



MODULHANDBUCH

MASTER

MANAGEMENT

MBA

Stand: November 2015

INHALTSVERZEICHNIS

Abkürzungsverzeichnis.....	2
Alignment Matrix.....	3
Pflichtbereich.....	4
<i>SIC5070 – Soft Skills / Trainings</i>	4
<i>GMT5160 – Lean Production und Supply Chain Management</i>	9
<i>ACC6021 – Grundlagen der Rechnungslegung nach IFRS</i>	12
<i>CON5051 – Kostenrechnung und Controlling</i>	14
<i>ECO5070 – Aktuelle Fragen der Volkswirtschaftslehre und der Wirtschaftspolitik</i>	16
<i>FIN5010 – Finanzmanagement</i>	19
<i>MKT5130 – International Marketing</i>	22
<i>GMT5170 – Unternehmensprojekt</i>	24
<i>HRM5500 – Personalmanagement</i>	27
<i>ESR6020 – Sustainability und Corporate Social Responsibility</i>	30
<i>GMT6120 – Unternehmensführung und Strategisches Controlling</i>	33
<i>THE6070 – Thesis</i>	35
Wahlpflichtbereich Internationales Management	37
<i>GMT6151 – Strategische Führung internationaler Unternehmen</i>	37
<i>GMT6152 – Interkulturelles Management</i>	39
Wahlpflichtbereich Marketing.....	41
<i>MKT6031 – Digitales Marketing</i>	41
<i>MKT6032 – Innovative Markenführung</i>	43
Auflagenmodule	45
<i>LAW5040 – Aktuelle Fragen des Wirtschaftsrechts</i>	45
<i>AQM5020 – Quantitative Methoden für Führungskräfte (Business Analytics)</i>	47

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

Alignment Matrix

Module	Wissensverbreiterung	Wissensvertiefung	Instrumentale Kompetenz	Systemische Kompetenz	Kommunikative Kompetenzen
Pflichtmodule					
SIC5070	X		X		X
GMT5160	X	X	X		
ACC6021	X	X	X		
CON5051	X	X	X		
ECO5070		X	X	X	X
FIN5010	X	X	X		
MKT5130	X	X	X		X
GMT5170		X	X	X	X
HRM5500	X	X	X		X
ESR6020		X	X	X	X
GMT6120		X	X	X	X
THE6070				X	X
Wahlpflichtmodule					
1a. GMT6151		X	X	X	
1b. GMT6152		X	X		X
oder					
2a. MKT6031		X	X		X
2b. MKT6032		X	X	X	X
Auflagenmodule					
LAW5040	X	X	X		
AQM5020	X	X	X		

Pflichtbereich

SIC5070 – SOFT SKILLS / TRAININGS	
Kennziffer	SIC5070
Studiensemester	1
Level	Master-Niveau
Credits	5
SWS	52 Kontaktstunden
Häufigkeit	Einmal pro Jahr
zugehörige Lehrveranstaltungen	SIC5071 - Wissenschaftliches Arbeiten (12 Kontaktstunden / 1 Credit), SIC5072 - Teambuilding (20 Kontaktstunden / 2 Credits), SIC5074 - Betriebliches Konfliktmanagement (20 Kontaktstunden / 2 Credits)
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Prüfungsart / -dauer	SIC5071 - Wissenschaftliches Arbeiten - UPL SIC5072 - Teambuilding - UPL SIC5074 - Betriebliches Konfliktmanagement – 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 / Grebe, Simon
Fachgebiet / Studiengang	ABWL
Lehrformen der Lehrveranstaltungen des Moduls	- Seminaristischer Unterricht - Übung
Verwendbarkeit in anderen Modulen/Studiengängen	Keine
Ziele	<u>Wissenschaftliches Arbeiten:</u> Studierende <ul style="list-style-type: none"> • verstehen Zweck, Ziele und Anforderungen wissenschaftlichen Arbeitens • kennen und verstehen zentrale Konzepte der Wissenschaftstheorie

	<ul style="list-style-type: none"> • 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. <p><u>Teambuilding</u></p> <p>Studierende</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 <p><u>Betriebliches Konfliktmanagement</u></p> <p>Studierende</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 <p>Die Kompetenzziele von SIC5072 und SIC5074 gehen damit deutlich über die üblicherweise von Bachelor-Studierenden erreichten Kompetenzen hinaus.</p>
<p>Inhalte</p>	<p><u>Wissenschaftliches Arbeiten:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 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

	<p><u>Teambuilding</u></p> <p>A: Teamgestaltung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Differenzierung und Anwendungsfelder von Gruppen und Teams • Developmental Sequences in Teams: Forming, Storming, Norming and Performing • The FISH! Philosophy: Ein Motivationskonzept für nachhaltigen Teamerfolg <p>B: Teamrollen und Persönlichkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> • The Herrmann-Brain-Dominance-Instrument (HBDI): Ein Analyseinstrument für Denkstilpräferenzen in Teamstrukturen • Diversity Management in der Praxis: Würdigung der Vielfalt, Leben von Einzigartigkeit <p>C: Teamführung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Strategische Einsatzplanung von Teammitgliedern • Optimierung und Sicherung einer high-performance Meeting-Kultur • Leadership-Prinzipien im operativen Teamalltag <p><u>Betriebliches Konfliktmanagement</u></p> <p><u>A: Konfliktentstehung</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 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, Bos-sing, Staffing und Chairing <p><u>B: Konfliktlösungen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 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
<p>Verbindung zu anderen Modulen</p>	<p>Vor allem zum Modul HRM5500 Personalmanagement</p>

Workload	Kontaktzeit: 52 Stunden, Selbststudium/Hausarbeiten: 73 Stunden
Literatur	<p>In der jeweils aktuellen Auflage:</p> <p><u>Wissenschaftliches Arbeiten:</u></p> <p><u>Basisliteratur</u> Theisen, M.: Wissenschaftliches Arbeiten. Technik, Methodik, Form, München</p> <p><u>Ergänzende Literatur</u> Beck, H.: Recherchieren, Strukturieren, Präsentieren: So überzeugen Sie in Abschlussarbeiten, Artikeln, Reports und Vorträgen, München Björk, L./Räsänen, C.: Academic Writing. A University Writing Course, Kopenhagen Brink, A.: Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten im Bachelor-, Master- und Diplomstudium, München/Wien Franck, N./Sary, J.: Die Technik wissenschaftlichen Arbeitens. Eine praktische Anleitung, Paderborn</p> <p><u>Teambuilding</u></p> <p><u>Basisliteratur:</u> Rolf van Dick und Michael A. West: Teamwork, Teamdiagnose und Teamentwicklung: Praxis der Personalpsychologie, Hogrefe Verlag</p> <p><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</p> <p><u>Betriebliches Konfliktmanagement</u></p> <p><u>Basisliteratur:</u> Peter T. Colemann: The Handbook of Conflict Resolution, John Wiley & Sons</p> <p><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</p>
Sonstiges	

Schlagworte:	Wissenschaftliches Arbeiten, Wissenschaftstheorie, Informationsmanagement, Literaturarbeit, Teamgestaltung, Teamführung, Persönlichkeit, Teamentwicklung, Rollen, Konflikterkennung, Konfliktsteuerung, Kommunikation, Konfliktlösung, Konfliktkultur
Letzte Änderung:	28. November 2015

GMT5160 – LEAN PRODUCTION UND SUPPLY CHAIN MANAGEMENT	
Kennziffer	GMT5160
Studiensemester	1
Level	Master-Niveau
Credits	5
SWS	2
Häufigkeit	Einmal pro Jahr (WS)
zugehörige Lehrveranstaltungen	GMT5160
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	---
Ziele	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • verfügen über vertiefendes Wissen des Managements von Produktionssystemen sowie der Supply Chain. 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: <ul style="list-style-type: none"> ○ Vermittlung eines vertiefenden und neusten Kenntnisstandes zur Thematik, als Grundvoraussetzung des Managements bzw. des wissenschaftlichen Hinterfragens der Thematik (Wissenserweiterung und -vertiefung). ○ 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).

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Vermittlung von Managementtechniken zur Aktion und Reaktion auf zu managende Problemstellungen im Themenkomplex (Handlungsempfehlungen). <p>Im Einzelnen</p> <ul style="list-style-type: none"> • können die Studierenden sich mit planerischen Problem- und Aufgabenstellungen des Produktionsmanagements bei internationalen Produktionsverbänden sowie des Supply Chain Managements in globalen Warenströmen und Wertschöpfungsketten 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 eines Produktionssystems sowie der Supply Chain vornehmen, dazu anleiten und die wissenschaftliche Diskussion hierzu aufnehmen und weiterführen. • sind die Studierenden in der Lage, mit global agierenden Produzenten und Logistikern auf Augenhöhe zu diskutieren und kennen deren Terminologie und deren „Sprache“.
<p>Inhalte</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aufgaben, Kompetenzen und Verantwortung sowie Denkhaltung im globalen Produktions- und Supply Chain Management • Produktionsstrategien und Produktionssysteme • Der „Strategische Fit“ im Supply Chain Management • Das „Polylemma der Logistik“ • Der „Bullwhip-Effekt“ dessen Ursachen, Auswirkungen und mögliche Handlungsalternativen. • Das „Fließsystemparadigma“ • Management- und Gestaltungsprinzipien des Produktions- und des Supply Chain Managements • 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)
<p>Verbindung zu anderen Modulen</p>	<p>Ggfs. GMT5170 Unternehmensprojekt und/oder THE6070 Master Thesis</p>
<p>Workload</p>	<p>Kontaktzeit in der Lehrveranstaltung: 32 Stunden Übungsaufgaben = 36 Stunden Selbststudium (Vor- und Nachbereitung der Veranstaltungen und Übungen) = 22 Stunden Prüfungsvorbereitung = 35 Stunden</p>
<p>Literatur</p>	<p>In der jeweils aktuellen Auflage:</p>

	<p>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.</p> <p><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</p>
Sonstiges	-
Schlagworte:	Produktionsmanagement, Supply Chain Management, Logistik, Lean Production
Letzte Änderung:	28. November 2015

ACC6021 – GRUNDLAGEN DER RECHNUNGSLEGUNG NACH IFRS	
Kennziffer	ACC6021
Studiensemester	1. Semester
Level	Master-Niveau
Credits	5
SWS	32
Häufigkeit	Einmal pro Jahr (Wintersemester)
zugehörige Lehrveranstaltungen	ACC6021
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	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • erwerben Grundwissen bezüglich der internationalen Rechnungslegung nach IFRS. • 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). kennen die zentralen Bestandteile der internationalen Rechnungslegungsgrundsätze nach IFRS. • können ferner auch bilanzielle Einzelfragen des IFRS-Einzel- und Konzernabschlusses selbständig beurteilen und bewerten sowie kritisch zu hinterfragen. • kennen die Unterschiede zur Rechnungslegung nach HGB und sind in der Lage, die Rechnungslegungsgrundsätze nach HGB und IFRS vergleichend zu analysieren.

	<p>Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls jeweils aktuelle Fragen der externen Rechnungslegung nach IFRS identifizieren und sind in der Lage Sachverhalte anhand konkreter Fallbeispiele zu identifizieren, einzuordnen sowie kritisch zu hinterfragen.</p> <p>Die Kompetenzziele des Moduls gehen damit deutlich über die üblicherweise von Bachelor-Studierenden erreichten Kompetenzen im Bereich der handelsrechtlichen Rechnungslegung hinaus.</p>
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • 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
Verbindung zu anderen Modulen	Baut auf einem betriebswirtschaftlichen Bachelor-Abschluss auf, dabei vor allem auf den Themenbereichen: Handelsbilanzen, Investition und Finanzierung
Workload	125 h, davon Kontaktzeit: 32 h, Selbststudium: 93 h Vor- und Nachbereitung (intensives Literaturstudium) inkl. Klausurvorbereitung und Teilnahme
Literatur	<p>In der jeweils aktuellen Auflage:</p> <p><u>Basisliteratur:</u> Pellens/Füllbier/Gassen/Sellhorn: Internationale Rechnungslegung, Stuttgart u.a. Aktuelle IFRS-Texte (englisch-deutsch)</p> <p><u>Ergänzende Literatur:</u> Buchholz, Internationale Rechnungslegung, Berlin Beck'scher Bilanz-Kommentar: Der Jahresabschluss nach Handels- und Steuerrecht, München Coenenberg: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Stuttgart</p> <p>Verschiedene Übungsbücher (z. B. Kirsch, Übungen zur internationalen Rechnungslegung nach IFRS)</p>
Sonstiges	-
Schlagworte:	Einzelabschluss, Konzernabschluss, IAS, IFRS, HGB, Konzernlagebericht
Letzte Änderung:	28. November 2015

CON5051 – KOSTENRECHNUNG UND CONTROLLING	
Kennziffer	CON5051
Studiensemester	1
Level	Master-Niveau
Credits	5
SWS	32 Kontaktstunden
Häufigkeit	Einmal pro Jahr (WS)
zugehörige Lehrveranstaltungen	CON5051
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. Michael Terporten
Dozenten/Dozentinnen	Prof. Dr. Michael Terporten
Fachgebiet / Studiengang	BWL
Lehrformen der Lehrveranstaltungen des Moduls	Vorlesung mit Fallstudien
Verwendbarkeit in anderen Modulen/Studiengängen	Keine
Ziele	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen und verstehen die Grundzüge des Controllings in Interaktion mit dem Management • haben Einblicke in das strategische Controlling (exemplarisch behandelt anhand der langfristigen Unternehmensplanung) • verfügen über vertiefte Kenntnisse im Bereich des operativen Controlling (exemplarisch behandelt anhand der Kosten- und Leistungsrechnung) • 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. <p>Die Kompetenzziele des Moduls gehen über die üblicherweise von Bachelor-Studierenden erreichten Kompetenzen hinaus.</p>

Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das Controlling • Controlling und Management • Einführung in das strategische Controlling und die langfristige Unternehmensplanung • Operatives Controlling und Kosten- und Leistungsrechnung • Teilkostenrechnung
Verbindung zu anderen Modulen	<p>Baut auf einem betriebswirtschaftlichen Bachelor-Abschluss auf, dabei vor allem auf dem Bereich Kosten- und Leistungsrechnung.</p> <p>Legt die Basis für GMT6151 Strategische Führung internationaler Unternehmen und insbesondere GMT6120 Unternehmensführung und Strategisches Controlling (Capstone)</p>
Workload	125 h, davon Kontaktzeit: 32 h, Selbststudium: 93 h Vor- und Nachbereitung (intensives Literaturstudium) inkl. Klausurvorbereitung und Teilnahme
Literatur	<p>In der jeweils aktuellen Auflage:</p> <p><u>Basisliteratur:</u> Fischer, T. M./Möller, K./Schultze, W.: Controlling: Grundlagen, Instrumente und Entwicklungsperspektiven, Stuttgart</p> <p><u>Ergänzende Literatur:</u> Horvath, P./ Gleich, R./ Seiter, M.: Controlling, München Joos-Sachse, T.: Controlling, Kostenrechnung und Kostenmanagement, Stuttgart Jorasz, W.: Kosten- und Leistungsrechnung, Einführung mit Aufgaben und Lösungen, Stuttgart</p>
Sonstiges	-
Schlagworte:	Controlling, Managementprozess, strategisches Controlling, operatives Controlling, Kosten- und Leistungsrechnung
Letzte Änderung:	28. November 2015

ECO5070 – AKTUELLE FRAGEN DER VOLKSWIRTSCHAFTSLEHRE UND DER WIRTSCHAFTSPOLITIK	
Kennziffer	ECO5070
Studiensemester	1 und 2
Level	Master-Niveau
Credits	7
SWS	44 Kontaktstunden
Häufigkeit	Einmal jährlich: Vorlesung im Wintersemester und Seminar im darauffolgenden Sommersemester
Zugehörige Lehrveranstaltungen	ECO5070
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Prüfungsart / Prüfungsdauer	PLH+PLR+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	2 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 im ersten Semester Seminaristischer Unterricht im zweiten Semester
Ziele	Die Studierenden können: <ul style="list-style-type: none"> • 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.

	<ul style="list-style-type: none"> sich eigenständig mit einer komplexen volkswirtschaftlichen Fragestellung unter Verwendung moderner Literatur und unter Berücksichtigung von gängigen volkswirtschaftlichen Theorien und Methoden sowie empirischen Erkenntnissen auseinandersetzen. Dies zeigen sie im Rahmen einer Hausarbeit und einer Präsentation. <p>Die Kompetenzziele des Moduls gehen damit deutlich über die üblicherweise von Bachelor-Studierenden erreichten Kompetenzen im Bereich der Volkswirtschaftslehre hinaus.</p>
Inhalt	<p>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.</p>
Verbindung zu anderen Modulen	<p>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, Unternehmensführung und Strategisches Controlling sowie Wahlpflichtmodul Internationales Management</p>
Literatur	<p>Aghion, Philippe; Howitt, Peter, 2009: The Economics of Growth, The MIT-Press, Cambridge, Massachusetts Feenstra, Robert, 2003: Advanced International Trade, Princeton University Press, Princeton Erlei, Mathias, Leschke, Martin, Sauerland, Dirk, 2007: Neue Institutionenökonomik, Schäffer-Poeschel, Stuttgart Cofac, FAZ-Institut, 2014: Handbuch Länderrisiken 2014: Auslandsmärkte auf einen Blick, FAZ-Institut, Frankfurt/Main Ausgewählte Kapitel z.B. aus:</p> <ul style="list-style-type: none"> Sachverständigenrat für Wirtschaft: Aktuelles Jahresgutachten UNCTAD: World Investment Report IMF: World Economic Outlook WTO: World Trade Report
Workload	<p>Erstes Semester: 100 Std., davon Kontaktzeit: 28 Std., Selbststudium: 72 Std. Vor- und Nachbereitung (intensives Literaturstudium) inkl. Klausurvorbereitung und Teilnahme Zweites Semester: 75 Stunden, davon Kontaktzeit: 16 Std., Selbststudium: 59 Std. zur Themenerarbeitung, Anfertigung der Hausarbeit und der Präsentation</p>
Sonstiges	-

Schlagworte	Nationale und internationale Wirtschaftspolitik, Globalisierung von Unternehmen, Konsequenzen von Fundamentaldatenentwicklungen für unternehmerische Entscheidungen.
Letzte Änderung	28. November 2015

FIN5010 – FINANZMANAGEMENT	
Kennziffer	FIN5010
Studiensemester	2
Level	Master-Niveau
Credits	5
SWS	32
Häufigkeit	Einmal pro Jahr (SS)
zugehörige Lehrveranstaltungen	FIN5010
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Prüfungsart / -dauer	PLK-90 Minuten
Voraussetzung für die Vergabe von Credits	Erfolgreiches 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	Rade, Katja
Dozenten/Dozentinnen	Rade, Katja
Fachgebiet / Studiengang	ABWL
Lehrformen der Lehrveranstaltungen des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> - Vorlesung mit Übungen - Fallstudien
Verwendbarkeit in anderen Modulen/Studiengängen	Keine
Ziele	<p>Studierende werden auf die Übernahme von Verantwortung im Finanzmanagement eines Unternehmens vorbereitet. Aufbauend auf den klassischen Instrumenten der Investitionsrechnung und der betrieblichen Finanzwirtschaft werden an der Schnittstelle zur Jahresabschlussanalyse und zum Controlling Methoden zur Planung, Analyse und Kontrolle der Unternehmensfinanzen vermittelt und auf konkrete Praxisfälle angewendet.</p> <p>Studierende</p> <ul style="list-style-type: none"> • können die klassischen Verfahren der Entscheidungstheorie und der Investitionsrechnung auf komplexe Sachverhalte in unterschiedlichen Branchen (Handels-, Dienstleistungs- und Industrieunternehmen) 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)

	<ul style="list-style-type: none"> • 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. • beherrschen die Grundzüge des Risikomanagements und können dieses auf finanzwirtschaftliche Fragestellungen anwenden. <p>Die Kompetenzziele des Moduls gehen damit über die üblicherweise von Bachelor-Studierenden erreichten Kompetenzen im Bereich Finanzmanagement/Investition und Finanzierung hinaus.</p>
Inhalte	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurze Wiederholung der klassischen Verfahren der Investitionsrechnung bei sicheren und unsicheren Erwartungen 2. Anwendung der Verfahren der Unternehmensbewertung, einschließlich der Datengewinnung aus dem externen Rechnungswesen) 3. Investitionsrechnung und wertorientierte Unternehmensführung 4. Finanzplanung, –analyse und –kontrolle 5. Beurteilung von Finanzierungsformen (Außenfinanzierung, Innenfinanzierung, Sonderformen) anhand von Kennzahlen(systemen) 6. Finanzwirtschaftliche Jahresabschlussanalyse (Cash-Flow Analyse, Kapitalflussrechnung, Economic Value Added) 7. Risikomanagement im Finanzbereich
Verbindung zu anderen Modulen	<p>Baut auf einem betriebswirtschaftlichen Bachelor-Abschluss auf, dabei vor allem auf dem Bereichen Finanzierung und Investition. Verbindungen insbesondere mit den Modulen Grundlagen der Rechnungslegung nach IFRS sowie Unternehmensführung und strategisches Controlling</p>
Workload	<p>Kontaktzeit in der Lehrveranstaltung: 32 Stunden, Selbststudium (Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung, Literaturstudium und Übungsaufgaben): 40 Stunden, Fallstudien: 27 Stunden, Prüfungsvorbereitung und Klausur: 26 Stunden</p>
Literatur	<p>In der jeweils aktuellen Auflage:</p> <p><u>Basisliteratur:</u> Perridon, L., Steiner, M.: Finanzwirtschaft der Unternehmung; München</p> <p><u>Ergänzende Literatur:</u> Ballwieser, W.: Unternehmensbewertung: Prozess, Methoden und Probleme, Stuttgart Coenenberg/Haller/Schultze: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Stuttgart Däumler, K.-D.: Anwendung von Investitionsrechnungsverfahren in der Praxis, Herne Küting, K., Weber, C.P.: Die Bilanzanalyse, Stuttgart</p>
Sonstiges	-

Schlagworte:	Investitionsrechnung; Unternehmensbewertung; Finanzierungsformen und -politik; Finanzwirtschaftliche Jahresabschlussanalyse; Finanzwirtschaftliches Risikomanagement
Letzte Änderung:	28. November 2015

MKT5130 – INTERNATIONAL MARKETING	
Kennziffer	MKT5130
Studiensemester	2 und 3
Level	Master-Niveau
Credits	7
SWS	44 Kontaktstunden
Häufigkeit	Einmal jährlich: Vorlesung im Sommersemester und Seminar im darauffolgenden Wintersemester
zugehörige Lehrveranstaltungen	MKT5130
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	2 Semester
Modulverantwortlicher	Goehlich, Veronique
Dozenten/Dozentinnen	Goehlich, Veronique
Fachgebiet / Studiengang	International Business
Lehrformen der Lehrveranstaltungen des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> - Seminaristischer Unterricht - Vorlesung mit Übungen - Fallstudien - Referat und Präsentation
Verwendbarkeit in anderen Modulen/Studiengängen	Keine
Ziele	<p>Studierende</p> <ul style="list-style-type: none"> • verstehen die Besonderheiten des Marketing im interkulturellen Kontext • verstehen die Komplexität des internationalen Marketing aus informationsbezogener und konzeptioneller Sicht • können praxisrelevante Anwendungsbeispiele bearbeiten <p>Die Kompetenzziele des Moduls gehen damit über die üblicherweise von Bachelor-Studierenden erreichten Kompetenzen im Bereich Marketing hinaus.</p>
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Internationale Situationsanalyse • Spezifische Aspekte der internationalen Marktforschung • Marketingstrategien im internationalen Umfeld • Differenzierung und Standardisierung als Prinzipien globalen Instrumentaleinsatzes

Verbindung zu anderen Modulen	Baut auf einem betriebswirtschaftlichen Bachelor-Abschluss auf, dabei vor allem auf dem Bereich Marketing. Verbindungen insbesondere mit den Wahlpflichtmodulen Internationales Management und Marketing sowie dem Modul Unternehmensführung und strategisches Controlling
Workload	<ul style="list-style-type: none"> • Kontaktzeit in der Lehrveranstaltung: 44 Stunden • Selbststudium (Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung, Literaturstudium und Übungsaufgaben): 35 Stunden • Vorbereitung Referat und Hausarbeit: 60 Stunden • Prüfungsvorbereitung und Klausur: 36 Stunden
Literatur	<p>In der jeweils aktuellen Auflage:</p> <p>Doole, I. u. Lowe, R.: International Marketing Strategy, Thompson</p> <p>Hollensen, S.: Essentials of Global Marketing, Financial Times Prentice Hall</p> <p>Kotler, Ph. u. Keller, K.L.: Marketing Management, Upper Saddle River</p> <p>Current literature with cases in international marketing</p>
Sonstiges	Das Modul erstreckt sich über zwei Semester und beinhaltet eine Exkursion ins Ausland.
Schlagworte:	International Marketing, Cross Cultural Communication
Letzte Änderung:	28. November 2015

GMT5170 – UNTERNEHMENSPROJEKT	
Kennziffer	GMT5170
Studiensemester	2 und 3
Level	Master-Niveau
Credits	2
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	1 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 <ul style="list-style-type: none"> • sich die ihnen bereits bekannten Prozesse und Methoden des Projektmanagements nochmals vergegenwärtigen und diese dann ganz konkret auf vorliegende Projektaufgabenstellungen anwenden. • projektmanagementorientierte Aufgabenstellungen analysieren können und Lösungswege ableiten und umsetzen. • dazu in der Lage sein Projektmanagement-Sachverhalte in den gesamten Unternehmenskontext einzuordnen und

	<p>den Zusammenhang zwischen Projekt- und Prozessmanagement vertiefen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. <p><u>Projektarbeit</u></p> <p>Studierende</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 <p>Die Kompetenzziele des Moduls gehen damit über die üblicherweise von Bachelor-Studierenden erreichten Kompetenzen hinaus, insbesondere insoweit im Vorstudium keine kooperativen Unternehmensprojekte integriert waren.</p>
<p>Inhalte</p>	<p><u>Projektmanagement</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Projektmanagements • Projektstart • Projektplanung • Projektoptimierung • Projektdurchführung • Projektkontrolle • Risikomanagement in Projekten • Projektabschluss <p><u>Projektarbeit</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 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.
<p>Verbindung zu anderen Modulen</p>	<p>Verbindungen zu den Modulen Projektarbeit sowie Unternehmensführung und strategisches Controlling</p>
<p>Workload</p>	<p>GMT5171 - Kontaktzeit: 20 Stunden, Selbststudium: 30 Stunden GMT5172 - Kontaktzeit: 4 Stunden (Coachings und Präsentation), Projektarbeit (Projektstudie): 196 Stunden</p>
<p>Literatur</p>	<p>In der jeweils aktuellen Auflage:</p> <p><u>Basisliteratur</u></p>

	<p>Bea, F.X./ Scheurer, S./ Hesselmann, S.: Projektmanagement Patzak, G. / Rattay, G.: Leitfaden zum Management von Projekten, Projektportfolios und projektorientierten Unternehmen</p> <p><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)</p>
<p>Sonstiges</p>	<p>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.</p>
<p>Schlagworte:</p>	<p>Projektmanagementinhalte, Projektmethoden, Planspiel</p>
<p>Letzte Änderung:</p>	<p>28. November 2015</p>

HRM5500 – PERSONALMANAGEMENT	
Kennziffer	HRM5500
Studiensemester	2 und 4
Level	Master-Niveau
Credits	6
SWS	24 Kontaktstunden
Häufigkeit	Jeweils einmal pro Jahr im Sommersemester
zugehörige Lehrveranstaltungen	HRM5501 – Change Management und Organizational Behavior (2. Semester, 24 Kontaktstunden / 3 Credits) HRM5502 – Leadership (4. Semester, 24 Kontaktstunden / 3 Credits)
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Prüfungsart / -dauer	HRM5501 – PLR HRM5502 – UPL
Voraussetzung für die Vergabe von Credits	HRM5501 – Bestehen des Referats HRM5502 – Bestehen der unbenoteten Prüfungsleistung
Stellenwert der Modulnote für Endnote	HRM5501 geht creditgewichtet in die Endnote ein. HRM5502 geht als unbewertete Prüfungsleistungen nicht in die Endnote ein.
Geplante Gruppengröße	Maximal 35 Studierende
Lehrsprache	Deutsch
Dauer des Moduls	2 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Markus-Oliver Schwaab
Dozenten/Dozentinnen	Prof. Dr. Markus-Oliver Schwaab
Fachgebiet / Studiengang	Personalmanagement
Lehrformen der Lehrveranstaltungen des Moduls	HRM5501: Vorlesung mit Fallstudien HRM5502: 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.

	<p>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.</p> <p><u>Leadership</u></p> <p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 <p>Die Kompetenzziele des Moduls gehen damit deutlich über die üblicherweise von Bachelor-Studierenden erreichten Kompetenzen hinaus.</p>
<p>Inhalte</p>	<p><u>Change Management und Organizational Behavior</u></p> <p>Konzepte aus den Feldern</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 <p><u>Leadership</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung von Management und Führung für die UN-Praxis • Geschichte und Überblick • Eigenschaftstheoretische Ansätze • Verhaltens- und Stiltheoretische Ansätze

	<ul style="list-style-type: none"> • 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 vor zu den Trainings
Workload	<p><u>Change Management und Organizational Behavior</u></p> <p>Kontaktzeit in der Lehrveranstaltung: 24 Stunden Selbststudium (z.B. Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltung, Literaturstudium) und Vorbereitung Prüfungsleistung Referat: 51 Stunden</p> <p><u>Leadership</u></p> <p>Kontaktzeit in der Lehrveranstaltung: 24 Stunden Selbststudium (Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung, Literaturstudium und Übungen): 51 Stunden</p>
Literatur	<p><u>Change Management und Organizational Behavior</u> In der jeweils aktuellen Auflage:</p> <p>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</p> <p><u>Leadership</u> In der jeweils aktuellen Auflage:</p> <p>Blessin, B./ Wick, A.: Führen und führen lassen. Stuttgart 2013 Malik, F.: Führen, Leisten, Leben. Frankfurt/New York 2014 Northouse, P.: Leadership. Sage: Los Angeles, 2013 von Rosenstiel, L./Regnet, E./Domsch, M. (Hrsg.): Führung von Mitarbeitern, Stuttgart 2014 Yukl, G.: Leadership in Organizations, Upper Saddle River, 2013</p>
Sonstiges	-
Schlagworte:	Change Management, Veränderungsmanagement, Organisationsentwicklung, Führung, Verhalten, Mitarbeiterführung, Leadership, Management, Führen mit Zielen, Führungsinstrumente
Letzte Änderung:	28. November 2015

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	Volkert, Jürgen
Dozenten/Dozentinnen	Volkert, Jürgen
Fachgebiet / Studiengang	VWL
Lehrformen der Lehrveranstaltungen des Moduls	Seminaristischer Unterricht mit Fallstudien
Verwendbarkeit in anderen Modulen/Studiengängen	Keine
Ziele	<p>Die Studierenden vertiefen erworbenes Management- und Methodenwissens bezüglich neuer Herausforderungen im Kontext von unternehmerischen Globalisierungsstrategien und Nachhaltiger Entwicklung, beispielsweise in Emerging Markets</p> <p>Studierende</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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

	<ul style="list-style-type: none"> • 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 <p>Die Kompetenzziele des Moduls gehen damit deutlich über die üblicherweise von Bachelor-Studierenden erreichten Kompetenzen hinaus.</p>
<p>Inhalte</p>	<p>CSR: neue Herausforderungen für Unternehmen</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 <p>Überblick: Elemente von Ethik- und Nachhaltigkeitsmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unternehmensstrategische Entscheidungen • Unternehmensorganisatorische Instrumente • Unternehmenskulturelle Instrumente • Stakeholderkommunikation und Globale CSR-Standards <p>Anwendungen I: Ethische Konflikt- und Lösungspotenziale</p> <ul style="list-style-type: none"> • Überblick: Ethische Grundlagen • Menschenrechte und Gerechtigkeit versus Nutzen- und Gewinnmaximierung? Praktische Fallbeispiele <p>Anwendungen II: Konflikt- und Lösungspotenziale Nachhaltiger Unternehmensstrategien</p> <ul style="list-style-type: none"> • Überblick: Grundlagen Nachhaltiger Entwicklung • Z. B.: Ökologie, Mikrofinanzierung, Kinderarbeit, Korruption... Praktische Fallbeispiele • Möglichkeiten, Probleme und Grenzen von unternehmerischen Nachhaltigkeitsstrategien und CSR
<p>Verbindung zu anderen Modulen</p>	<p>Verbindungen vor allem zu den Modulen Aktuelle Fragen der Volkswirtschaftslehre und der Wirtschaftspolitik, Unternehmensführung und Strategisches Controlling, International Marketing, Lean Production und Supply Chain Management, Finanzmanagement</p>
<p>Workload</p>	<p>Kontaktzeit: 32 h, Selbststudium: 93 h Vor- und Nachbereitung, inkl. Klausurvorbereitung und Teilnahme</p>
<p>Literatur</p>	<p>Jeweils neueste Auflage:</p> <p><u>Basisliteratur:</u></p>

	<p>Noll, Bernd: Wirtschafts- und Unternehmensethik in der Marktwirtschaft, Stuttgart: Kohlhammer.</p> <p><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</p>
Sonstiges	-
Schlagworte:	Nachhaltige Entwicklung, Ethik, Unternehmensverantwortung,
Letzte Änderung:	28. November 2015

GMT6120 – UNTERNEHMENSFÜHRUNG UND STRATEGISCHES CONTROLLING	
Kennziffer	GMT6120
Studiensemester	1
Level	Master-Niveau
Credits	5
SWS	40
Häufigkeit	Einmal pro Jahr (SS)
zugehörige Lehrveranstaltungen	GMT6120
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	<ul style="list-style-type: none"> - Seminaristischer Unterricht - Vorlesung mit umfangreicher Fallstudienarbeit
Verwendbarkeit in anderen Modulen/Studiengängen	Keine
Ziele	<p>Die Studierenden sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 hinaus gehende 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

	<ul style="list-style-type: none"> • 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. <p>Die Kompetenzziele des Moduls gehen damit deutlich über die üblicherweise von Bachelor-Studierenden erreichten Kompetenzen hinaus.</p>
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Ausgewählte theoretische Konzepte der strategischen Unternehmensführung und des strategischen Controllings • Strategische Analyse <ul style="list-style-type: none"> - Einflusskräfte der Unternehmensumwelt - Unternehmensinterne Einflusskräfte • Der normative Rahmen des strategischen Managements <ul style="list-style-type: none"> - Vision, Mission, Leitbild - Strategische Ziele • Strategieformulierung und –bewertung <ul style="list-style-type: none"> - 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	<p>Jeweils neueste Auflage:</p> <p><u>Basisliteratur:</u> Johnson, G./ Scholes, K./ Whittington, R.: Strategisches Management, München</p> <p><u>Ergänzende Literatur:</u> Baum, H.-G./Coenenberg, A./Günther, T.: Strategisches Controlling, Stuttgart Mintzberg, H./Lampel, J./Quinn, J./Ghoshal, S.: The Strategy Process, London Müller-Stewens, G./ Lechner, C.: Strategisches Management, Stuttgart Welge, M. K./ Al-Laham, A.: Strategisches Management, Wiesbaden</p>
Sonstiges	-
Schlagworte:	Strategisches Management, Strategisches Controlling, Strategische Analyse, Strategieprozesse, Strategieimplementierung, Strategiebewertung
Letzte Änderung:	28. November 2015

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	<ul style="list-style-type: none"> • Der Studierende zeigt mit dieser schriftlichen Abschlussarbeit, dass er selbstständig und souverän in der Lage ist, 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 theoretische Thema gewählt werden, das in einer schriftlichen Arbeit selbstständig und souverän bearbeitet wird. <p>Die an die Master Thesis anzulegenden Ansprüche an die damit nachgewiesenen Kompetenzen, insb. instrumentale und systemische Kompetenzen, übersteigen die einer Bachelor-Thesis deutlich.</p>
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<p>Es wird empfohlen, die Thesis erst nach Ablegung der Credits der ersten drei Studiensemester zu bearbeiten.</p> <p>Es wird davon ausgegangen, dass der jeweilige Arbeitgeber für das für ihn bearbeitete Thesis-Projekt in Teilen während der Arbeitszeit bearbeiten lässt.</p>
Schlagworte:	Thesis
Letzte Änderung:	28. November 2015

Wahlpflichtbereich Internationales Management

GMT6151 – STRATEGISCHE FÜHRUNG INTERNATIONALER UNTERNEHMEN	
Kennziffer	GMT6151
Studiensemester	3. Semester
Level	Master-Niveau
Credits	5
SWS	32
Häufigkeit	Einmal pro Jahr (Wintersemester)
zugehörige Lehrveranstaltungen	GMT6151
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	15-20
Lehrsprache	Deutsch
Dauer des Moduls	1 Semester
Modulverantwortlicher	Foschiani
Dozenten/Dozentinnen	N.N.
Fachgebiet / Studiengang	
Lehrformen der Lehrveranstaltungen des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> - Vorlesung mit Fallstudien - Vorlesung mit Übungen
Verwendbarkeit in anderen Modulen/Studiengängen	Keine
Ziele	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • verstehen die Grundlagen des internationalen Managements, insbesondere im Hinblick auf Begriffe, Bedeutung und Formen internationaler Unternehmenstätigkeit. • kennen und verstehen die wesentlichen volks- und betriebswirtschaftlichen Theoriegrundlagen der Internationalisierung. • sind in der Lage, ausgewählte (Führungs-) Modelle für internationale Unternehmen zu verstehen und zu bewerten. • erlangen vertiefte Kenntnisse in Bezug auf die grundlegenden Entscheidungen eines Unternehmens im Rahmen seiner Internationalisierungsstrategie (z. B. hinsichtlich der Markt- und Standortwahl, der Markteintrittsform, etc.).

	<ul style="list-style-type: none"> • kennen wichtige strategische Optionen multinationaler Unternehmen und können diese beurteilen. <p>Die Kompetenzziele des Moduls gehen damit über die üblicherweise von Bachelor-Studierenden erreichten Kompetenzen hinaus.</p>
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Internationalen Managements • Internationalisierungstheorien • Organisationsmodelle für internationale Unternehmen • Internationalisierungsstrategien • Strategisches Management in multinationalen Unternehmen
Verbindung zu anderen Modulen	Baut auf einem betriebswirtschaftlichen Bachelor-Abschluss auf, dabei vor allem auf den Themenbereichen Unternehmensführung und internationales Management, Querverbindungen insbesondere zu den Modulen Aktuelle Fragen der Volkswirtschaftslehre und der Wirtschaftspolitik, International Marketing, Interkulturelles Management sowie Unternehmensführung und strategisches Controlling
Workload	125 h, davon Kontaktzeit: 32 h, Selbststudium: 93 h Vor- und Nachbereitung (intensives Literaturstudium) inkl. Vorbereitung auf Prüfungsleistung
Literatur	<p>In der jeweils aktuellen Auflage:</p> <p>Cavusgil, S.T./Knight, G./Riesenberger, J. R.: International Business - Strategy, Management, and the New Realities, Upper Saddle River, NJ</p> <p>Cullen, J.B./Parbootha, K.P.: Multinational Management – A Strategic Approach, Mason, OH</p> <p>Holtbrügge, D./Welge, M.K.: Internationales Management – Theorien, Funktionen, Fallstudien, Stuttgart</p> <p>Kutschker, M./Schmid, S.: Internationales Management, München</p> <p>Meckl, R.: Internationales Management, München</p>
Sonstiges	-
Schlagworte:	Internationales Management, Internationalisierungsstrategien, Internationalisierungstheorien
Letzte Änderung:	28. November 2015

GMT6152 – INTERKULTURELLES MANAGEMENT	
Kennziffer	GMT6152
Studiensemester	3. Semester
Level	Master-Niveau
Credits	5
SWS	32
Häufigkeit	Einmal pro Jahr (Wintersemester)
zugehörige Lehrveranstaltungen	GMT6152
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	20
Lehrsprache	Deutsch
Dauer des Moduls	1 Semester
Modulverantwortlicher	Foschiani
Dozenten/Dozentinnen	N.N.
Fachgebiet / Studiengang	
Lehrformen der Lehrveranstaltungen des Moduls	- Vorlesung mit Fallstudien - Vorlesung mit Übungen
Verwendbarkeit in anderen Modulen/Studiengängen	Keine
Ziele	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • erkennen die Bedeutung eines interkulturellen 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. interkulturelle 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	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des interkulturellen Managements • Konzepte der Kulturdimensionen • Interkulturelle Standards in verschiedenen Kulturregionen • Interkulturelle Führung von Unternehmen • Einfluss von Kultur auf verschiedene Managementfunktionen • Interkulturelle 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 Marketing, Konfliktmanagement, Sustainability and Corporate Social Responsibility sowie Personalmanagement
Workload	125 h, davon Kontaktzeit: 32 h, Selbststudium: 93 h Vor- und Nachbereitung (intensives Literaturstudium) inkl. Vorbereitung auf Prüfungsleistung
Literatur	<p>In der jeweils aktuellen Auflage:</p> <p><u>Basisliteratur</u> Engelen, A., Tholen, A.: Interkulturelles Management, Stuttgart</p> <p><u>Ergänzende Literatur</u> Bannys, F.: Interkulturelles Management: Konzepte und Werkzeuge für die Praxis, Weinheim Bergemann, N., Sourisseaux, A. (Hrsg.): Interkulturelles Management Branine, M.: Managing Across Cultures : Concepts , Policies and Practices, London Dumetz J.: Cross-cultural Management textbook, Student Edition</p>
Sonstiges	-
Schlagworte:	Interkulturelles Management, Interkulturelle Kommunikation, Kulturdimensionen, Interkulturelle Managementkompetenz
Letzte Änderung:	28. November 2015

Wahlpflichtbereich Marketing

MKT6031 – DIGITALES MARKETING	
Kennziffer	MKT6031
Studiensemester	3
Level	Master-Niveau
Credits	5
SWS	32
Häufigkeit	Einmal pro Jahr (Wintersemester)
zugehörige Lehrveranstaltungen	MKT6031
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	Prof. Dr. Elke Theobald
Dozenten/Dozentinnen	Prof. Dr. Elke Theobald
Fachgebiet / Studiengang	Werbung und Marketingkommunikation
Lehrformen der Lehrveranstaltungen des Moduls	Vorlesung mit Diskussion
Verwendbarkeit in anderen Modulen/Studiengängen	Keine
Ziele	<p>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</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. <p>Die Kompetenzziele des Moduls gehen damit deutlich über die üblicherweise von Bachelor-Studierenden erreichten Kompetenzen hinaus.</p>

<p>Inhalte</p>	<p>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:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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
<p>Verbindung zu anderen Modulen</p>	<p>Vorgehenskonzepte der Veranstaltung Project Management werden benötigt und Querverbindungen zu International Marketing und Innovative Markenführung hergestellt.</p>
<p>Workload</p>	<p>125 h, davon Kontaktzeit: 32 h, Selbststudium: 93 h Vor-/Nachbereitung, Literaturstudium, Vorbereitung Referat, Prüfungsvorbereitung</p>
<p>Literatur</p>	<p><u>Basisliteratur:</u> Ralf T. Kreuzer: Praxisorientiertes Online-Marketing, 2.Auflage Gabler 2014</p> <p><u>Weiterführende Literatur:</u> Theobald, Elke; Haisch, Philipp: Brand-Evolution, Gabler 2011 Fischer, Mario: Website-Boosting. 2. Aufl. Mitp 2008 und die nachfolgende Zeitschrift Website-boosting Chaffey, Mayer et.a., Digital Marketing. Strategy, Implementation and Practice. Pearson 2012 Christian, Moser: User Experience Design, Springer Vieweg 2012</p>
<p>Sonstiges</p>	<p>-</p>
<p>Schlagworte:</p>	<p>Online-Marketing, Digitales Marketing</p>
<p>Letzte Änderung:</p>	<p>28. November 2015</p>

MKT6032 – INNOVATIVE MARKENFÜHRUNG	
Kennziffer	MKT6032
Studiensemester	3.
Level	Master-Niveau
Credits	5
SWS	32
Häufigkeit	Einmal pro Jahr (Wintersemester)
zugehörige Lehrveranstaltungen	MKT6032
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	20
Lehrsprache	Deutsch
Dauer des Moduls	1 Semester
Modulverantwortlicher	Forster, Anja
Dozenten/Dozentinnen	Forster, Anja
Fachgebiet / Studiengang	Marketing
Lehrformen der Lehrveranstaltungen des Moduls	Vorlesung mit Diskussionen / Übungen
Verwendbarkeit in anderen Modulen/Studiengängen	Keine
Ziele	<p>Im Rahmen der Lehrveranstaltung sollen die Studierenden ein vertieftes Verständnis des Phänomens Marke entwickeln und die grundlegenden Techniken und Strategien des Markenmanagements kennen lernen. Nach Abschluss der Lehrveranstaltung sollen die Studierenden daher in der Lage sein</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Besonderheiten und zentralen Problemstellungen der Markenführung zu erkennen und zu analysieren. • verschiedene Konzepte, Strategien und Instrumente der Markenführung zu identifizieren, zu klassifizieren und anzuwenden als auch kritisch zu beurteilen. • einordnen zu können, wie sich Markenstrategien über die Zeit und über geographische Grenzen hinweg verändern können. • durch das erworbene Fachwissen in der Markenführung Anwendungsbeispiele zu bearbeiten (auch im Team) und die Ergebnisse/Empfehlungen überzeugend in mündlicher und schriftlicher Form zu präsentieren.

	Die Kompetenzziele des Moduls gehen damit deutlich über die üblicherweise von Bachelor-Studierenden erreichten Kompetenzen hinaus.
Inhalte	Die Lehrveranstaltung richtet ihr Augenmerk insbesondere auf folgende Inhalte: <ul style="list-style-type: none"> • Markenbegriff und Grundlagen der Markenführung • Strategische Aspekte der Markenführung • Operative Aspekte der Markenführung • Markencontrolling / Markenwert
Verbindung zu anderen Modulen	Querverbindungen insbesondere zu International Marketing und Digitales Marketing
Workload	125 h, davon Kontaktzeit: 32 h, Selbststudium: 93 h Vor-/Nachbereitung, Literaturstudium, Vorbereitung Referat, Prüfungsvorbereitung
Literatur	<p><u>Basisliteratur:</u> Esch, F. (2011): Strategien und Technik der Markenführung, 7. Auflage, Vahlen Verlag: München</p> <p><u>Ergänzungsliteratur:</u> Keller, K. L. (2013): Strategic Brand Management. Building, Measuring, and Managing Brand Equity, Pearson Education Limited: Edinburgh Kapferer, J.N. (2012): The new strategic brand management, 5. Auflage, London: Kogan Page Burmans, Ch./Halaszovich, T./Hemmann F. (2012): Identitätsbasierte Markenführung: Grundlagen - Strategie - Umsetzung - Controlling. Springer Fachmedien Verlag: Wiesbaden Meffert, H. / Burmann, C. / Koers, M. (2005): Markenmanagement: Identitätsorientierte Markenführung und praktische Umsetzung, 2. Auflage, Wiesbaden: Gabler</p> <p>jeweils in der aktuellsten Auflage</p>
Sonstiges	-
Schlagnworte:	Marke, Markenführung, Markencontrolling
Letzte Änderung:	28. November 2015

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	<p>Studierende</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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	<p>Abhängig von den ausgewählten aktuellen Themen</p> <p>Müssig, Wirtschaftsprivatrecht, C.F. Müller, 18. Auflage 2015 Eisenmann/Jautz, Grundriss Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht, C.F. Müller, 10. Auflage 2015 Jünger, Arbeitsrecht, C.F. Müller, 2. Auflage 2013 Gildeggen/Willburger, Internationale Handelsgeschäfte, Vahlen, 4. Auflage 2012 Roth/Weller Handels- und Gesellschaftsrecht, Vahlen, 8. Auflage 2013</p>
Sonstiges	<p>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 ggfs. erforderlich ist.</p> <p>Die Credits des Auflagenfachs sind vor der Bearbeitung der Thesis nachzuweisen.</p>
Schlagworte:	Arbeitsrecht, Gesellschaftsrecht, Internationales Handelsrecht
Letzte Änderung:	25. November 2015

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	Fachgebiet Quantitative Methoden
Lehrformen der Lehrveranstaltungen des Moduls	Seminaristischer Unterricht
Verwendbarkeit in anderen Modulen/Studiengängen	
Ziele	Studierende können am Ende des Kurses <ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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)

	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in Software-Pakete für multivariate und ökonomische Analysen • Datentransformation und -analyse • Interpretation komplexer statistischer Daten
Verbindung zu anderen Modulen	Voraussetzung insb. für das Modul Finanzmanagement.
Workload	150 h, davon Kontaktzeit: 36 h, Selbststudium: 114 h Vor-/Nachbereitung, Bearbeitung der Hausarbeit
Literatur	<p>Jeweils in neuester Auflage</p> <p><u>Basisliteratur:</u> Janssens, W.; Wijnen, K., Pelsmacker de; P., Kenvove van, P.: Marketing Research with SPSS, Essex, Pearson Education.</p> <p><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.</p>
Sonstiges	<p>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.</p> <p>Die Credits des Auflagenfachs sind vor der Bearbeitung der Thesis nachzuweisen.</p>
Schlagworte:	Quantitative Methoden, multivariate Verfahren, statistische Verfahren
Letzte Änderung:	28. November 2015