Das Modul geht creditgewichtet in die Endnote ein.
Geplante Gruppengröße	Maximal 35 Studierende
Lehrsprache	Deutsch
Dauer des Moduls	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Patrick Kraus
Dozenten/Dozentinnen	Prof. Dr. Patrick Kraus
Fachgebiet / Studiengang	BWL
Lehrformen der Lehrveranstaltungen des Moduls	Vorlesung mit Fallstudien
Verwendbarkeit in anderen Modulen/Studiengängen	Keine
Ziele	Die Studierenden • kennen und verstehen die Grundzüge des Controllings in Interaktion mit dem Management • haben erste Einblicke in das strategische Controlling • verfügen über vertiefte Kenntnisse im Bereich des operativen Controllings • verfügen über vertiefte Kenntnisse der Kostenarten- Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung und sind in der Lage, praxisorientierte Fallstudien zu bearbeiten. • verfügen über einen Überblick über die Teilkostenrechnung in Abgrenzung zur Vollkostenrechnung. Die Kompetenzziele des Moduls gehen über die üblicherweise von Bachelor-Studierenden erreichten Kompetenzen hinaus.
Inhalte	• Einführung in das Controlling • Controlling und Management • Einführung in das strategische Controlling

	• Operatives Controlling und Kosten- und Leistungsrechnung • Teilkostenrechnung
Verbindung zu anderen Modulen	Legt die Basis für das Modul Unternehmensführung und Strategisches Controlling
Workload	125 h, davon Kontaktzeit: 32 h, Selbststudium: 93 h Vor- und Nachbereitung (intensives Literaturstudium) inkl. Klausurvorbereitung und Teilnahme
Literatur	In der jeweils aktuellen Auflage: <u>Basisliteratur:</u> Fischer, T. M./Möller, K./Schultze, W.: Controlling: Grundlagen, Instrumente und Entwicklungsperspektiven, Stuttgart <u>Ergänzende Literatur:</u> Horvath, P./ Gleich, R./ Seiter, M.: Controlling, München Joos-Sachse, T.: Controlling, Kostenrechnung und Kostenmanagement, Stuttgart Joras, W.: Kosten- und Leistungsrechnung, Einführung mit Aufgaben und Lösungen, Stuttgart
Sonstiges	-
Schlagworte:	Controlling, Managementprozess, strategisches Controlling, operatives Controlling, Kosten- und Leistungsrechnung
Letzte Änderung:	30.04.2024

GMT5175 – SUPPLY CHAIN MANAGEMENT UND OPERATIONS MANAGEMENT	
Kennziffer	GMT5175
Studiensemester	1
Level	Master-Niveau
Credits	5
SWS	32 Kontaktstunden
Häufigkeit	Einmal pro Jahr (WS)
zugehörige Lehrveranstaltungen	GMT5175
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Prüfungsart / -dauer	PLK – 90 Minuten
Voraussetzung für die Vergabe von Credits	Bestehen der Prüfungsleistung
Stellenwert der Modulnote für Endnote	Das Modul geht creditgewichtet in die Endnote ein.
Geplante Gruppengröße	Maximal 35 Studierende
Lehrsprache	Deutsch
Dauer des Moduls	1 Semester
Modulverantwortlicher	Weyer, Matthias
Dozenten/Dozentinnen	Weyer, Matthias
Fachgebiet / Studiengang	Wirtschaftsingenieurwesen
Lehrformen der Lehrveranstaltungen des Moduls	Vorlesung mit Übungen
Verwendbarkeit in anderen Modulen/Studiengängen	Keine
Ziele	Die Studierenden • verfügen über vertiefendes Wissen des Managements der Supply Chain sowie von Produktionssystemen. Dabei steht nicht nur die reine Wissensvermittlung von Terminologien, neuester Methoden und Prozessen oder Instrumenten des Lerngebiets im Vordergrund. Die Lehrinhalte können vielmehr in drei Rubriken aufgeteilt werden: ○ Vermittlung eines vertiefenden und neusten Kenntnisstandes zur Thematik, als Grundvoraussetzung des Managements bzw. des wissenschaftlichen Hinterfragens der Thematik. ○ Vermittlung eines Mindsets / einer Denkhaltung von Führungskräften im Umfeld der Materialwirtschaft und der Produktion, als Voraussetzung einer geeigneten Kommunikation und Führung in dieser Unternehmenseinheit und/oder zum besseren Verständnis der wissenschaftlichen Diskussionen (Aufbau von Empathie).

	○ Vermittlung von Managementtechniken zur Aktion und Reaktion auf zu managende Problemstellungen im Themenkomplex (Handlungsempfehlungen). Im Einzelnen • können die Studierenden sich mit planerischen Problem- und Aufgabenstellungen des Supply Chain Managements in globalen Warenströmen und Wertschöpfungsketten sowie des Produktionsmanagements bei internationalen Produktionsverbünden auseinandersetzen und haben des Produktionsmanagements bei internationalen Produktionsverbünden sowie auseinandersetzen und haben eine Basis mit diesem Fachwissen und der damit verbundenen speziellen Denkweise im betrieblichen Umfeld einen Mehrwert zu erzeugen, bzw. die Thematik in wissenschaftlicher Diskussion weiterzuführen. • erkennen die Studierenden die Vorteile eines holistischen Optimierungsansatzes, auch über Unternehmens- und Ländergrenzen hinweg, gegenüber individuellen Optimierungsansätzen und können diesen auch klar vertreten. • können die Studierenden eigenständig Optimierungen der globalen Supply Chain sowie eines Produktionssystems vornehmen, dazu anleiten und die wissenschaftliche Diskussion hierzu aufnehmen und weiterführen. • sind die Studierenden in der Lage, mit global agierenden Logistikern und Produzenten auf Augenhöhe zu diskutieren und kennen deren Terminologie und deren „Sprache“.
Inhalte	• Aufgaben, Kompetenzen und Verantwortung sowie Denkhaltung im globalen Supply Chain- und Produktionsmanagement • Der „Strategische Fit“ im Supply Chain Management • Das „Polylemma der Logistik“ • Der „Bullwhip-Effekt“ dessen Ursachen, Auswirkungen und mögliche Handlungsalternativen. • Produktionsstrategien und Produktionssysteme • Das „Fließsystemparadigma“ • Management- und Gestaltungsprinzipien des Produktions- und des Supply Chain- und Produktionsmanagements • Methoden der Prozess- und Layoutgestaltung • Gestaltung von Supply Chain Netzwerken unter Unsicherheit • Produktionsplanungs- und Steuerungssysteme • Produktionssystemoptimierung unter Lean-Gesichtspunkten • Gesamtoptimale Planung und Koordination des Material- und Güterflusses vom Rohstofflieferanten bis zum Endkunden • Trends und deren Auswirkungen auf Produktionssysteme und die Supply Chain (wie bspw. Industrie 4.0 und CPS)
Verbindung zu anderen Modulen	Ggfs. GMT5170 Unternehmensprojekt und/oder THE6070 Master Thesis
Workload	Kontaktzeit in der Lehrveranstaltung: 32 Stunden Übungsaufgaben = 36 Stunden Selbststudium (Vor- und Nachbereitung der Veranstaltungen und Übungen) = 22 Stunden

	Prüfungsvorbereitung = 35 Stunden
Literatur	In der jeweils aktuellen Auflage: Chopra, S., Meindl P.: Supply Chain Management - Strategy, Planning, and Operations, New Jersey. Brunner, F.J.: Japanische Erfolgskonzepte: KAIZEN, KVP, Lean Production Management, Total Productive Maintenance Shopfloor Management, Toyota Production Management, GD³ - Lean Development; München. Heizer, J.; Render, B.: Operations Management; New Jersey, USA. Thonemann, U.: Operations Management – Konzepte, Methoden und Anwendungen; München. <u>Allgemein</u> Einzelne Aufsätze aus diversen Zeitschriften wie z.B. Logistik heute, Logistik Management, Journal of Business Logistics, Automobilproduktion, International Journal of Production Research
Sonstiges	-
Schlagworte:	Supply Chain Management, Logistik, Produktionsmanagement, Lean Production
Letzte Änderung:	01.05.2024

GMT5170 – UNTERNEHMENSPROJEKT	
Kennziffer	GMT5170
Studiensemester	2 und 3
Level	Master-Niveau
Credits	11
SWS	24 Kontaktstunden
Häufigkeit	Einmal pro Jahr: - GMT5171 jeweils im Sommersemester - GMT5172 über Sommer- und Wintersemester
zugehörige Lehrveranstaltungen	GMT5171 - Projektmanagement (20 Kontaktstunden / 2 Credits) GMT5172 - Projektarbeit (4 Kontaktstunden / 8 Credits)
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Prüfungsart / -dauer	GMT5171 – UPL GMT5172 – PLP
Voraussetzung für die Vergabe von Credits	Bestehen der jeweiligen Prüfungsleistung
Stellenwert der Modulnote für Endnote	GMT5171 geht als unbewertete Prüfungsleistungen nicht in die Endnote ein; GMT5172 geht creditgewichtet in die Endnote ein.
Geplante Gruppengröße	Maximal 35 Studierende
Lehrsprache	Deutsch
Dauer des Moduls	2 Semester
Modulverantwortlicher	Foschiani, Stefan
Dozenten/Dozentinnen	GMT5171: Scheurer, Steffen GMT5172: verschiedene Professorinnen und Professoren der Hochschule Pforzheim (abhängig vom gewählten Projekt)
Fachgebiet / Studiengang	Verschiedene
Lehrformen der Lehrveranstaltungen des Moduls	- Seminaristischer Unterricht - Vorlesung mit Projektarbeit in Planspielform
Verwendbarkeit in anderen Modulen/Studiengängen	Keine
Ziele	<u>Projektmanagement</u> Die Studierenden sollen • projektmanagementorientierte Aufgabenstellungen analysieren können und Lösungswege ableiten und umsetzen. • dazu in der Lage sein Projektmanagement-Sachverhalte in den gesamten Unternehmenskontext einzuordnen und

	den Zusammenhang zwischen Projekt- und Prozessmanagement vertiefen. • die Potenziale und Grenzen des Projektmanagements für die Umsetzung von Unternehmensstrategien kennenlernen. • gruppendynamische Sachverhalte erleben und diese bewusst reflektieren sowie ihre eigenen Verhaltensweisen an die Anforderungen der praktischen Projektarbeit anpassen. • die besonderen interkulturellen Herausforderungen hinsichtlich der Methodenanwendung und der Methodenanwendung reflektieren. <u>Projektarbeit</u> Studierende • können komplexe Problemstellungen der Unternehmenspraxis systematisch und methodengestützt analysieren • zeigen umfassendes Fachwissen im bearbeiteten Projektumfeld • können ihre Analyseergebnisse und Vorschläge/Empfehlungen überzeugend in mündlicher und schriftlicher Form präsentieren Die Kompetenzziele des Moduls gehen damit über die üblicherweise von Bachelor-Studierenden erreichten Kompetenzen hinaus, insbesondere insoweit im Vorstudium keine kooperativen Unternehmensprojekte integriert waren.
Inhalte	<u>Projektmanagement</u> • Grundlagen des Projektmanagements • Projektstart • Projektplanung • Projektoptimierung • Projektdurchführung • Projektkontrolle • Risikomanagement in Projekten • Projektabschluss <u>Projektarbeit</u> • Auf der Grundlage eines Briefings werden Projekte einzeln oder von kleinen studentischen Teams eigenverantwortlich von der Planung bis zur Umsetzung bearbeitet. • Die konkrete Ausprägung der Problemstellung variiert und hängt von den jeweiligen Praxisprojekten ab.
Verbindung zu anderen Modulen	Verbindungen zu den Modulen Projektarbeit sowie Unternehmensführung und strategisches Controlling
Workload	GMT5171 - Kontaktzeit: 20 Stunden, Selbststudium: 30 Stunden GMT5172 - Kontaktzeit: 4 Stunden (Coachings), Projektarbeit (Projektstudie): 196 Stunden
Literatur	In der jeweils aktuellen Auflage: <u>Basisliteratur</u>

	Bea, F.X./ Scheurer, S./ Hesselmann, S.: Projektmanagement Patzak, G. / Rattay, G.: Leitfaden zum Management von Projekten, Projektportfolios und projektorientierten Unternehmen <u>Ergänzende Literatur</u> Fiedler, R.: Controlling von Projekten. Projektplanung, Projektsteuerung und Risikomanagement Kessler, H. / Winkelhofer, G.: Leitfaden zur Steuerung und Führung von Projekten Litke, H.-D.: Projektmanagement: Methoden, Techniken, Verhaltensweisen. Evolutionäres Projektmanagement Internationale Projektmanagementstandards: Project Management Institute: A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK®Guide) IPMA: ICB 4.0 (IPMA Competence Baseline)
Sonstiges	Die Projektarbeit erstreckt sich über zwei Semester. Es wird davon ausgegangen, dass der jeweilige Arbeitgeber das für ihn bearbeitete Projekt in Teilen während der Arbeitszeit bearbeiten lässt.
Schlagworte:	Projektmanagementinhalte, Projektmethoden, agiles Projektmanagement
Letzte Änderung:	29.04.2024

HRM5510 – PERSONALMANAGEMENT	
Kennziffer	HRM5510
Studiensemester	2 und 3
Level	Master-Niveau
Credits	6
SWS	Je 20 Kontaktstunden
Häufigkeit	Jeweils einmal pro Jahr im Winter- und Sommersemester
zugehörige Lehrveranstaltungen	HRM5511 - Change Management und Organizational Behavior (2. Semester, 20 Kontaktstunden / 3 Credits) HRM5512 - Leadership (3. Semester, 20 Kontaktstunden / 3 Credits)
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Prüfungsart / -dauer	HRM5511 – PLR HRM5512 – UPL
Voraussetzung für die Vergabe von Credits	HRM5511 – Bestehen des Referats HRM5512 – Bestehen der unbenoteten Prüfungsleistung
Stellenwert der Modulnote für Endnote	HRM5511 geht creditgewichtet in die Endnote ein. HRM5512 geht als unbewertete Prüfungsleistungen nicht in die Endnote ein.
Geplante Gruppengröße	Maximal 35 Studierende
Lehrsprache	Deutsch
Dauer des Moduls	2 Semester
Modulverantwortlicher	Eireiner, Cathrin
Dozenten/Dozentinnen	Eireiner, Cathrin
Fachgebiet / Studiengang	Personalmanagement
Lehrformen der Lehrveranstaltungen des Moduls	HRM5511: Vorlesung mit Fallstudien HRM5512: Seminaristischer Unterricht und Fallstudien
Verwendbarkeit in anderen Modulen/Studiengängen	Keine
Ziele	<u>Change Management und Organizational Behavior</u> Die Studierenden kennen die Gegenstandsbereiche des Organizational Behavior, die relevanten wissenschaftlichen Disziplinen sowie die Bedeutung für die Praxis. Sie können wesentliche organisationstheoretische Ansätze und die arbeitspsychologischen Hintergründe von Team- und Gruppenarbeit beschreiben. Sie kennen unterschiedliche Führungs- und Managementansätze und können einzelne Konzepte vertieft darstellen sowie in ihrer Bedeutung für praktisches organisationales Handeln reflektieren.

	Die Studierenden besitzen einen Überblick über die Grundlagen, die aktuellen Konzepte sowie die Methoden und Instrumente des Change Managements und der Organisationsentwicklung. Sie verfügen über ein Grundverständnis für das Prinzip der Mitarbeiterbeteiligung sowie die sozialpsychologischen Dynamiken bei Veränderungsprozessen. Sie sind in der Lage, die wesentlichen Beratungsansätze, die im Rahmen von Veränderungsprozessen Anwendung finden, zu verstehen und kritisch zu bewerten. <u>Leadership</u> Die Studierenden ... • haben ein solides Wissen über Führung und die einschlägigen klassischen und modernen Führungstheorien • haben ein weitreichendes Verständnis über spezifische aktuelle Führungsthemen im Spannungsfeld von wissenschaftlicher Theorie und unternehmerischer Praxis • sind fähig, eine eigenständige Position bezüglich Führungskompetenzen, Führungsprozessen und Führungsinstrumenten zu vertreten • sind in der Lage die Anwendungs- und Praxistauglichkeit von Führungskonzepten kritisch zu reflektieren Die Kompetenzziele des Moduls gehen damit deutlich über die üblicherweise von Bachelor-Studierenden erreichten Kompetenzen hinaus.
Inhalte	<u>Change Management und Organizational Behavior</u> Konzepte aus den Feldern • Change Management und Organisationsentwicklung • Organisationsdiagnose und Hypothesenbildung • Auftragsklärung in Beratungsprozessen • Phasen und Architektur von Veränderungsprozessen • Methodische Gestaltung von Mitarbeiterbeteiligung bei Veränderungsprozessen • Sozialpsychologische Dynamiken: Widerstände, Ängste, Energien; Interne Unternehmenskommunikation im Kontext von Veränderungsprozessen • Interventionsinstrumente, Rollen und Akteure des Change Management • Relevanz von Organizational Behavior für die betriebliche Praxis • Menschliches Verhalten und seine Bedeutung in Organisationen • Organisationstheorien und -formen • Arbeitspsychologische Grundlagen • Führungstheorien und Führungskonzepte, Organisationskultur und Mikropolitik <u>Leadership</u> • Bedeutung von Management und Führung für die UN-Praxis • Geschichte und Überblick • Eigenschaftstheoretische Ansätze • Verhaltens- und Stiltheoretische Ansätze

	• Situationstheoretische Ansätze • Transformationale Ansätze • Leadership vs. Management • Führen mit Zielen • Führung und Qualitätsmanagement • Management von Komplexität • Management im Demographischen Wandel • Diversity Management • Führung von virtuellen und internationalen Teams
Verbindung zu anderen Modulen	Verbindung zu den Trainings (Teambuilding/Konflikt- und Verhandlungsmanagement) und zum Modul Wirtschaftspsychologie
Workload	<u>Change Management und Organizational Behavior</u> Kontaktzeit in der Lehrveranstaltung: 20 Stunden Selbststudium (z.B. Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltung, Literaturstudium) und Vorbereitung Prüfungsleistung Referat: 42 Stunden <u>Leadership</u> Kontaktzeit in der Lehrveranstaltung: 20 Stunden Selbststudium (Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung, Literaturstudium und Übungen): 42 Stunden
Literatur	<u>Change Management und Organizational Behavior</u> In der jeweils aktuellen Auflage: Gairing, F.: Organisationsentwicklung als Lernprozess von Menschen und Systemen, Weinheim Doppler, K./Lauterburg, Ch.: Change Management. Frankfurt/New York Robbins, S. P./Judge T.A.: Organizational Behavior, Boston Rosenstiel, L. v./Regnet, E./Domsch, M. (Hrsg.): Führung von Mitarbeitern, Stuttgart Schreyögg, J.: Organisation. Grundlagen moderner Organisationsgestaltung, Frankfurt <u>Leadership</u> In der jeweils aktuellen Auflage: Blessin, B./ Wick, A.: Führen und führen lassen. Stuttgart Malik, F.: Führen, Leisten, Leben. Frankfurt/New York Northouse, P.: Leadership. Sage: Los Angeles von Rosenstiel, L./Regnet, E./Domsch, M. (Hrsg.): Führung von Mitarbeitern, Stuttgart Yukl, G.: Leadership in Organizations, Upper Saddle River
Sonstiges	-
Schlagworte:	Change Management, Veränderungsmanagement, Organisationsentwicklung, Führung, Verhalten, Mitarbeiterführung, Leadership, Management, Führen mit Zielen, Führungsinstrumente
Letzte Änderung:	28.04.2024

GMT6170 – WIRTSCHAFTSPSYCHOLOGIE	
Kennziffer	GMT6170
Studiensemester	3
Level	Master-Niveau
Credits	3
SWS	20
Häufigkeit	Einmal pro Jahr (SS)
zugehörige Lehrveranstaltungen	GMT6170
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Prüfungsart / -dauer	UPL
Voraussetzung für die Vergabe von Credits	Erfolgreiches Bestehen der unbenoteten Prüfungsleistung
Stellenwert der Modulnote für Endnote	Das Modul geht als unbewertete Prüfungsleistungen nicht in die Endnote ein.
Geplante Gruppengröße	Maximal 35 Studierende
Lehrsprache	Deutsch
Dauer des Moduls	1 Semester
Modulverantwortlicher	Föhl, Ulrich
Dozenten/Dozentinnen	Föhl, Ulrich
Fachgebiet / Studiengang	Media Management und Werbepsychologie
Lehrformen der Lehrveranstaltungen des Moduls	- Vorlesung mit Übungen - Fallstudien
Verwendbarkeit in anderen Modulen/Studiengängen	Keine
Ziele	Das Modul vermittelt fundiertes Grundwissen und Handlungskompetenz in verschiedenen psychologischen Teildisziplinen. Studierende entwickeln zentrale transformative Kompetenzen, die für die Bewältigung der Arbeitsaufgaben in einer Welt des Wandels unabdingbar sind. Studierende • lernen, Entscheidungssituationen rascher und treffsicherer zu bewältigen (Entscheidungskompetenz) • können das Verhalten anderer schneller und effektiver einschätzen (Urteilsfähigkeit) • sind in der Lage, offen zu kommunizieren, Spannungen auszugleichen und Dilemmata zu lösen (Dialog- und Konfliktfähigkeit / Kommunikationskompetenz) • entwickeln ein Verständnis für die Dynamik von Gruppen und Organisationen und lernen, Ambiguität sowie Unsicherheit als Selbstverständlichkeit zu akzeptieren (Veränderungskompetenz).

	Die Kompetenzziele des Moduls gehen damit weit über die üblicherweise von Bachelor-Studierenden erreichten Kompetenzen im Bereich Wirtschaftspsychologie hinaus.
Inhalte	• Notwendigkeit wirtschaftspsychologischen Handelns in einer sich ständig verändernden Wirtschaftswelt • Grundlagen der Betriebs- sowie der Markt- und Werbepsychologie • Verhalten in Gruppen / die eigene Rolle in Arbeitsgruppen / sozialer Einfluss, Einstellungen / Verhalten in/durch Gruppen • Betriebliche Kommunikation und Führung Organisationsentwicklung und Selbstmanagement in einer volatilen Welt und vor dem Hintergrund des Megatrends Digitalisierung
Verbindung zu anderen Modulen	Verbindungen insbesondere zu den Trainings (Teambuilding/Konflikt- und Verhandlungsmanagement) und den Modulen Change Management und Organizational Behaviour sowie Leadership. Verbindungen aber auch zu vielen anderen Modulen, wie z. B. Cross-Cultural Management und Unternehmensführung und strategisches Controlling.
Workload	Kontaktzeit in der Lehrveranstaltung: 20 Stunden Selbststudium (Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung, Literaturstudium und Übungen): 42 Stunden
Literatur	In der jeweils aktuellen Auflage: <u>Basisliteratur:</u> Wiswede, G: Einführung in die Wirtschaftspsychologie, Frankfurt a. M. <u>Ergänzende Literatur:</u> Brinkmann, R.; Angewandte Wirtschaftspsychologie, Hallbergmoos Hasenbein, M.: Mensch und KI in Organisationen: Einfluss und Umsetzung Künstlicher Intelligenz in wirtschaftspsychologischen Anwendungsfeldern, Berlin
Sonstiges	-
Schlagworte:	Wirtschaftspsychologie, Arbeitspsychologie, Organisationspsychologie, Markt- und Werbepsychologie
Letzte Änderung:	01.05.2024

GMT6175 – INNOVATIONSMANAGEMENT UND DIGITALE TRANSFORMATION	
Kennziffer	GMT6175
Studiensemester	3. Semester
Level	Master-Niveau
Credits	5
SWS	32
Häufigkeit	Einmal pro Jahr (Wintersemester)
zugehörige Lehrveranstaltungen	GMT6175
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Prüfungsart / -dauer	PLK - 90 Minuten
Voraussetzung für die Vergabe von Credits	Bestehen der Prüfungsleistung
Stellenwert der Modulnote für Endnote	Die Modulnote geht creditgewichtet in die Endnote ein.
Geplante Gruppengröße	Maximal 35
Lehrsprache	Deutsch
Dauer des Moduls	1 Semester
Modulverantwortlicher	Foschiani
Dozenten/Dozentinnen	N.N.
Fachgebiet / Studiengang	
Lehrformen der Lehrveranstaltungen des Moduls	Vorlesung mit Fallstudien und Übungen
Verwendbarkeit in anderen Modulen/Studiengängen	Keine
Ziele	Die Studierenden • erkennen und verstehen die Bedeutung von Innovationsprozessen und disruptiven Innovationen sowie die Chancen und Herausforderungen disruptiver Technologien. • kennen wichtige Ansätze und Methoden im Themenbereich und können ihre Vor- und Nachteile im konkreten Unternehmenskontext analysieren. • sind in der Lage, Transferstrategien zu entwickeln und die relevanten Prozesse im Unternehmenskontext zu entwerfen. • erwerben weiterführende Kenntnisse und Kompetenzen im Bereich digitale Transformation. • erkennen und verstehen die Auswirkungen der digitalen Transformation auf Wertschöpfungsstrukturen, Geschäftsmodelle, Strategien sowie primäre und sekundäre Aktivitäten.

	erwerben wichtige Kompetenzen hinsichtlich des Managements der digitalen Transformation. Die Kompetenzziele des Moduls gehen damit über die üblicherweise von Bachelor-Studierenden erreichten Kompetenzen hinaus.
Inhalte	- Innovationsprozesse und -struktur - Methoden und Instrumente in Innovationsprozessen - Bestimmung und Prognose von Trends im Bereich disruptive Technologien - Auswirkungen und Management disruptiver Technologien - Grundlagen der digitalen Transformation - Strategien und Geschäftsmodelle im Kontext der digitalen Transformation - Digitalisierung in ausgewählten Funktionsbereichen - Management digitaler Transformationsprozesse
Verbindung zu anderen Modulen	Querverbindungen insbesondere zu den Modulen Supply Chain und Operations Management, Digitales Marketing, Unternehmensführung und strategisches Controlling
Workload	125 h, davon Kontaktzeit: 32 h, Selbststudium: 93 h Vor- und Nachbereitung (intensives Literaturstudium) inkl. Vorbereitung auf Prüfungsleistung
Literatur	In der jeweils aktuellen Auflage: Hauschild, J./Salomo, S.: Innovationsmanagement, Vahlen Gassmann, O./Sutter, P.: Praxiswissen Innovationsmanagement: Von der Idee zum Markterfolg, Hanser Armstrong, P.: "Disruptive Technologies: Understand, Evaluate, Respond", Kogan Page Publishers Gassmann, O./Sutter, P.: Digitale Transformation gestalten – Geschäftsmodelle, Erfolgsfaktoren, Checklisten, Hanser Rogers, D.: The Digital Transformation Roadmap: Rebuild Your Organization for Continuous Change, Columbia University Press Hess, T.: Digitale Transformation strategisch steuern: Vom Zufallstreffer zum systematischen Vorgehen, Springer Gabler
Sonstiges	-
Schlagworte:	Innovationsmanagement, Technologiemanagement, disruptive Technologien, Digitalisierung, Transformationsprozesse
Letzte Änderung:	30.04.2024

MKT6120 – DIGITALES MARKETING	
Kennziffer	MKT6120
Studiensemester	3
Level	Master-Niveau
Credits	5
SWS	32
Häufigkeit	Einmal pro Jahr (Wintersemester)
zugehörige Lehrveranstaltungen	MKT6120
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Prüfungsart / -dauer	(PLH+PLR)/PLK - 90 Minuten
Voraussetzung für die Vergabe von Credits	Bestehen der Prüfungsleistung(en)
Stellenwert der Modulnote für Endnote	Die Modulnote geht creditgewichtet in die Endnote ein.
Geplante Gruppengröße	15-20
Lehrsprache	Deutsch
Dauer des Moduls	1 Semester
Modulverantwortlicher	Foschiani, Stefan
Dozenten/Dozentinnen	Althaus, Dennis
Fachgebiet / Studiengang	ABWL
Lehrformen der Lehrveranstaltungen des Moduls	Vorlesung mit Diskussion
Verwendbarkeit in anderen Modulen/Studiengängen	Keine
Ziele	Ziel dieser Lehrveranstaltung ist es, die Spezifika im digitalen Marketing zu vermitteln und einen fundierten Einblick in das Online-Marketing und sein Facetten zu geben Die Studierenden • lernen in der Wissensvertiefung die spezifische Fachsprache des Online-Marketing, die wichtigsten Online-Kommunikationsformen, den Online-Werbemarkt und den Planungsprozess der Online-Kommunikation, • können den Einsatz des Online-Marketing in der Produkt-, Preis- und Distributionspolitik systematisch planen und • kennen die Instrumente der Online-Marktforschung. Die Kompetenzziele des Moduls gehen damit deutlich über die üblicherweise von Bachelor-Studierenden erreichten Kompetenzen hinaus.
Inhalte	Online-Marketing übernimmt zunehmend die führende Rolle im Marketing eines Unternehmens. In dieser Veranstaltung lernen

	die Studierenden aufbauend auf allgemeinen Marketing-Vorkenntnissen in der Vertiefung die Planung und Umsetzung von Online-Marketingmaßnahmen. Sie lernen die speziellen Instrumente des Online-Marketing kennen und anzuwenden. Außerdem gewinnen sie Einblicke in die Bedeutung der neuen Medien und die wichtigsten Marktpartner. Schwerpunkte der Veranstaltung: • Einordnung in die Wissenschaftstheorie/Medienwissenschaft • Definition und Abgrenzung Online-Marketing • Online-Marketing in Produkt-, Preis-, Distributionspolitik • Online-Marketing bei internationalen Geschäftsmodellen • Die Unternehmenswebsite • Suchmaschinenmarketing (SEO/SEM) • Klassische Online-Werbung • Affiliate Marketing • Social Media Marketing/Virales Marketing • Mobile Marketing
Verbindung zu anderen Modulen	Vorgehenskonzepte der Veranstaltung Projektmanagement werden benötigt und Querverbindungen zu International Management hergestellt.
Workload	125 h, davon Kontaktzeit: 32 h, Selbststudium: 93 h Vor-/Nachbereitung, Literaturstudium, Vorbereitung Referat, Prüfungsvorbereitung
Literatur	<u>Basisliteratur:</u> Kreutzer, R.: Praxisorientiertes Online-Marketing, Gabler <u>Weiterführende Literatur:</u> Chaffey, D. und Ellis-Chatwick, F.: Digital Marketing. Strategy, Implementation and Practice. Pearson Kingsnorth, S.: Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing, Kogan Page
Sonstiges	-
Schlagworte:	Online-Marketing, Digitales Marketing
Letzte Änderung:	28.04.2024

GMT6180 – CROSS-CULTURAL MANAGEMENT	
Kennziffer	GMT6180
Studiensemester	3. Semester
Level	Master-Niveau
Credits	5
SWS	32
Häufigkeit	Einmal pro Jahr (Wintersemester)
zugehörige Lehrveranstaltungen	GMT6180
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Prüfungsart / -dauer	(PLH+PLR)/PLK - 90 Minuten
Voraussetzung für die Vergabe von Credits	Bestehen der Prüfungsleistung
Stellenwert der Modulnote für Endnote	Die Modulnote geht creditgewichtet in die Endnote ein.
Geplante Gruppengröße	Maximal 35
Lehrsprache	Englisch
Dauer des Moduls	1 Semester
Modulverantwortlicher	Foschiani
Dozenten/Dozentinnen	Mayer, Claude-Hélène
Fachgebiet / Studiengang	
Lehrformen der Lehrveranstaltungen des Moduls	- Vorlesung mit Fallstudien - Vorlesung mit Übungen
Verwendbarkeit in anderen Modulen/Studiengängen	Keine
Ziele	Die Studierenden • erkennen die Bedeutung eines cross-cultural Managements und verstehen die theoretischen und empirischen Grundlagen bezüglich des Einflusses unterschiedlicher Kulturen auf Unternehmens- und Personalführung. • können interkulturell divergierendes Verhalten und dessen Ursachen erkennen und erklären. • erkennen und verstehen, wie unterschiedliche Kulturen sich auf ein breites Spektrum von Managementthemen und -aufgaben auswirken (z. B. cross-cultural Kommunikation, Motivation, Leadership, Entscheidungsfindung, Konfliktmanagement, CSR). • erkennen generelle Kulturdimensionen und spezifische Kulturstandards und können diese auch differenzieren. • sind in der Lage, erworbenes Wissen über kulturelle Unterschiede anzuwenden, um die daraus resultierenden Herausforderungen und Chancen im Rahmen der

	Führung von Unternehmen in verschiedenen Ländern zu erkennen und zu beurteilen.
Inhalte	• Grundlagen des cross-cultural Managements • Konzepte der Kulturdimensionen • Interkulturelle Standards in verschiedenen Kulturregionen • Cross-cultural Führung von Unternehmen • Einfluss von Kultur auf verschiedene Managementfunktionen • Cross-cultural Kommunikation
Verbindung zu anderen Modulen	Baut auf einem betriebswirtschaftlichen Bachelor-Abschluss auf, dabei vor allem auf den Themenbereichen Unternehmensführung, Personalmanagement und internationales Management. Querverbindungen zu diversen Modulen, insbesondere zu den Modulen International Management, Konfliktmanagement, Sustainability and Corporate Social Responsibility, Wirtschaftspsychologie sowie Personalmanagement
Workload	125 h, davon Kontaktzeit: 32 h, Selbststudium: 93 h Vor- und Nachbereitung (intensives Literaturstudium) inkl. Vorbereitung auf Prüfungsleistung
Literatur	In der jeweils aktuellen Auflage: <u>Basisliteratur</u> Mayer, Claude-Hélène; Boness, Christian Martin Creating mental health across cultures - Coaching and training for managers <u>Ergänzende Literatur</u> Branine, M.: Managing Across Cultures: Concepts , Policies and Practices, London Dumetz J.: Cross-cultural Management textbook, Student Edition
Sonstiges	-
Schlagworte:	Cross-cultural Management, Interkulturelle Kommunikation, Kulturdimensionen, Interkulturelle Managementkompetenz
Letzte Änderung:	01.05.2024

ESR6020 – SUSTAINABILITY UND CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY	
Kennziffer	ESR6020
Studiensemester	3
Level	Master-Niveau
Credits	5
SWS	32 Stunden
Häufigkeit	Einmal pro Jahr (WS)
zugehörige Lehrveranstaltungen	ESR6020
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Prüfungsart / -dauer	PLK – 90 Minuten
Voraussetzung für die Vergabe von Credits	Bestehen der Prüfungsleistung
Stellenwert der Modulnote für Endnote	Das Modul geht creditgewichtet in die Endnote ein.
Geplante Gruppengröße	Maximal 35 Studierende
Lehrsprache	Deutsch
Dauer des Moduls	1 Semester
Modulverantwortlicher	Kilian-Yasin, Katharina
Dozenten/Dozentinnen	Kilian-Yasin, Katharina
Fachgebiet / Studiengang	
Lehrformen der Lehrveranstaltungen des Moduls	Seminaristischer Unterricht mit Fallstudien
Verwendbarkeit in anderen Modulen/Studiengängen	Keine
Ziele	Die Studierenden vertiefen erworbenes Management- und Methodenwissens bezüglich neuer Herausforderungen im Kontext von unternehmerischen Globalisierungsstrategien und Nachhaltiger Entwicklung, beispielsweise in Emerging Markets Studierende • Verstehen die Notwendigkeit der Übernahme von Unternehmensverantwortung für Nachhaltige Entwicklung angesichts der Grenzen traditioneller nationalökonomischer Vorstellungen in Zeiten nationaler und globaler Governance-Lücken • Sind in der Lage, Grundelemente eines Ethik- und Nachhaltigkeitsmanagements auf konkrete Fälle anzuwenden • Können ethische Herausforderungen im Unternehmenskontext erkennen, analysieren und lösen

	• Verstehen grundlegende Zusammenhänge und Probleme globaler nachhaltiger Entwicklung und daraus entstehende Unternehmensanforderungen • Sind in der Lage, für damit verbundene Risiken und Chancen, insbesondere in Entwicklungs- und Schwellenländern mit deutlichen Governance-Lücken, reflektierte, zielführende Unternehmensstrategien zu entwickeln • Kennen grundlegende globale CSR-Standards • Sind in der Lage Möglichkeiten und Probleme von unternehmerischen Nachhaltigkeitsstrategien und CSR kritisch zu reflektieren und deren Grenzen zu erkennen Die Kompetenzziele des Moduls gehen damit deutlich über die üblicherweise von Bachelor-Studierenden erreichten Kompetenzen hinaus.
Inhalte	CSR: neue Herausforderungen für Unternehmen • Grenzen volkswirtschaftlich-nationalökonomischer Vorstellungen zur Verankerung von Ethik und Nachhaltiger Entwicklung in Gesellschaft und Wirtschaft in Zeiten globaler und nationaler Governance-Lücken • Überblick über die Gesamtheit von Ursachen und Treibern einer CSR Notwendige neue Entscheidungen in Unternehmen • Zuschreibung von Unternehmensverantwortung für ethische Fragen und Nachhaltige Entwicklung durch gesellschaftliche Akteure aufgrund volkswirtschaftlichen Staats- und Marktversagens auf globaler Ebene Überblick: Elemente von Ethik- und Nachhaltigkeitsmanagement • Unternehmensstrategische Entscheidungen • Unternehmensorganisatorische Instrumente • Unternehmenskulturelle Instrumente • Stakeholderkommunikation und Globale CSR-Standards Anwendungen I: Ethische Konflikt- und Lösungspotenziale • Überblick: Ethische Grundlagen • Menschenrechte und Gerechtigkeit versus Nutzen- und Gewinnmaximierung? Praktische Fallbeispiele Anwendungen II: Konflikt- und Lösungspotenziale Nachhaltiger Unternehmensstrategien • Überblick: Grundlagen Nachhaltiger Entwicklung • Z. B.: Ökologie, Mikrofinanzierung, Kinderarbeit, Korruption... Praktische Fallbeispiele • Möglichkeiten, Probleme und Grenzen von unternehmerischen Nachhaltigkeitsstrategien und CSR
Verbindung zu anderen Modulen	Verbindungen vor allem zu den Modulen Aktuelle Fragen der Volkswirtschaftslehre und der Wirtschaftspolitik, Unternehmensführung und strategisches Controlling, International Management, Supply Chain und Operations Management, Accounting und Finance
Workload	Kontaktzeit: 32 h, Selbststudium: 93 h Vor- und Nachbereitung, inkl. Klausurvorbereitung und Teilnahme
Literatur	Jeweils neueste Auflage: <u>Basisliteratur:</u>

	Noll, Bernd: Wirtschafts- und Unternehmensethik in der Marktwirtschaft, Stuttgart: Kohlhammer. <u>Ergänzend und vertiefend:</u> Baumast, Annett; Pape, Jens: Betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement, Stuttgart: Ulmer/UTB Crane, Andrew; Matten, Dirk: Business Ethics Oxford, Oxford University Press. Hardtke, Arnd; Kleinfeld, Annette: Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen: Von der Idee der Corporate Social Responsibility zur Erfolgreichen Umsetzung, Wiesbaden: Gabler. Sandel, Michael J.: Gerechtigkeit. Wie wir das Richtige tun, Berlin: Ullstein
Sonstiges	-
Schlagworte:	Nachhaltige Entwicklung, Ethik, Unternehmensverantwortung,
Letzte Änderung:	28.04.2024

GMT6185 – UNTERNEHMENSFÜHRUNG UND STRATEGISCHES CONTROLLING	
Kennziffer	GMT6185
Studiensemester	1
Level	Master-Niveau
Credits	6
SWS	40
Häufigkeit	Einmal pro Jahr (SS)
zugehörige Lehrveranstaltungen	GMT6185
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Prüfungsart / -dauer	PLR + PLM
Voraussetzung für die Vergabe von Credits	Bestehen der Prüfungsleistungen
Stellenwert der Modulnote für Endnote	Das Modul geht creditgewichtet in die Endnote ein.
Geplante Gruppengröße	Maximal 35 Studierende
Lehrsprache	Deutsch
Dauer des Moduls	1 Semester
Modulverantwortlicher	Foschiani, Stefan
Dozenten/Dozentinnen	Foschiani, Stefan
Fachgebiet / Studiengang	ABWL
Lehrformen der Lehrveranstaltungen des Moduls	- Seminaristischer Unterricht - Vorlesung mit umfangreicher Fallstudienarbeit
Verwendbarkeit in anderen Modulen/Studiengängen	Keine
Ziele	Die Studierenden sind in der Lage: • die zentralen Problemstellungen des strategischen Managements/strategischen Controllings sowie die unterschiedlichen Perspektiven eines strategischen Managements zu verstehen und einzuordnen • volkswirtschaftliche Zusammenhänge und die Makroumwelt von Unternehmen als Rahmenbedingungen für strategische Führung zu erkennen und zu bewerten • Prozesse der Strategieentstehung (insbesondere der Strategieentwicklung) zu verstehen und zu beurteilen • ausgewählte, über die üblicherweise in Bachelorstudiengängen behandelten Ansätze hinausgehende Konzepte und Instrumente der strategischen Analyse zu verstehen und anzuwenden • ausgewählte Ansätze der Strategieentwicklung/-formulierung auf den verschiedenen Planungsebenen zu verstehen, zu bewerten und anzuwenden

	• Probleme der Strategieumsetzung in Unternehmen zu erkennen und entsprechende Lösungsansätze/Instrumente zu verstehen und anzuwenden • ausgewählte Ansätze der strategischen Kontrolle und des strategischen Performance-Measurements zu verstehen und anzuwenden • die erworbenen Kenntnisse in umfangreichen, praxisorientierten Fallstudien erfolgreich umzusetzen. Die Kompetenzziele des Moduls gehen damit deutlich über die üblicherweise von Bachelor-Studierenden erreichten Kompetenzen hinaus.
Inhalte	• Ausgewählte theoretische Konzepte der strategischen Unternehmensführung und des strategischen Controllings • Strategische Analyse - Einflusskräfte der Unternehmensumwelt - Unternehmensinterne Einflusskräfte • Der normative Rahmen des strategischen Managements - Vision, Mission, Leitbild - Strategische Ziele • Strategieformulierung und –bewertung - auf der Gesamtunternehmensebene - auf der Geschäftsfeldebene - auf der Funktionsbereichsebene • Strategieimplementierung • Strategische Kontrolle und Performance-Messung
Verbindung zu anderen Modulen	Baut auf einem betriebswirtschaftlichen Bachelor-Abschluss auf, dabei vor allem auf den Grundlagen der Unternehmensführung und des Controlling, Querverbindungen zu nahezu allen anderen Modulen des Studiengangs
Workload	Kontaktzeit: 40 Stunden Selbststudium (inkl. Präsentation und Prüfungsvorbereitung): 85 Stunden
Literatur	Jeweils neueste Auflage: <u>Basisliteratur:</u> Johnson, G./ Scholes, K./ Whittington, R.: Strategisches Management, München <u>Ergänzende Literatur:</u> Baum, H.-G./Coenenberg, A./Günther, T.: Strategisches Controlling, Stuttgart Mintzberg, H./Lampel, J./Quinn, J./Ghoshal, S.: The StrategyProcess, London Müller-Stewens, G./ Lechner, C.: Strategisches Management, Stuttgart Welge, M. K./ Al-Laham, A., Eulerich, M.: Strategisches Management, Wiesbaden
Sonstiges	-
Schlagworte:	Strategisches Management, Strategisches Controlling, Strategische Analyse, Strategieprozesse, Strategieimplementierung, Strategiebewertung
Letzte Änderung:	01.05.2024

THE6070 – THESIS	
Kennziffer	THE6070
Studiensemester	4
Level	Master-Niveau
Credits	15
SWS	-
Häufigkeit	Jederzeit
zugehörige Lehrveranstaltungen	-
Teilnahmevoraussetzungen	Erfüllung evtl. Auflagenfächer
Prüfungsart / -dauer	PLT
Voraussetzung für die Vergabe von Credits	Erfolgreiches Bestehen der Prüfungsleistung
Stellenwert der Modulnote für Endnote	Das Modul geht creditgewichtet in die Abschlussnote ein.
Geplante Gruppengröße	1-2 (in jedem Fall mit individuell zu bewertender Leistung)
Lehrsprache	Deutsch
Dauer des Moduls	1 Semester
Modulverantwortlicher	Foschiani, Stefan
Dozenten/Dozentinnen	Professoren der Hochschule Pforzheim, abhängig vom gewählten Thema/Projekt
Fachgebiet / Studiengang	Verschiedene Bereiche
Lehrformen der Lehrveranstaltungen des Moduls	Thesisarbeit
Verwendbarkeit in anderen Modulen/Studiengängen	Keine
Ziele	- Die Studierenden zeigen mit dieser schriftlichen Abschlussarbeit, dass sie selbstständig und souverän in der Lage sind, ein anspruchsvolles Thema aus seinem Unternehmensumfeld aufzugreifen, zu analysieren, zu bewerten und eigenständige und professionelle Lösungen abzuleiten. - Es kann auch ein forschungsbezogenes Thema oder ein theoretisches Thema gewählt werden, das in einer schriftlichen Arbeit selbstständig und souverän bearbeitet wird. Die an die Master Thesis anzulegenden Ansprüche an die damit nachgewiesenen Kompetenzen, insb. instrumentale und systemische Kompetenzen, übersteigen die einer Bachelor-Thesis deutlich.
Inhalte	Die konkrete Ausprägung der Problemstellung variiert und hängt vom jeweiligen Thema ab
Verbindung zu anderen Modulen	Abhängig vom gewählten Thema

Workload	Thesisbearbeitung 375 Stunden
Literatur	Abhängig vom gewählten Thema
Sonstiges	Es wird empfohlen, die Thesis erst nach Ablegung der Credits der ersten drei Studiensemester zu bearbeiten.
Schlagworte:	Thesis
Letzte Änderung:	28.04.2024

Auflagenmodule

LAW5040 – AKTUELLE FRAGEN DES WIRTSCHAFTSRECHTS	
Kennziffer	LAW5040
Studiensemester	1. Semester (Auflagenfach)
Level	Master-Niveau
Credits	6
Kontaktzeit	36
Häufigkeit	Einmal pro Jahr im WS
zugehörige Lehrveranstaltungen	LAW5040
Teilnahmevoraussetzungen	Grundlagen des Wirtschaftsrechts aus Bachelor-Studium
Prüfungsart / -dauer	PLK – 90 Minuten
Voraussetzung für die Vergabe von Credits	Bestehen der Prüfungsleistung
Stellenwert der Modulnote für Endnote	Das Modul geht als Auflagenfach nicht in die Endnote ein.
Geplante Gruppengröße	Max. 35 Studierende
Lehrsprache	Deutsch
Dauer des Moduls	1 Semester
Modulverantwortlicher	Jautz, Ulrich
Dozenten/Dozentinnen	Jautz, Ulrich
Fachgebiet / Studiengang	Wirtschaftsrecht
Lehrformen der Lehrveranstaltungen des Moduls	Seminaristischer Unterricht
Verwendbarkeit in anderen Modulen/Studiengängen	Keine
Ziele	Studierende • haben ein auf dem Bachelor-Niveau aufbauendes vertieftes Wissen im nationalen und internationalen Wirtschaftsrecht • sind in der Lage, sich innerhalb kurzer Zeit in neue, weniger bekannte Rechtsgebiete einzuarbeiten und damit ihr Wissen zu verbreitern • sind in der Lage, schwierige Gesetzesvorschriften und Urteile zu komplexen Rechtsfällen zu interpretieren • können unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden in der Praxis verwertbare Lösungen für komplexe Rechtsprobleme entwickeln • sind in der Lage, ihre Lösungsansätze und Argumente in schriftlicher Form klar und überzeugend darzustellen • sind in der Lage, ihre Lösungsansätze und Argumente klar und überzeugend zu präsentieren

Inhalte	Aktuelle Fragen des Wirtschaftsrechts, insb. aus den Bereichen des Arbeitsrechts, Gesellschaftsrechts sowie des internationalen Handelsrechts
Verbindung zu anderen Modulen	Abhängig von den ausgewählten aktuellen Themen.
Workload	150 h, davon Kontaktzeit: 36 h, Selbststudium: 114 h Vor-/Nachbereitung, Literaturstudium, Prüfungsvorbereitung
Literatur	Abhängig von den ausgewählten aktuellen Themen Müssig, Wirtschaftsprivatrecht, C.F. Müller Eisenmann/Jautz, Grundriss Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht, C.F. Müller Jünger, Arbeitsrecht, C.F. Müller Gildegg/Willburger, Internationale Handelsgeschäfte, Vahlen Roth/Weller Handels- und Gesellschaftsrecht, Vahlen
Sonstiges	Dieses Auflagenfach ist von denjenigen Studierenden zu belegen, deren Erststudium nicht in genügendem Umfang Wirtschaftsrechtskenntnisse vermittelt hatte (z.B. typischerweise Wirtschaftsingenieure) oder aber soweit dies zur Erfüllung fehlender Credits aus einem Erststudium mit weniger als 210 Credits ggf. erforderlich ist. Die Credits des Auflagenfachs sind vor der Bearbeitung der Thesis nachzuweisen.
Schlagworte:	Arbeitsrecht, Gesellschaftsrecht, Internationales Handelsrecht
Letzte Änderung:	30.04.2024

AQM5020 – QUANTITATIVE METHODEN FÜR FÜHRUNGSKRÄFTE (BUSINESS ANALYTICS)	
Kennziffer	AQM5020
Studiensemester	1. Semester (Auflagenfach)
Level	Master-Niveau
Credits	6
Kontaktzeit	36
Häufigkeit	Einmal pro Jahr im WS
zugehörige Lehrveranstaltungen	AQM5020
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Prüfungsart / -dauer	PLL/PLH – 90 Minuten
Voraussetzung für die Vergabe von Credits	Bestehen der Prüfungsleistung(en)
Stellenwert der Modulnote für Endnote	Das Modul geht als Auflagenfach nicht in die Endnote ein.
Geplante Gruppengröße	Max. 35 Studierende
Lehrsprache	Deutsch
Dauer des Moduls	1 Semester
Modulverantwortlicher	Föhl, Ulrich
Dozenten/Dozentinnen	Föhl, Ulrich
Fachgebiet / Studiengang	Media Management und Werbepsychologie
Lehrformen der Lehrveranstaltungen des Moduls	Seminaristischer Unterricht
Verwendbarkeit in anderen Modulen/Studiengängen	
Ziele	Studierende können am Ende des Kurses • sichere Entscheidungen über den Einsatz multivariater Verfahren treffen, • einfache statistische Modelle und fortgeschrittene Verfahren der multivariaten Analyse anwenden, • mit statistischen Softwarepaketen arbeiten, • komplexe statistische Daten aufbereiten, analysieren und interpretieren
Inhalte	• Univariate, bivariate und multivariate Statistik: Wissensvertiefung insbesondere im Bereich regressionsanalytischer Verfahren (Vorgehen bei der Modellbildung, weiterführende Formen der Regression wie logistische Regression), Wissensverbreiterung durch Vermittlung eines umfassenden Überblicks zu strukturprüfenden und –entdeckenden Verfahren (ANOVA, Clusteranalyse, konfirmatorische und explorative Faktorenanalyse, Conjointanalyse, Multidimensionale Skalierung)

	• Einführung in Software-Pakete für multivariate und ökonomische Analysen • Datentransformation und -analyse • Interpretation komplexer statistischer Daten
Verbindung zu anderen Modulen	Verbindung zum Modul Accounting und Finance
Workload	150 h, davon Kontaktzeit: 36 h, Selbststudium: 114 h Vor-/Nachbereitung, Bearbeitung der Hausarbeit
Literatur	Jeweils in neuester Auflage <u>Basisliteratur:</u> Janssens, W.; Wijnen, K., Pelsmacker de; P., Kenvove van, P.: Marketing Research with SPSS, Essex, Pearson Education. <u>Ergänzende Literatur:</u> Anderson, D. R., Sweeney, D.J., Williams T.A.: Statistics for Business and Economics, Mason.Backhaus, K., Erichson, B., Weiber, R: Fortgeschrittene Multivariate Analysemethoden, Berlin, Springer Gabler Malhotra, N. K.; Birks, D.F.: Marketing Research. An Applied Approach, Pearson. Greene, W.H.: Econometric Analysis, New Jersey.
Sonstiges	Dieses Auflagenfach ist von denjenigen Studierenden zu belegen, deren Erststudium nicht in genügendem Umfang Kenntnisse der Quantitativen Methoden vermittelt hatte (z.B. typischerweise Wirtschaftsjuristen) oder aber soweit dies zur Erfüllung fehlender Credits aus einem Erststudium mit weniger als 210 Credits ggfs. erforderlich ist. Die Credits des Auflagenfachs sind vor der Bearbeitung der Thesis nachzuweisen.
Schlagworte:	Quantitative Methoden, multivariate Verfahren, statistische Verfahren
Letzte Änderung:	30.04.2024