



Modulkatalog
General Management
Master of Business Administration (MBA)

FDL60 Aufbau und Steuerung von Vertriebssystemen auf Finanzdienstleistungsmärkten

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
---------------------------	-------------------

Kompetenzziele	<p>Über detailliertes Wissen hinsichtlich des Aufbaus und der Steuerung von Vertriebssystemen auf Finanzdienstleistungsmärkten verfügen;</p> <p>Aufbau und Steuerung einer Vertriebsorganisation im Finanzdienstleistungs- und Versicherungssektor verstehen und analysieren;</p> <p>Einbindung anderer Unternehmensbereiche in das Vertriebssystem nachvollziehen und analysieren;</p> <p>Steuerung der Vertriebsaktivitäten nach Zielvorgaben gestalten und steuern;</p> <p>Vertriebssysteme im Bereich der Finanzdienstleistungen kritisch reflektieren.</p>
-----------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Inhalt	<p>Grundlagen und strategische Überlegungen</p> <p>Grundlagen und Begrifflichkeiten</p> <p>Wettbewerbsumwelt von Finanzdienstleistern</p> <p>Modelle zur Analyse der Leistungsumwelt</p> <p>Einführung in die Preispolitik von Finanzdienstleistern</p> <p>Vertriebskanäle in Finanzdienstleistungsmärkten</p> <p>Vertriebsmanagement (Mitarbeiter, Organisation, IT und Qualitätsmanagement)</p> <p>Einführung und Begrifflichkeiten</p> <p>Prozessmanagement</p> <p>IT: Management von Informationen und Informationstechnologie</p> <p>Mitarbeitermanagement</p> <p>Qualitätsmanagement</p> <p>Kundenbeziehungsmanagement</p> <p>Einführung und Begrifflichkeiten</p> <p>Zielkunden und Kundensegmentierung</p> <p>Kundenbetreuung und Kundenberatung</p> <p>Kundenzufriedenheit und Kundenbindung</p> <p>Beschwerdemanagement</p> <p>Kundenanalyse und Kundenrückgewinnung</p> <p>Vertriebscontrolling</p> <p>Einführung und Begrifflichkeiten</p> <p>Einheitliche Informationsbasis als Ausgangsbasis</p> <p>Ausgewählte Instrumente des strategischen Vertriebscontrollings</p> <p>Ausgewählte Instrumente des operativen Vertriebscontrollings</p> <p>Integration von Praxiserfahrung und des ersten akademischen Abschlusses</p> <p>Die weiterführende Integration bereits vorhandener Praxiserfahrung, die durch das Erststudium erworbenen akademischen Kenntnisse und Kompetenzen sowie die kritische Reflexion aktueller Praxiserfahrungen</p>
---------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



wird im Modul durch den Kompetenznachweis Assignment (Bezug zur Empirie/Fallbeispiel/Fallstudie) gewährleistet und unterstützt.

Voraussetzungen	Grundlagen des Marketings
------------------------	---------------------------

Modulbausteine	FDL601 Studienbrief Grundlagen und strategische Überlegungen mit Onlineübung FDL602 Studienbrief Vertriebsmanagement (Mitarbeiter, Organisation, IT und Qualitätsmanagement) mit Onlineübung FDL603 Studienbrief Kundenbeziehungsmanagement mit Onlineübung FDL604 Studienbrief Vertriebscontrolling mit Onlineübung
-----------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Kompetenznachweis	Assignment
--------------------------	------------

Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
--------------------	--------------------------------

Sprache	Deutsch
----------------	---------

Studienleiter	Jürgen Sehnert
----------------------	----------------

FDL62 Internationale Risikosteuerung für Finanzdienstleistungsprodukte

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
---------------------------	-------------------

Kompetenzziele	<p>Über detailliertes Wissen hinsichtlich internationaler Risikosteuerung von und für Finanzdienstleistungsprodukte verfügen; alle wesentlichen Gesamtbank- und versicherungsbezogenen und risikoartenübergreifenden Unternehmensrisiken analysieren; Aufgaben des Bereichs Risikosteuerung übernehmen; Risikomanagementaktivitäten koordinieren; entscheidungsrelevante Informationen zur Risiko- und Performanceanalyse konzeptionieren und erstellen sowie kommentieren; internationale Risikosteuerung im Finanzbereich kritisch reflektieren.</p>
-----------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Inhalt	<p>Risikomanagement: Analyse von Aktien Portfoliotheorie Bewertung von riskanten Wertpapieren Performancemessung</p> <p>Risikomanagement: Analyse von Zinstiteln Marktüberblick Anleihekennzahlen Darstellung von Zinssätzen Empirische Zinsstrukturkurven Risikomessung von Zinstiteln</p> <p>Risikomanagement: Optionen, Futures und andere Derivate Derivatemärkte Analyse von Futures Optionsstrategien Optionspreistheorie Risikomaße für Optionen und andere komplexe Wertpapiere: Die Griechen</p> <p>Risikomanagement: Analyse von Währungspositionen Hintergründe zu Währungsrisiken Eigenschaften von Wechselkursen Währungsderivate Währungsrisikomanagement</p> <p>Integration von Praxiserfahrung und des ersten akademischen Abschlusses Die weiterführende Integration bereits vorhandener Praxiserfahrung, die durch das Erststudium erworbenen akademischen Kenntnisse und Kompetenzen sowie die kritische Reflexion aktueller Praxiserfahrungen wird im Modul durch den Kompetenznachweis Assignment (Bezug zur Empirie/Fallbeispiel/Fallstudie) gewährleistet und unterstützt.</p>
---------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



Voraussetzungen

Keine.

Modulbausteine

FDL611 Studienbrief Risikomanagement: Analyse von Aktien mit **Onlineübung**

FDL612 Studienbrief Risikomanagement: Analyse von Zinstiteln mit **Onlineübung**

FDL613 Studienbrief Risikomanagement: Optionen, Futures und andere Derivate mit **Onlineübung**

FDL614 Studienbrief Risikomanagement: Analyse von Währungspositionen mit **Onlineübung**

Kompetenznachweis

Assignment

Lernaufwand

125 Stunden, 5 Leistungspunkte

Sprache

Deutsch

Studienleiter

Jürgen Sehnert

FDL84 Finanzmarkttheorie und -politik

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
---------------------------	-------------------

Kompetenzziele	<p>Über detailliertes Wissen hinsichtlich finanzwirtschaftlicher Zusammenhänge in Unternehmen und an den Finanzmärkten verfügen; über spezialisiertes Wissen hinsichtlich gesamtbank- und versicherungsbezogener und risikoartenübergreifender Analyse aller wesentliche Unternehmensrisiken verfügen; Aufgaben des Bereichs Risikosteuerung übernehmen; die Risikomanagementaktivitäten koordinieren; finanzwirtschaftliche Zusammenhänge kritisch reflektieren.</p>
-----------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Inhalt	<p>Erweiterte Kenntnisse der Finanzmarkttheorie und -politik Realwirtschaft: Sparen und Investieren Finanzwirtschaft: Kapital, Finanzierung, Geld Finanzkontrakte Funktionsweise des Finanzmarkts Finanzmarktpolitik</p> <p>Finanzmärkte und Banken: Kooperation und Konkurrenz Finanzmärkte Theoretische Betrachtung von Wettbewerb und Kooperation Wettbewerb und Kooperation auf Finanzmärkten Neuer Wettbewerb am Finanzmarkt</p> <p>Finanztheorie und Finanzinstrumente und -produkte – klassische Produkte Strukturierung Einlagen Kredite Aktien/Shares Anleihen/Bonds</p> <p>Regulierung Finanzmarktstabilität als Regulierungsmotiv Ziele der Finanzmarkt- und Bankenaufsicht Zusammenspiel der Finanzmarkt- und Bankenaufsicht international Basel III als Kernstück der Bankenaufsicht</p> <p>Teilnehmer im Finanzmarkt Marktteilnehmer im Überblick Regulierung der Marktteilnehmer im europäischen Finanzmarkt Kunden und deren Marktzugänge Produktanbieter Marktplätze und Abwicklungsspezialisten Spezialisierte Serviceanbieter</p> <p>Portfoliomanagement und Behavioral Finance Themenführung</p>
---------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



Kenntnisse des Portfoliomanagements
Kenntnisse der Behavioral Finance (verhaltensorientierte
Finanzmarkttheorie)

Voraussetzungen	Keine.
------------------------	--------

Modulbausteine	FDL605 Studienbrief Grundlagen der Finanzmarkttheorie und -politik mit Onlineübung FDL606 Studienbrief Finanzmärkte und Banken: Kooperation und Konkurrenz mit Onlineübung FDL607 Studienbrief Finanzinstrumente und -produkte mit Onlineübung FDL608 Studienbrief Regulierung mit Onlineübung FDL609 Studienbrief Teilnehmer im Finanzmarkt mit Onlineübung FDL610 Studienbrief Portfoliomanagement und Behavioral Finance mit Onlineübung
-----------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Kompetenznachweis	Klausur (2 Stunden)
--------------------------	---------------------

Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
--------------------	--------------------------------

Sprache	Deutsch
----------------	---------

Studienleiter	Jürgen Sehnert
----------------------	----------------

FDL85 Financial Management - Masterkolleg

Kompetenzzuordnung	Systemische Kompetenz
Kompetenzziele	<p>Über systemische Kompetenz sowie vertieftes Wissen hinsichtlich der für das Gebiet der Masterarbeit relevanten wissenschaftlichen Positionen, Literatur und der im Fachgebiet üblichen Methoden verfügen; eine praxis- und/oder wissenschaftlich relevante Forschungsfrage ableiten, formulieren und bewerten sowie rechtfertigen; die gewählten theoretischen und empirischen Ansätze und Vorgehensweisen erläutern, begründen und bewerten sowie verteidigen; eine wissenschaftliche Präsentation konkret ausarbeiten und umsetzen; Theorie und Empirie synthetisieren und den gewählten Ansatz kritisch reflektieren.</p>
Inhalt	<p>Aufgabenstellungen im Kontext der Inhalte der Wahlpflichtmodule sowie Verknüpfung mit den Schwerpunkten/Kernbereichen des Studiengangs. Flexible inhaltliche und didaktische Gestaltung über geeignete Methodenwahl in Abstimmung mit der mentoriellen Betreuung.</p> <p>Beispiele:</p> <ul style="list-style-type: none">• Fallstudie(n)• Empirische Forschungsarbeit• Modellierung• Gestaltungsempfehlung• Recherchearbeit mit Kategorisierung• Machbarkeitsuntersuchung• usw. <p>Integration von Praxiserfahrung und des ersten akademischen Abschlusses</p> <p>Die weiterführende Integration bereits vorhandener und die kritische Reflexion aktueller Praxiserfahrung sowie durch das Erststudium erlangter akademischer Kenntnisse und Kompetenzen wird im Rahmen des Masterkollegs gefordert, gefördert und im Lichte des angedachten Themenfeldes der geplanten wissenschaftlichen Arbeit gezielt weiterentwickelt.</p>
Voraussetzungen	Kenntnisse des Financial Managements
Modulbausteine	Keine.
Kompetenznachweis	Assignment 1 Assignment 2
Lernaufwand	250 Stunden, 10 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Jürgen Sehnert



IKK60 International management and intercultural communication

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
---------------------------	-------------------

Kompetenzziele	<p>After successful completion of module IKK60 students will be able to describe key aspects of international business organizations.</p> <p>In developing a strategy for a non-cpmplex internationalization project, students will gain the ability to describe characteristics of organizational management, human resource management and key aspects of intercultural management in international business organizations.</p> <p>Closely related to this is the application of key strategies of intercultural business communication such as assessing the importance of the factor "culture" as well as recognizing the multi-layered culturale influences within organizations especially within business organizations.</p> <p>Furthermore, students will be able to determine and analyze culture in its various levels and dimensions.</p> <p>This includes recognizing areas of conflict and problems and deciding on action orientation and reaction patterns.</p> <p>Furthermore, students will observe the role of time and environment perception in intercultural business transactions.</p> <p>In addition to describing the four basic types of corporate cultures and explaining the relationship between the cultural dimensions of Fons Trompenaars' model and the various corporate cultures, they will design solutions and strategies for the challenges faced by internationally active managers in dealing with cultural diversity.</p>
-----------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Inhalt	<p>International Management</p> <p>Internationalisation of the economy in the context of business</p> <p>Companies and corporate management in the context of globalization</p> <p>Theories of international organization activity</p> <p>International corporate management</p> <p>Internationalization as a strategic decision-making issue</p> <p>Organisation, Leadership and Human Resources Management in International Companies</p> <p>Internationalization strategies as multi-dimensional planning issues</p> <p>"Going international": Strategic dimensions in detail</p> <p>"Being International": Strategic dimensions in detail</p> <p>Organization of internationally-active business organizations</p> <p>Personnel management in internationally-active business organizations</p> <p>The significance of culture in economic activity</p> <p>The term culture: a definition and evaluation</p> <p>Corporations as culturally-molded organizational models</p> <p>The various meanings of culture</p> <p>Reconciling the five value orientations in business and management</p> <p>Relationships versus rules</p> <p>Individualism versus collectivism</p>
---------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Neutral versus affective behavior patterns
Specific and diffuse cultures
Achievement or ascription? – Intercultural questions of status

Cultural concepts of time, the environment and managing the dilemmas of internationalization

Dealing with time in various cultures
The relation with the environment
On the relationship of national and corporate culture
Towards transnational management
Reconciling cultural differences in practice
Diversity

Voraussetzungen	Englischkenntnisse BWL-Grundlagenkenntnisse
------------------------	------------------------------------------------

Modulbausteine	UFU701 Studienbrief International Management mit Onlineübung UFU702 Studienbrief Organisation, Leadership and Human Resources Management in International Companies mit Onlineübung Fachbuch Trompenaars, F.; Hampden-Turner, C.: Riding the Waves of Culture mit Begleitheft IKK601-BH The significance of culture in economic activity Begleitheft IKK602-BH Reconciling the five value orientations in business and management Begleitheft IKK603-BH Cultural concepts of time, the environment and managing the dilemmas of internationalization Onlineübungen zu den Begleitheften IKK601-603-BH Tutorium (freiwillig)
-----------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Kompetenznachweis	Klausur (1,5 Stunden)
--------------------------	-----------------------

Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
--------------------	--------------------------------

Sprache	Englisch
----------------	----------

Studienleiter	Gardenia Alonso Lomba
----------------------	-----------------------



IUF61 Investition und Finanzierung

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
---------------------------	-------------------

Kompetenzziele	<p>Über detailliertes und spezialisiertes Wissen hinsichtlich Investition und Finanzierung verfügen;</p> <p>Investitions- und Finanzierungsstrategien erarbeiten und diese bei unvollkommenen Informationsstand und unter Beachtung situativer Rahmenbedingungen beurteilen und umsetzen;</p> <p>gängige Verfahren der Investitionsrechnung analysieren und beurteilen sowie anwenden;</p> <p>Steuern und Risiko in Investitionsrechnungsverfahren analysieren und beurteilen;</p> <p>Methoden zur Eignungsprüfung von Formen der Außen- und Innenfinanzierung implementieren;</p> <p>alternative Modelle der Bestimmung des optimalen Verschuldungsgrades anwenden und die Ergebnisse kritisch bewerten.</p>
-----------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Inhalt	<p>Klassische Konzepte der Investitionsrechnung I: Statische und dynamische Verfahren</p> <p>Kenntnisse der Investitionsrechnung</p> <p>Statische Kalküle der Investitionsrechnung</p> <p>Klassische dynamische Kalküle der Investitionsrechnung</p> <p>Klassische Konzepte der Investitionsrechnung II: Differenzinvestitionen, optimale Nutzungsdauer, neuere Verfahren</p> <p>Auswahlentscheidung zwischen mehreren Investitionsobjekten</p> <p>Optimale Nutzungsdauer</p> <p>Neuere Formen der klassischen Kalküle</p> <p>Marktzinsmodell der Investitionsrechnung</p> <p>Der marktziensorientierte Kapitalwert</p> <p>Die Investitionsmarge</p> <p>Periodisierung des Kapitalwerts</p> <p>Der Fristentransformationserfolg</p> <p>Investitionsrechnung unter Unsicherheit</p> <p>Kenntnisse der Investitionsrechnung unter Unsicherheit</p> <p>Traditionelle Ansätze</p> <p>Entscheidungsorientierte Ansätze</p> <p>Unternehmensbewertung</p> <p>Kenntnisse der Unternehmensbewertung</p> <p>Unternehmensbewertung über direkt beobachtbare Kapitalmarktdaten</p> <p>Fundamentalanalytische Verfahren</p> <p>Begleitheft zum Fachbuch "Finanzierung"</p> <p>Aufgabensammlung zum Fachbuch "Finanzierung"</p> <p>Finanzierung: Finanzwirtschaftliche Entscheidungen</p> <p>Liquidität und Finanzplanung</p>
---------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Theorien bezüglich der Gestaltung der Kapitalstruktur einer Unternehmung
Finanzierung und Besteuerung
Die Sanierung als Sondermaßnahme der Finanzierung

Voraussetzungen	Grundlagen der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre
Modulbausteine	MAT101 Studienbrief Finanzmathematische Formelsammlung und Tabellen Fachbuch Bieg; Kußmaul: Finanzierung mit IUF601-BH Begleitheft Fachbuch Becker; Peppmeier: Investition und Finanzierung mit IUF602-BH Begleitheft Onlinetutorium (1 Stunde)
Kompetenznachweis	Klausur (2 Stunden)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Beate Holze



KLR23 Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
---------------------------	----------------------

Kompetenzziele	<p>Über erweitertes Wissen hinsichtlich der Grundbegriffe der KLR und verschiedene Systeme der Ist-Kostenrechnung verfügen; Ist-Kostenrechnung (Kostenarten- und Kostenstellenrechnung) sowie Kostenträgerrechnung beispielhaft anwenden und durchführen; Produktkalkulationen entwickeln und erstellen; monetäre Grundlagen für preis- und programmpolitische Entscheidungen erarbeiten; Kosten- und Leistungsrechnung im Zusammenhang mit dem Betriebsergebnis kritisch reflektieren.</p>
-----------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Inhalt	<p>Kostentheorie und Grundbegriffe der Kosten- und Leistungsrechnung Die Kosten- und Leistungsrechnung als Teilgebiet des betrieblichen Rechnungswesens Grundbegriffe des Rechnungswesens Kostentheoretische Grundlagen Bestandteile und Aufbau der Kosten- und Leistungsrechnung Überblick über die Kostenrechnungssysteme Grundlegende Probleme der Kosten- und Leistungsrechnung</p> <p>Kostenartenrechnung Die Aufgaben der Kostenartenrechnung und die Abgrenzung von der Finanzbuchhaltung Die Bildung der Kostenarten Die Ermittlung einzelner Kostenarten</p> <p>Kostenstellenrechnung Die Aufgaben der Kostenstellenrechnung Die Gliederung des Betriebes in Kostenstellen Kostenstellenrechnung auf Vollkostenbasis Die Notwendigkeit einer Kostenstellenrechnung auf Teilkostenbasis Innerbetriebliche Leistungsverrechnung</p> <p>Kostenträgerstückrechnung Die Kostenträger Die Aufgaben der Kalkulation Kalkulationsbegriffe Der Zusammenhang zwischen Kalkulationsverfahren und Fertigungsverfahren Kalkulationsverfahren in der Vollkostenrechnung Die Teilkostenkalkulation</p> <p>Kostenträgerzeitrechnung – Kurzfristige Betriebserfolgsrechnung Zusammenhang zwischen den drei Teilbereichen der Kostenrechnung und der Betriebserfolgsrechnung</p>
---------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Grundlagen der kurzfristigen Betriebserfolgsrechnung
Betriebserfolgsrechnung nach dem Gesamtkostenverfahren
Betriebserfolgsrechnung nach dem Umsatzkostenverfahren
Vergleich von Gesamtkosten- und Umsatzkostenverfahren nach HGB
Besonderheiten bei Handels- und Dienstleistungsunternehmen

Voraussetzungen	Grundlagen der allgemeinen BWL
------------------------	--------------------------------

Modulbausteine	KLR207 Studienbrief Kostentheorie und Grundbegriffe der Kosten- und Leistungsrechnung mit Onlineübung KLR208 Studienbrief Kostenartenrechnung mit Onlineübung KLR209 Studienbrief Kostenstellenrechnung mit Onlineübung KLR210 Studienbrief Kostenträgerstückrechnung mit Onlineübung KLR211 Studienbrief Kostenträgerzeitrechnung – Kurzfristige Betriebserfolgsrechnung mit Onlineübung Onlinetutorium (1 Stunde)
-----------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Kompetenznachweis	Klausur (1 Stunden)
--------------------------	---------------------

Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
--------------------	--------------------------------

Sprache	Deutsch
----------------	---------

Studienleiter	Peter Mühlemeyer
----------------------	------------------



LPM67 Unternehmenslogistik und Supply Chain Management

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
Kompetenzziele	<p>Über detailliertes Wissen hinsichtlich des Themenbereichs der Unternehmenslogistik und des Supply Chain Managements verfügen; Methoden zur Bestimmung des Einflusses der Unternehmenslogistik (inklusive Subsysteme) auf die Kundenzufriedenheit kennen; strategische Handlungsoptionen für die Logistik aus der konkreten Situation der Unternehmenslogistik und des Supply Chain Managements ableiten; Methoden des Supply Chain Managements und weiterer neuer Entwicklungen in der Logistik auch im Hinblick auf die Einsatzvoraussetzungen hin analysieren; den Zusammenhang zwischen Unternehmenslogistik und Supply Chain Management hinsichtlich der Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen kritisch reflektieren und verstehen.</p>
Inhalt	<p>Unternehmenslogistik I Unternehmenslogistik Beschaffungslogistik und Einkauf</p> <p>Unternehmenslogistik II Produktionslogistik Distributionslogistik Entsorgungslogistik</p> <p>Supply Chain Management und strategische Entwicklungen im Logistikbereich Supply Chain Management Strategische Entwicklungen im Logistikbereich</p> <p>Integration von Praxiserfahrung und des ersten akademischen Abschlusses Die weiterführende Integration bereits vorhandener Praxiserfahrung, die durch das Erststudium erworbenen akademischen Kenntnisse und Kompetenzen sowie die kritische Reflexion aktueller Praxiserfahrungen wird im Modul durch den Kompetenznachweis Assignment (Bezug zur Empirie/Fallbeispiel/Fallstudie) gewährleistet und unterstützt.</p>
Voraussetzungen	Grundlagen der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre
Modulbausteine	<p>LPM605 Studienbrief Unternehmenslogistik I mit Onlineübung LPM606 Studienbrief Unternehmenslogistik II mit Onlineübung LPM607 Studienbrief Supply Chain Management und strategische Entwicklungen im Logistikbereich mit Onlineübung</p>
Kompetenznachweis	Assignment

Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Doreen Schwinger



MKE80 Marketing strategy

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
---------------------------	-------------------

Kompetenzziele	<p>Description of status of marketing in management planning and in the marketing management process including description of typical instruments;</p> <p>proposal of marketing strategy for a concrete case;</p> <p>description of how a marketing concept is developed;</p> <p>mastering the instruments of defining a target market and of positioning; in a team, solving a concrete strategic marketing problem and presenting solution;</p> <p>judging possibilities of organizational integration and internal subdivision of a marketing department;</p> <p>for concrete cases, selecting suitable methods of marketing controlling.</p>
-----------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Inhalt	<p>Developing marketing strategies and plans</p> <p>Fundamental concepts</p> <p>Marketing and Customer Value</p> <p>Corporate and division strategic planning</p> <p>Business unit strategic planning</p> <p>Product planning: the nature and contents of a marketing plan</p> <p>Survey and selection of target markets</p> <p>Forecasting demand</p> <p>Identifying market segments and targets</p> <p>Planning of marketing strategies I: Differentiation, positioning and product development</p> <p>Crafting the brand positioning</p> <p>Introducing new market offerings</p> <p>Planning of marketing strategies II: Competitive strategies and tapping into global markets</p> <p>Competitive strategies</p> <p>Tapping into global markets</p> <p>Managing a holistic marketing organization</p> <p>Marketing organization</p> <p>Socially responsible marketing</p> <p>Marketing implementation</p> <p>Evaluation and control</p> <p>The future of marketing</p> <p>Integration von Praxiserfahrung und des ersten akademischen Abschlusses</p> <p>Die weiterführende Integration bereits vorhandener Praxiserfahrung, die durch das Erststudium erworbenen akademischen Kenntnisse und Kompetenzen sowie die kritische Reflexion aktueller Praxiserfahrungen wird im Modul durch den Kompetenznachweis Assignment (Bezug zur Empirie/Fallbeispiel/Fallstudie) gewährleistet und unterstützt.</p>
---------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Voraussetzungen	Englischkenntnisse
Modulbausteine	Fachbuch Kotler; Keller: Marketing Management mit MKE101-BH Begleitheft, MKE102-BH Begleitheft, MKE103-BH Begleitheft, MKE104-BH Begleitheft und MKE105-BH Begleitheft Einsendeaufgaben zum Modul MKE80
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Englisch
Studienleiter	Daniel Markgraf



MKE81 Marketing instruments

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
---------------------------	-------------------

Kompetenzziele	Application of instruments of product, price, distribution and communication policies for selected model businesses and situations (utilizing product development, product range, trade name and packaging, pricing, distribution management and logistics, advertising, sales promotion, public relations and sales management, range, price, distribution institutions). Developing solutions to a simple operative marketing-mix problem in a team and presenting the results (professional competence, methodological expertise, social and communication skills).
-----------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Inhalt	<p>Product management Setting product strategy Brand equity Designing and managing services</p> <p>Price management Setting the price Adapting the price Initiating and responding to price changes</p> <p>Marketing channels and value networks Designing and managing value networks and channels Managing retailing, wholesaling and logistics</p> <p>Marketing communications I: Designing and managing integrated marketing communications Marketing communications and brand equity The communications process models Developing effective communications Deciding on the marketing communication mix Managing the integrated marketing communications process</p> <p>Marketing communications II: Managing mass communications. Advertising, sales promotions, events and public relations Developing and managing an advertising program Deciding on media and measuring effectiveness Sales promotions Events and experiences Public relations</p> <p>Marketing communications III: Managing personal communications: Direct marketing and personal selling Direct marketing Sales force management</p> <p>Integration von Praxiserfahrung und des ersten akademischen Abschlusses</p>
---------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Die weiterführende Integration bereits vorhandener Praxiserfahrung, die durch das Erststudium erworbenen akademischen Kenntnisse und Kompetenzen sowie die kritische Reflexion aktueller Praxiserfahrungen wird im Modul durch den Kompetenznachweis Assignment (Bezug zur Empirie/Fallbeispiel/Fallstudie) gewährleistet und unterstützt.

Voraussetzungen	Englischkenntnisse
------------------------	--------------------

Modulbausteine	Fachbuch Kotler; Keller: Marketing Management mit MKE301-BH Begleitheft, MKE302-BH Begleitheft, MKE303-BH Begleitheft, MKE304-BH Begleitheft, MKE305-BH Begleitheft, MKE306-BH Begleitheft Einsendeaufgaben zum Modul MKE81
-----------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Kompetenznachweis	Assignment
--------------------------	------------

Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
--------------------	--------------------------------

Sprache	Englisch
----------------	----------

Studienleiter	Daniel Markgraf
----------------------	-----------------



MKG21 Grundlagen des Marketingmanagements

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
---------------------------	-------------------

Kompetenzziele	<p>Über spezialisiertes sowie erweitertes Wissen hinsichtlich der strategischen Ausrichtung von Unternehmen sowie über Entscheidungen bzgl. Unternehmensstrukturen verfügen;</p> <p>Entscheidungsgrundlagen für die Unternehmensstruktur und -strategie auf wissenschaftlichem Niveau anwenden bzw. entwickeln;</p> <p>einfache Marketinganalysen konzipieren sowie planen und durchführen;</p> <p>Umweltsphären eines Unternehmens (Makro- und Mikroumwelt) analysieren;</p> <p>Wechselbeziehungen zwischen Unternehmen und ihrer Umwelt ableiten;</p> <p>zentrale strategische, organisatorische und rechtliche Fragen bei der Gründung von Unternehmen untersuchen;</p> <p>strategische, organisatorische und rechtliche Probleme bei Unternehmensgründungen analysieren und beheben;</p> <p>über mögliche soziale und wirtschaftliche Auswirkungen bei der Konzeption und Entwicklung von Unternehmensstrategien und -strukturen reflektieren;</p> <p>die Instrumente des Marketingcontrollings und der Erfolgskontrolle des Marketingmix' beurteilen;</p> <p>ein Marketingkonzept anhand eines Fallbeispiels erstellen;</p> <p>Marketingziele und -strategien anhand eines Fallbeispiels entwickeln und die Vorschläge begründen;</p> <p>einen Marketingmix eigenständig ziel- und anwendungsorientiert modellieren;</p> <p>über mögliche soziale und wirtschaftliche Auswirkungen bei der Konzeption und Entwicklung von Marketingkonzepten und -zielen reflektieren.</p>
-----------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Inhalt	<p>Gesamtwirtschaftliche Zusammenhänge, Unternehmen und Unternehmensumwelt</p> <p>Einstieg ins Thema: Ein Überblick über wirtschaftliche Zusammenhänge</p> <p>Das Unternehmen und seine Umwelt</p> <p>Betriebswirtschaftslehre: die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit der Führung von Unternehmen</p> <p>Gründung eines Unternehmens</p> <p>Was ist ein Unternehmen</p> <p>Die Gründung eines Unternehmens: Vier konstitutive Entscheidungen</p> <p>Der Businessplan</p> <p>Systematisch Entscheiden – Eine Analyse von Entscheidungsprozessen</p> <p>Grundlagen des Marketings und der Marketingforschung</p> <p>Entwicklung der Märkte und des Marketings</p> <p>Kundenzufriedenheit und Kundenbindung als Marketingziel</p> <p>Kaufverhalten</p> <p>Marketingforschung</p>
---------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Umwelt- und Unternehmensanalyse
Marketingkonzeption
Formulierung der Marketingziele
Planung von Marketingstrategien

Marketinginstrumente und Marketingmix

Überblick über das Instrumentarium
Produkt- und Programmpolitik
Preispolitik
Distributionspolitik
Kommunikationspolitik
Marketingmix (Abstimmung der Marketinginstrumente)

Marketingcontrolling und Marketingorganisation

Marketingcontrolling
Erfolgskontrolle des Marketingmix
Marketingorganisation

Voraussetzungen	Keine.
------------------------	--------

Modulbausteine	BWL101 Studienbrief Gesamtwirtschaftliche Zusammenhänge/Unternehmen und Unternehmensumwelt BWL102 Studienbrief Gründung eines Unternehmens Onlineübung zu den Studienbriefen BWL101-102 BWL204 Studienbrief Grundlagen des Marketings und der Marketingforschung mit Onlineübung BWL205 Studienbrief Marketinginstrumente und Marketingmix mit Onlineübung BWL206 Studienbrief Marketingcontrolling und Marketingorganisation mit Onlineübung Fallstudie Pharmaunternehmen Wiltjert Med GmbH Onlinetutorium (1 Stunde)
-----------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Kompetenznachweis	Klausur (1 Stunde)
--------------------------	--------------------

Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
--------------------	--------------------------------

Sprache	Deutsch
----------------	---------

Studienleiter	Prof. Dr. Marianne Blumentritt
----------------------	--------------------------------



MKG44 Strategisches und internationales Marketing

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
---------------------------	-------------------

Kompetenzziele	Aktuelle Herausforderungen, Grundlagen des Marketings beschreiben; Marktsegmentierung sowie Abgrenzung von Geschäftsfeldern analysieren und auf Beispiele übertragen; Schritte und Elemente der Situationsanalyse erklären; Wettbewerbsvorteile erkennen und vorschlagen; Grundlegende Strategieoptionen beherrschen und ableiten; konkretes strategisches Marketingproblem im Team lösen und Lösung präsentieren; Prozessuale Schritte der Strategiebewertung verstehen und anwenden; ganzheitliche Konzeptionsmodelle nach Meffert und Becker beschreiben; Instrumentalstrategien verstehen und der passenden Marketingstrategie zuordnen; Besonderheiten und Methoden der internationalen Marktforschung kennen; Marketingprozess (Marktbearbeitungsstrategie, Marketingmix, Organisation, Koordination, Führungskonzepte, Controlling und kulturelle Aspekte) im internationalen Kontext beschreiben.
-----------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Inhalt	<p>Grundlagen des strategischen Marketings Aktuelle Herausforderungen im Marketing Wichtige Grundlagen des strategischen Marketings Abgrenzung von Märkten und Geschäftsfeldern Informationen im Entwicklungsprozess Situationsanalyse Entwicklung von strategischen Wettbewerbsvorteilen</p> <p>Grundlegende Strategieoptionen und Konzeptionsmodelle im Marketing Wettbewerbsorientierte Strategien Situationsabhängige Strategiealternativen im Marketing Bewertung und Auswahl Ganzheitliche Konzeptionsmodelle in der deutschsprachigen Literatur</p> <p>Ausgestaltung der Marketingstrategie (Ebene der Instrumentalstrategien) Produktstrategie Preisstrategie Distributionsstrategie und Supply Chain Management Kommunikationsstrategie</p> <p>Rahmenbedingungen, Marktforschung und konstitutive Entscheidungen im internationalen Marketing Rahmenbedingungen des internationalen Marketings Internationale Marktforschung als Informationsgrundlage des internationalen Marketings Konstitutive Entscheidungen im internationalen Marketing</p> <p>Marketingprozess und kulturelle Aspekte im internationalen Marketing Standardisierung und Differenzierung als Basisstrategien im internationalen Marketing</p>
---------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Operative Entscheidungen im internationalen Marketing: internationaler Marketingmix
Führungstypologie und Koordination des internationalen Marketings
Personalpolitische Aspekte des internationalen Marketings
Controlling des internationalen Marketings
Strategisches Risikomanagement

Voraussetzungen	Grundlagenkenntnisse in allgemeiner BWL und im Marketingmanagement
------------------------	--------------------------------------------------------------------

Modulbausteine	MKG601 Studienbrief Grundlagen des strategischen Marketings mit Onlineübung MKG602 Studienbrief Informationen im Entwicklungsprozess mit Onlineübung MKG603 Studienbrief Grundlegende Strategieoptionen und Konzeptionsmodelle im Marketing mit Onlineübung MKG604 Studienbrief Ausgestaltung der Marketingstrategie (Ebene der Instrumentalstrategien) mit Onlineübung MKG401 Studienbrief Rahmenbedingungen, Marktforschung und konstitutive Entscheidungen im internationalen Marketing mit Onlineübung MKG402 Studienbrief Marketingprozess und kulturelle Aspekte im internationalen Marketing mit Onlineübung
-----------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Kompetenznachweis	Assignment
--------------------------	------------

Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
--------------------	--------------------------------

Sprache	Deutsch
----------------	---------

Studienleiter	Daniel Markgraf
----------------------	-----------------



MKG66 Marketing- Forschung

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
---------------------------	-------------------

Kompetenzziele	<p>Über detailliertes Wissen hinsichtlich der Aufgabenstellung von Forschung im Marketing verfügen;</p> <p>über spezialisiertes Wissen hinsichtlich der Analyse des Verhaltens privater und institutioneller Käufer und deren Beweggründe verfügen;</p> <p>über vertieftes Verständnis der Analyse von Konkurrenten verfügen;</p> <p>Marketing-Forschungsplan für ein begrenztes Forschungsprojekt konzipieren und entwickeln;</p> <p>im Team für Fallaufgaben die „richtige“ Erhebungsmethode und Stichprobengröße auswählen, erhobene Daten auswerten und Endergebnisse interpretieren sowie präsentieren und kritisch reflektieren.</p>
-----------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Inhalt	<p>Käuferverhalten</p> <p>Die Bedeutung der Kundenzufriedenheit</p> <p>Aspekte des Käuferverhaltens</p> <p>Organisationales Beschaffungsverhalten</p> <p>Grundlagen der Marketingforschung</p> <p>Grundlagen zur Marketingforschung</p> <p>Festlegung des Informationsbedarfs</p> <p>Daten und Informationserhebung</p> <p>Spezielle Methoden der Marketingforschung</p> <p>Operationalisierung</p> <p>Auswahlverfahren</p> <p>Wahl des passenden Auswahlverfahrens</p> <p>Durchführung, Analyse und Aufbereitung der Daten und Informationen</p> <p>Interpretation und Präsentation</p> <p>Entscheidung</p> <p>Integration von Praxiserfahrung und des ersten akademischen Abschlusses</p> <p>Die weiterführende Integration bereits vorhandener Praxiserfahrung, die durch das Erststudium erworbenen akademischen Kenntnisse und Kompetenzen sowie die kritische Reflexion aktueller Praxiserfahrungen wird im Modul durch den Kompetenznachweis Assignment (Bezug zur Empirie/Fallbeispiel/Fallstudie) gewährleistet und unterstützt.</p>
---------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Voraussetzungen	Keine.
------------------------	--------

Modulbausteine	<p>MKG201 Studienbrief Käuferverhalten<(p></p> <p>MKG202 Studienbrief Grundlagen der Marketingforschung</p> <p>MKG203 Studienbrief Spezielle Methoden der Marketingforschung</p> <p>Onlineübung zu den Studienbriefen MKG201-203</p>
-----------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Kompetenznachweis Assignment

Lernaufwand 125 Stunden, 5 Leistungspunkte

Sprache Deutsch

Studienleiter Daniel Markgraf



MKG86 Global Marketing - Masterkolleg

Kompetenzzuordnung	Systemische Kompetenz
Kompetenzziele	<p>Über systemische Kompetenz sowie vertieftes Wissen hinsichtlich der für das Gebiet der Masterarbeit relevanten wissenschaftlichen Positionen, Literatur und der im Fachgebiet üblichen Methoden verfügen;</p> <p>eine praxis- und/oder wissenschaftlich relevante Forschungsfrage ableiten, formulieren und rechtfertigen;</p> <p>die gewählten theoretischen und empirischen Ansätze und Vorgehensweisen analysieren, erläutern sowie begründen und verteidigen;</p> <p>eine wissenschaftliche Präsentation konkret ausarbeiten und umsetzen;</p> <p>Theorie und Empirie synthetisieren und den gewählten Ansatz kritisch reflektieren.</p>
Inhalt	<p>Aufgabenstellungen im Kontext der Inhalte der Wahlpflichtmodule sowie Verknüpfung mit den Schwerpunkten/Kernbereichen des Studiengangs. Flexible inhaltliche und didaktische Gestaltung über geeignete Methodenwahl in Abstimmung mit der mentoriellen Betreuung.</p> <p>Beispiele:</p> <ul style="list-style-type: none">• Fallstudie(n)• Empirische Forschungsarbeit• Modellierung• Gestaltungsempfehlung• Recherchearbeit mit Kategorisierung• Machbarkeitsuntersuchung• usw. <p>Integration von Praxiserfahrung und des ersten akademischen Abschlusses</p> <p>Die weiterführende Integration bereits vorhandener und die kritische Reflexion aktueller Praxiserfahrung sowie durch das Erststudium erlangter akademischer Kenntnisse und Kompetenzen wird im Rahmen des Masterkollegs gefordert, gefördert und im Lichte des angedachten Themenfeldes der geplanten wissenschaftlichen Arbeit gezielt weiterentwickelt.</p>
Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	Keine.
Kompetenznachweis	Assignment 1 Assignment 2
Lernaufwand	250 Stunden, 10 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Daniel Markgraf



ORG61 Prozessorganisation

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
---------------------------	----------------------

Kompetenzziele	<p>Über erweitertes Wissen hinsichtlich Prozessorganisation sowie das Change Management verfügen; die (prozessorientierte) Umgestaltung von Organisationen untersuchen und analysieren; Beurteilung von Ursachen, Widerständen und Ansätzen des Change Managements ableiten; Techniken der organisatorischen Gestaltung aus Anwendersicht beschreiben; Vorschläge zur Optimierung der Aufbau- und Prozessorganisation entwickeln; Bedeutung der prozessorientierten Organisationsstruktur und aktueller prozessorientierter Organisationskonzepte begründen; Kriterien zur Beurteilung organisatorischer Strukturen und Prozesse anwenden; die Wertkette nach M. E. Porter bei der strategischen Geschäftsprozessanalyse einsetzen und durchführen; den Themenbereich Prozessorganisation und Change Management kritisch reflektieren.</p>
-----------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Inhalt	<p>Grundlagen der Organisation und Aufbauorganisation Grundlagen der Organisationslehre Die Aufbauorganisation (Gebildestruktur)</p> <p>Prozessorganisation, Change Management und Organisationstechniken Die Prozessorganisation Change Management – Gestaltung des organisatorischen Wandels Techniken der organisatorischen Gestaltung</p> <p>Praktische Übungen Fallstudie ANAMINO zur Aufbauorganisation Fallstudie Sportseyes zur Prozessorganisation und zum Change Management</p> <p>Grundlagen des Prozessmanagements Prozessgedanke, Prozessorientierung Geschäftsprozesse Geschäftsprozessmanagement Strategisches Geschäftsprozessmanagement Controlling von Prozessen Geschäftsprozesse identifizieren und standardisieren</p>
---------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Voraussetzungen	Grundlagenkenntnisse der Betriebswirtschaftslehre Grundlagenkenntnisse der Unternehmensführung
------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------

Modulbausteine

UFU501 Studienbrief Grundlagen der Organisation und Aufbauorganisation mit **Onlineübung**

UFU502 Studienbrief Prozessorganisation, Change Management und Organisationstechniken mit **Onlineübung**

UFU503 Studienbrief Praktische Übungen

ORG201 Studienbrief Grundlagen des Geschäftsprozessmanagements mit **Onlineübung**

Onlinetutorium (1 Stunde)

Kompetenznachweis	Klausur (2 Stunden)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Tobias Specker



ORG65 Organisation und Unternehmensentwicklung

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
---------------------------	-------------------

Kompetenzziele	<p>Über detailliertes Wissen hinsichtlich Organisation und Unternehmensentwicklung verfügen; über spezialisiertes Wissen hinsichtlich Geschäftsprozessmanagement verfügen; Instrumente zur Analyse und Beurteilung von Geschäftsprozessen analysieren und beurteilen sowie zielorientiert anwenden; eine systematische Implementierung von Wissensmanagement in einem konkreten Unternehmen konzeptionieren; Veränderungsprozesse in einem konkreten Unternehmen situationsgerecht planen und Instrumente auswählen; Themen der Organisation und Unternehmensentwicklung kritisch reflektieren.</p>
-----------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Inhalt	<p>Grundlagen des Geschäftsprozessmanagements Prozessgedanke, Prozessorientierung Geschäftsprozesse Geschäftsprozessmanagement Strategisches Geschäftsprozessmanagement Controlling von Prozessen Geschäftsprozesse identifizieren und standardisieren</p> <p>Modellierung und Dokumentation von Geschäftsprozessen Modelle, Modellierung Prozessmodelle, Prozessmodellierung Ist- und Sollmodellierung Methode EPK Methode BPMN Vertikale Dimension der Prozessmodellierung</p> <p>Ausgewählte Problembereiche des Geschäftsprozessmanagements Reifegrade von Geschäftsprozessen Referenzprozessmodelle IT-Unterstützung der Prozessentwicklung Vorgehensmodelle für die Einführung des GPM Geschäftsprozessmanagement heute und morgen</p> <p>Change Management Principles of change management Change in the economy and in society Change within corporations Change and people involved</p> <p>Total Quality Management</p>
---------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Basic principles of TQM
From the ISO 9000 ff. to Business Excellence – quality awards
TQM à la EFQM
Quality costs and quality controlling
Quality management – instruments and methods

Knowledge Management

Knowledge – Approach to term
Communication and learning
Approaches to knowledge management
Establishing knowledge management
Instruments and methods
Knowledge managements: a case study
Conclusion and outlook

Voraussetzungen	Grundlagenkenntnisse der allgemeinen BWL
------------------------	------------------------------------------

Modulbausteine	ORG201 Studienbrief Grundlagen des Geschäftsprozessmanagements mit Onlineübung ORG202 Studienbrief Modellierung und Dokumentation von Geschäftsprozessen mit Onlineübung ORG203 Studienbrief Ausgewählte Problembereiche des Geschäftsprozessmanagements mit Onlineübung ORG303 Studienbrief Change Management mit Onlineübungen ORG301 Studienbrief Total Quality Management mit Onlineübungen ORG302 Studienbrief Knowledge Management mit Onlineübungen Onlinetutorium (1 Stunde)
-----------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Kompetenznachweis	Klausur (1 Stunde)
--------------------------	--------------------

Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
--------------------	--------------------------------

Sprache	Deutsch / Englisch
----------------	--------------------

Studienleiter	Tobias Specker
----------------------	----------------



PER25 Grundlagen des Personalmanagements

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
---------------------------	----------------------

Kompetenzziele	<p>Über erweitertes Wissen hinsichtlich Inhalten, Anforderungen, Methoden und Zielen der Personalplanung und -beschaffung verfügen; Vorgehensweise bei der Einstellung und Einführung neuer Mitarbeiter entwickeln und erstellen; typische Merkmale, Struktur und Funktionalität von Anwendungssystemen bei der Personalplanung und -verwaltung bei der Arbeitszeitverwaltung und Entgeltabrechnung, beim Travel Management sowie bei Personalentwicklung und Aus- und Weiterbildung sowie Anwendung dieser verstehen, analysieren und beurteilen; Bedarfe, Einsatzmöglichkeiten und Potenziale von Anwendungssystemen im Personalwesen abschätzen bzw. klassifizieren; Anforderungen und Herausforderungen an das Personalmanagement kritisch reflektieren.</p>
-----------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Inhalt	<p>Personalplanung und Personalbeschaffung Personalplanung Personalbeschaffung (Personalansprache und -suche) Personalauswahl Der Arbeitsvertrag</p> <p>Personaleinsatz Leistungsprozess als Grundlage des Personaleinsatzes Die Aufnahme einer neuen Tätigkeit Flexibilisierung der Arbeitsinhalte Dimensionen der Arbeitsgestaltung Personalfreisetzung</p> <p>Personalentwicklung Personalentwicklung in der betrieblichen Praxis Personalentwicklungsprozess Zielgruppen- und lösungsorientierte Diskussionsfelder Unterschiede der PE zwischen großen und mittelständischen Unternehmen Organisationsentwicklung</p> <p>Personalinformationssysteme Einführung Anwendungssicht Prozesssicht Datensicht Techniksicht Benutzersicht Betroffenensicht</p> <p>Integration von Praxiserfahrung und des ersten akademischen Abschlusses</p>
---------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Die weiterführende Integration bereits vorhandener Praxiserfahrung, die durch das Erststudium erworbenen akademischen Kenntnisse und Kompetenzen sowie die kritische Reflexion aktueller Praxiserfahrungen wird im Modul durch den Kompetenznachweis Assignment (Bezug zur Empirie/Fallbeispiel/Fallstudie) gewährleistet und unterstützt.

Voraussetzungen	Grundlagen der Informationsverarbeitung
Modulbausteine	PER201 Studienbrief Personalplanung und Personalbeschaffung mit Onlineübung PER202 Studienbrief Personaleinsatz mit Onlineübung PER203 Studienbrief Personalentwicklung mit Onlineübung ANS601 Studienbrief Personalinformationssysteme mit Onlineübung
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Wolfgang Bohlen



PER69 Potenzialentwicklung und Coaching

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
---------------------------	----------------------

Kompetenzziele	<p>Über erweitertes Wissen hinsichtlich Personalbeurteilung sowie deren Aufgaben, Arten, Formen und Voraussetzungen verfügen; Methoden und Auswirkungen der Personalbeurteilung im Unternehmen interpretieren und differenziert betrachten; Beurteilungskriterien und deren Bedeutung im Beurteilungsprozess formulieren; Phasen der Personalentwicklung und Rolle der Führungskräfte im Prozess der Qualifizierung und Potenzialentwicklung bewerten; Instrumente zur Personal- und Potenzialentwicklung ableiten; Potenzialentwicklungsmaßnahmen durch die Gestaltung von Förder- und/oder Traineeprogrammen ausarbeiten; Bedeutung von Coaching im Rahmen der Potenzialanalyse evaluieren sowie Herausforderungen bei der Anwendung von Coaching in Unternehmen einordnen; Methoden und Techniken im Coaching sowie Probleme und Hindernisse von Coaching realisieren; Coaching als Führungsinstrument einsetzen; Mentoring als Potenzialentwicklungsmaßnahme bestimmen; den Themenbereich Potenzialentwicklung und Coaching kritisch reflektieren.</p>
-----------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Inhalt	<p>Grundlagen der Personalbeurteilung Grundlagen der Personalbeurteilung Personalbeurteilungsplanung Durchführung von Personalbeurteilungen</p> <p>Methoden der Personal- und Potenzialentwicklung Zur Bedeutung der Personal- und Potenzialentwicklung Grundlagen der Personal und Potenzialentwicklung Prozess der Potenzial- und Personalentwicklung Potenzialanalyse und Potenzialentwicklung Berufliche Bildung Berufliche Förderung Methoden der Personalentwicklung</p> <p>Grundlagen des Coachings Grundlagen des Coachings Varianten des Coachings Analyse und Voraussetzungen für Coachingprozesse Coaching->Prozess</p> <p>Professionelle Methoden und Kompetenzen im Coaching Anforderungen an einen Coach Methoden und Techniken im Coaching</p>
---------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Diagnoseverfahren im Rahmen von Coachingprozessen
Interventionsverfahren im Coaching
Probleme und Hindernisse von Coaching

Coaching als Führungsinstrument

Die Führungskraft als Coach
Coaching als Führungsinstrument
Der Teamleiter als Coach

Voraussetzungen	Keine.
------------------------	--------

Modulbausteine	PER205 Studienbrief Grundlagen der Personalbeurteilung mit Onlineübung PER614 Studienbrief Methoden der Personal- und Potenzialentwicklung mit Onlineübung FGI601 Studienbrief Grundlagen des Coachings mit Onlineübung FGI602 Studienbrief Coaching: Methoden mit Onlineübung FGI603 Studienbrief Coaching als Führungsinstrument mit Einsendeaufgaben
-----------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Kompetenznachweis	Assignment
--------------------------	------------

Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
--------------------	--------------------------------

Sprache	Deutsch
----------------	---------

Studienleiter	Annegret Reski
----------------------	----------------



PEW61 Technologiemanagement

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
---------------------------	-------------------

Kompetenzziele	<p>Über detailliertes und spezialisiertes Wissen hinsichtlich der Begriffe Technologie und Technologiemanagement verfügen;</p> <p>erweitertes Wissen hinsichtlich Technologieentwicklung in Unternehmen und einen Überblick zur staatlichen Forschungs- und Technologiepolitik und zu möglichen Innovationswiderständen haben;</p> <p>über vertieftes Verständnis von theoretischen Konzepten des strategischen und operativen Technologiemanagement und die Instrumentarien für typische Aufgabenstellungen aus der Technologiemanagement-Praxis verfügen;</p> <p>über erweitertes Wissen hinsichtlich Methoden, Instrumenten und Herangehensweisen im Technologiemanagement verfügen;</p> <p>über die Fähigkeit, Fachinhalte kritisch zu hinterfragen und zu diskutieren, verfügen.</p>
-----------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Inhalt	<p>Grundlagen: Erscheinungsformen und Bedeutung Zum Verständnis von Technologiemanagement Technologien in übergeordneter Betrachtung Die Akteure im Technologiemanagement Modelle der Technologieentwicklung</p> <p>Technologieentwicklung im Unternehmen Entstehung und Aufgaben des Technologiemanagements Interaktionen und Verflechtungen des Technologiemanagements Der Technologiezyklus im Unternehmen</p> <p>Aufstellung von Technologiestrategien Unternehmensstrategien und Technologiestrategien – Grundsätze, Zusammenhänge, Erscheinungsformen Strategische Analysen als Grundlage für Technologiestrategien Identifizieren von Technologiefeldern mit Zukunftspotenzial Festlegung und Darstellung von Technologiefeldern und Technologiestrategien Technologieplanung: Umsetzung der Technologiestrategie</p> <p>Wissensmanagement: Grundlage des Technologiemanagements Wissen als Grundlage des technologiebezogenen Wissensmanagements Zukunftswissen für das Technologiemanagement Externe Wissenserfassung Funktionen und Formen technologiebezogener Schutzrechte Strategische Gestaltung von Patent- und Lizenzrechten Technologiemanagement im internationalen Umfeld</p>
---------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Voraussetzungen	Keine.
------------------------	--------

Modulbausteine

PEW605 Studienbrief Grundlagen: Erscheinungsformen und Bedeutung mit **Onlineübung**

PEW606 Studienbrief Technologieentwicklung im Unternehmen mit **Onlineübung**

PEW607 Studienbrief Aufstellung von Technologiestrategien mit **Onlineübung**

PEW608 Studienbrief Wissensmanagement: Grundlage des Technologiemanagements mit **Onlineübung**

Kompetenznachweis

Klausur (1 Stunde)

Lernaufwand

125 Stunden, 5 Leistungspunkte

Sprache

Deutsch

Studienleiter

Jörg Schmütz



SB900M Interdisziplinäre 1 Veranstaltungsreihe Masterkolleg

Kompetenzzuordnung	Systemische Kompetenz
Kompetenzziele	Fähigkeit, die für das Gebiet der Masterthesis relevanten wissenschaftlichen Positionen, Literatur und der üblichen Methoden zu einer praxisorientierten Abschlussarbeit auf Masterniveau zu integrieren. Ableitung, Formulierung und Verteidigung einer praxis- und/oder wissenschaftlich relevanten Forschungsfrage. Erläuterung, Begründung und Verteidigung der gewählten theoretischen und empirischen Ansätze und Vorgehensweisen. Fähigkeit zur Synthese von Theorie und Empirie und der kritischen Reflexion des gewählten Ansatzes. Ausarbeitung, Umsetzung und das konkrete Abhalten einer wissenschaftlichen Präsentation. Fähigkeit zu Erstellung eines praxisorientierten, theoretisch sowie empirisch fundierten Exposés.
Inhalt	<ul style="list-style-type: none">• Präsentation der Kernpunkte (angedachtes Thema, theoretische Basis sowie methodisches Vorgehen) der beiden Assignments des Masterkolleg-Moduls• Kritische Diskussion der Vorträge durch zwei Dozenten und Zuhörerschaft• Fokussiertes Feedback zu Lücken und Schwächen in Theorie, Empirie und Methode• Konkrete Verbesserungsvorschläge
Voraussetzungen	Assignment 1 (Kenntnis der Theorie und Literatur im für die Masterthesis relevanten Feld) und Assignment 2 (Kenntnis der Methoden des für die Masterthesis relevanten Feldes) muss positiv absolviert sein.
Modulbausteine	9000 Interdisziplinäre Veranstaltungsreihe Masterkolleg 1 Tag
Kompetenznachweis	–
Lernaufwand	
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Dr. Robert Rossberger

SQF60 Schlüsselqualifikationen für Studium und Beruf

Kompetenzzuordnung	Systemische Kompetenz
---------------------------	-----------------------

Kompetenzziele	<p>Über systemische Kompetenz hinsichtlich der Implikationen des Methodenpluralismus und des Kritischen Rationalismus für eine konkrete (empirische) Forschung verfügen;</p> <p>ein Forschungsproblem adäquat formulieren und daraus eine Strategie und das für ihre Umsetzung erforderliche Instrumentarium ableiten;</p> <p>die "Werkzeuge" der Datenerhebung (Beobachtung, Befragung und Inhaltsanalyse) problembezogen anwenden und ausführen;</p> <p>die Gütekriterien für die Ergebnisse der Datengewinnung analysieren sowie die Probleme der einzelnen Methoden abschätzen;</p> <p>Datenauswertung mit multivariaten Analysemethoden planen sowie die erforderlichen Arbeitsschritte strukturieren;</p> <p>unterschiedliche Perspektiven, Methoden und Herangehensweisen kritisch reflektieren.</p>
-----------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Inhalt	<p>Grundlagen der Wissenschaftstheorie verstehen Wissenschaftstheorie – Eine Einführung Wissenschaftliche Methoden</p> <p>Ein Forschungsprojekt planen Forschungsplanung – Arbeitsschritte Operationalisierung Auswahlverfahren</p> <p>Ein Forschungsprojekt durchführen und auswerten Forschungsdurchführung Forschungsauswertung</p> <p>Integration von Praxiserfahrung und des ersten akademischen Abschlusses Die weiterführende Integration bereits vorhandener Praxiserfahrung, die durch das Erststudium erworbenen akademischen Kenntnisse und Kompetenzen sowie die kritische Reflexion aktueller Praxiserfahrungen wird im Modul durch den Kompetenznachweis Assignment (Bezug zur Empirie/Fallbeispiel/Fallstudie) gewährleistet und unterstützt.</p>
---------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Voraussetzungen	Grundkenntnisse in Statistik Kenntnisse in MS Excel
------------------------	--------------------------------------------------------

Modulbausteine	<p>Orientierungswerkstatt (2 Tage Präsenzseminar + 2 Stunden Onlineseminar)</p> <p>SQF601 Studienbrief Grundlagen der Wissenschaftstheorie verstehen</p> <p>SQF602 Studienbrief Ein Forschungsprojekt planen</p> <p>SQF603 Studienbrief Ein Forschungsprojekt durchführen und auswerten</p> <p>SQFA604-EL Hörbuch zu den Studienbriefen SQF601-603</p> <p>Einsendeaufgaben zu den Studienbriefen SQF601-603</p> <p>SQLD302-VH Download Vorgaben für wissenschaftliche Studien- und Abschlussarbeiten bei AKAD</p>
-----------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Marianne Blumentritt

STL66 Steuerlehre

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
---------------------------	----------------------

Kompetenzziele	<p>Über erweitertes Wissen hinsichtlich der Steuerlehre verfügen; Steuerpflicht feststellen sowie klassifizieren und Einkommen-, Gewerbe- und Umsatzsteuer berechnen; Systematik des Steuereinflusses verstehen und beurteilen sowie daraus Interdependenzen zwischen den Steuerarten in bestimmten Anwendungsfällen ableiten und begründen; die Steuerwirkung bei betriebswirtschaftlichen Entscheidungen ermitteln und klassifizieren sowie interpretieren; die steuerliche Gestaltung reflektieren.</p>
-----------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Inhalt	<p>Kenntnisse der Steuerlehre (Allgemeines Steuerrecht, Abgabenordnung) und Umsatzsteuer Allgemeines Steuerrecht Umsatzsteuer</p> <p>Ertragsteuern (Einkommen-, Körperschaft- und Gewerbesteuer) Steuern vom Einkommen Einkommensteuer Körperschaftsteuer Gewerbesteuer</p> <p>Praxisfälle zur Einkommen-, Gewerbe- und Umsatzsteuer Allgemeines zur Fallbearbeitung Praxisfälle zur Einkommensteuer Praxisfall zur Gewerbesteuer Praxisfall zur Umsatzsteuer</p> <p>Integration von Praxiserfahrung und des ersten akademischen Abschlusses Die weiterführende Integration bereits vorhandener Praxiserfahrung, die durch das Erststudium erworbenen akademischen Kenntnisse und Kompetenzen sowie die kritische Reflexion aktueller Praxiserfahrungen wird im Modul durch den Kompetenznachweis Assignment (Bezug zur Empirie/Fallbeispiel/Fallstudie) gewährleistet und unterstützt.</p>
---------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Voraussetzungen	Keine.
------------------------	--------

Modulbausteine	<p>RAE101-EL Studienbrief Rechtsänderungstabellen STL101-EL Studienbrief Grundlagen der Steuerlehre (allgemeines Steuerrecht, Abgabenordnung und Umsatzsteuer) mit Onlineübungen STL102-EL Studienbrief Ertragsteuern (Einkommen-, Körperschaft und Gewerbesteuer) mit Onlineübungen STL103-EL Studienbrief Praxisfälle zur Einkommen-, Gewerbe- und Umsatzsteuer</p>
-----------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



Kompetenznachweis Assignment

Lernaufwand 125 Stunden, 5 Leistungspunkte

Sprache Deutsch

Studienleiter Henning von Brandis

UFM63 **Wirtschaftsethik und Nachhaltigkeit**

Kompetenzzuordnung	Systemische Kompetenz
---------------------------	-----------------------

Kompetenzziele	<p>Über systematisches Verständnis im Bereich der Wirtschaftsethik und der Nachhaltigkeit auch unter Berücksichtigung einer globalisierten Wirtschaft verfügen;</p> <p>die philosophischen Grundlagen volkswirtschaftlicher Theorien des gesellschaftlichen Wertewandels analysieren und interpretieren sowie differenziert betrachten;</p> <p>über instrumentelles Verständnis für Religion und Philosophie in den wichtigsten Kulturkreisen (Europa und Amerika, Vorder- und Mittelasien, Ostasien) als wichtige Rahmenbedingungen des interkulturellen Managements verfügen;</p> <p>Unternehmensphilosophien nach dem Shareholder-Prinzip und nach dem Stakeholder-Prinzip auch bezüglich ihrer Auswirkungen auf die Unternehmenspraxis, grundlegende Begriffe der Wirtschaftsethik und der Nachhaltigkeit in Führungskontexten kennen, verstehen und/oder anwenden sowie analysieren;</p> <p>die Inhaltselemente einer integren Führung sowie deren Verknüpfung mit der unternehmenskulturellen Verortung (Integritätskultur) und der Instrumente einer unterstützenden Systemgestaltung kennen, verstehen und/oder anwenden sowie analysieren und hinterfragen sowie bewerten;</p> <p>wirtschaftsethische Entscheidungsprozesse und deren Prämissen und Dimensionen untersuchen und analysieren sowie bewerten;</p> <p>den Zusammenhang von Ressourcenorientierung und Nachhaltigkeit unter Beachtung der ökonomischen und wirtschaftsökologischen Aspekte und deren Ausgestaltung in den unterschiedlichen Facetten von Organisation und Führung erläutern und interpretieren;</p> <p>wirtschaftsethische Grundsätze auf Beispiele komplexer und konkreter Unternehmens- und Managementsituationen interpretieren und analysieren sowie anwenden;</p> <p>den Umgang mit Konflikten kritisch reflektieren und diesbezügliche Empfehlungen zur Lösung/Gestaltung konzipieren und entwickeln.</p>
-----------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Inhalt	<p>Philosophie und Ökonomie</p> <p>Die Philosophie: Ursprung aller Wissenschaften</p> <p>Die philosophischen Kenntnisse der Ökonomie und ihr wirtschaftsgeschichtlicher Hintergrund</p> <p>Die Epochen der abendländischen Philosophie und die wirtschaftswissenschaftlichen Theorien</p> <p>Der Wertewandel in der Gesellschaft und das Werten der Individuen</p> <p>Ethik korporativen Handelns</p> <p>Die korporative Verantwortung</p> <p>Die Ethik korporativen Handelns</p> <p>Fallbeispiele zum ethischen Verhalten von Unternehmen</p> <p>Individuethik: Führungs- und Konsumentenethik</p> <p>Der Wertewandel in der Gesellschaft und das Werten der Individuen</p> <p>Menschenführung aus philosophischer Sicht</p> <p>Menschenführung in der Dienstleistungsgesellschaft</p> <p>Menschenführung in multinationalen Unternehmen</p>
---------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



Konsumentenverantwortung

Wirtschaftsethische und nachhaltigkeitsbezogene Entscheidungsprozesse

Entscheidungen über Entscheidungsprämissen

Entscheidungsprozesse für Nachhaltigkeit und Ethik auf unterschiedlichen Ambitionsniveaus

Grundmuster von Entscheidungstypen

Integre Unternehmensführung

Sustainable Leadership: Ordnung im Prämissengerangel

Ressourcenkompetenz

Beobachtung der Performanz des systemischen Handelns

Beobachtung der Performanz des Haushaltens

Beobachtung der Performanz Dilemmabewältigung

Beobachtung der Jetzt-für-Dann-Entscheidungen

Integration von Praxiserfahrung und des ersten akademischen Abschlusses

Die weiterführende Integration bereits vorhandener Praxiserfahrung, die durch das Erststudium erworbenen akademischen Kenntnisse und Kompetenzen sowie die kritische Reflexion aktueller Praxiserfahrungen wird im Modul durch den Kompetenznachweis Assignment (Bezug zur Empirie/Fallbeispiel/Fallstudie) gewährleistet und unterstützt.

Voraussetzungen	Keine.
------------------------	--------

Modulbausteine	UFU801 Studienbrief Philosophie und Ökonomie UFU802 Studienbrief Ethik korporativen Handelns UFU803 Studienbrief Individualethik: Führungs- und Konsumentenethik Einsendaufgabe zu den Studienbriefen UFU801-803 UFU603 Studienbrief Wirtschaftsethische und nachhaltigkeitsbezogene Entscheidungsprozesse mit Onlineübung UFU604 Studienbrief Integre Unternehmensführung mit Onlineübung
-----------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Kompetenznachweis	Assignment
--------------------------	------------

Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
--------------------	--------------------------------

Sprache	Deutsch
----------------	---------

Studienleiter	Ulrich Kreutle
----------------------	----------------

UFM74 Strategisches Management und Controlling

Kompetenzzuordnung	Systemische Kompetenz
Kompetenzziele	<p>Über systemische Kompetenz im Bereich der Unternehmensführung, des strategischen Managements und des Controllings unter Berücksichtigung entscheidungstheoretischer und -praktischer Aspekte des strategischen Denkens verfügen, um wissenschaftlich fundierte strategische Entscheidungen zu fällen;</p> <p>Das St. Galler Managementkonzept (ganzheitliche Perspektivenbetrachtung, vernetzte (Sub-)Systeme) interpretieren und differenziert betrachten;</p> <p>Planungs-, Umsetzungs- und Controllinginstrumente untersuchen und analysieren;</p> <p>die Stufen des Prozessmodells des strategischen Managements analysieren und beurteilen sowie ableiten;</p> <p>situationsgerechte strategische und operative Controllinginstrumente klassifizieren und anwenden;</p> <p>strategische Lösungsvorschläge konzeptionieren und entwickeln und strategische Lösungen durchführen;</p> <p>gewählte Methoden, unterschiedliche Entscheidungstechniken und Entscheidungssituationen kritisch reflektieren.</p>
Inhalt	<p>Grundlegendes zum Problem der Unternehmensführung</p> <p>Unternehmensführung – „Shortcut“ zum Funktionsspektrum und Problemkontext</p> <p>Normatives Management: Handlungsmaßstab und Gestaltungsaufgaben</p> <p>Unternehmenspolitik: Aktivitätselement normativer Unternehmensführung</p> <p>Unternehmensverfassung: Strukturelement normativer Unternehmensführung</p> <p>Unternehmenskultur – Verhaltenselement der normativen Unternehmensführung</p> <p>Strategische Unternehmensführung – ausgewählte Perspektiven</p> <p>Strategische Unternehmensführung</p> <p>Strategie und strategische Programme – ausgewählte Zugänge</p> <p>Entscheidungstheoretische und -praktische Aspekte strategischen Denkens</p> <p>Zwischenfazit zum strategischen Management</p> <p>Operative Unternehmensführung – Merkmale, Wirkzusammenhänge und Gestaltungserfordernisse</p> <p>Strategieentwicklung und Strategieimplementierung</p> <p>Prozessmodell des strategischen Managements</p> <p>„SWOT“ zum Ersten: Merkmale und innere Logik</p> <p>„SWOT“ zum Zweiten – Konsolidierungsperspektiven</p> <p>Strategieformulierung</p> <p>Strategiebewertung und -(aus)wahl</p> <p>Strategieimplementierung</p> <p>Strategische Kontrolle</p>



Epilog zum St. Galler Managementmodell

Controlling kompakt

Was ist Controlling?

Die Gestaltung des Planungssystems als Aufgabe des Controllings

Die Gestaltung des Kontrollsystems als Aufgabe des Controllings

Die Koordination der Informationsversorgung als Aufgabe des Controllings

Entwicklungsperspektiven im Controlling am Beispiel der Balanced Scorecard

Strategisches Management bei einem mittelständischen BekleidungsHersteller

Das Unternehmen

Strategische Analyse des Unternehmensumfeldes der Gebrüder Becker GmbH

Interne Analyse der Becker GmbH mittels der Wertkettenanalyse

Strategieformulierung

Strategie-Implementierung und strategische Kontrolle

Angewandte und deskriptive Entscheidungslehre

Zum Gegenstand der Entscheidungslehre

Beschreibung von Entscheidungsproblemen

Entscheidungen bei Sicherheit

Entscheidungen bei Unsicherheit

Der Entscheidungsprozess

Unterstützung der Anregungs- und Suchphase

Unterstützung der Entscheidungsfindungsphase

Unterstützung der Durchsetzungs- und Kontrollphase

Behavioral Economics: Ausgewählte Befunde und Erkenntnisse

Integration von Praxiserfahrung und des ersten akademischen Abschlusses

Die weiterführende Integration bereits vorhandener Praxiserfahrung, die durch das Erststudium erworbenen akademischen Kenntnisse und Kompetenzen sowie die kritische Reflexion aktueller Praxiserfahrungen wird im Modul durch den Kompetenznachweis Assignment (Bezug zur Empirie/Fallbeispiel/Fallstudie) gewährleistet und unterstützt.

Voraussetzungen	BWL-Grundlagen
Modulbausteine	UFU201 Studienbrief Grundlegendes zum Problem der Unternehmensführung mit Onlineübung UFU202 Studienbrief Strategische Unternehmensführung mit Onlineübung UFU203 Studienbrief Der Prozess des strategischen Managements mit Onlineübung UFU204 Studienbrief Controlling kompakt mit Onlineübung UFU205 Studienbrief Strategisches Management bei einem mittelständischen BekleidungsHersteller (Fallstudie) UFU601 Studienbrief Angewandte und deskriptive Entscheidungslehre mit Onlineübung

Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Dr. Robert Rossberger



UFM90 Corporate Governance und Nachhaltigkeit - Masterkolleg

Kompetenzzuordnung	Systemische Kompetenz
Kompetenzziele	<p>Über systemische Kompetenz sowie vertieftes Wissen hinsichtlich der für das Gebiet der Masterarbeit relevanten wissenschaftlichen Positionen, Literatur und der im Fachgebiet üblichen Methoden verfügen; eine praxis- und/oder wissenschaftlich relevante Forschungsfrage ableiten, formulieren und bewerten sowie rechtfertigen; die gewählten theoretischen und empirischen Ansätze und Vorgehensweisen erläutern, begründen und bewerten sowie verteidigen; eine wissenschaftliche Präsentation konkret ausarbeiten und umsetzen; Theorie und Empirie synthetisieren und den gewählten Ansatz kritisch reflektieren.</p>
Inhalt	<p>Aufgabenstellungen im Kontext der Inhalte der Wahlpflichtmodule sowie Verknüpfung mit den Schwerpunkten/Kernbereichen des Studiengangs. Flexible inhaltliche und didaktische Gestaltung über geeignete Methodenwahl in Abstimmung mit der mentoriellen Betreuung.</p> <p>Beispiele:</p> <ul style="list-style-type: none">• Fallstudie(n)• Empirische Forschungsarbeit• Modellierung• Gestaltungsempfehlung• Recherchearbeit mit Kategorisierung• Machbarkeitsuntersuchung• usw. <p>Integration von Praxiserfahrung und des ersten akademischen Abschlusses</p> <p>Die weiterführende Integration bereits vorhandener und die kritische Reflexion aktueller Praxiserfahrung sowie durch das Erststudium erlangter akademischer Kenntnisse und Kompetenzen wird im Rahmen des Masterkollegs gefordert, gefördert und im Lichte des angedachten Themenfeldes der geplanten wissenschaftlichen Arbeit gezielt weiterentwickelt.</p>
Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	Keine.
Kompetenznachweis	Assignment 1 Assignment 2
Lernaufwand	250 Stunden, 10 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch



UFM91 International Management - Masterkolleg

Kompetenzzuordnung	Systemische Kompetenz
Kompetenzziele	<p>Über systemische Kompetenz sowie vertieftes Wissen hinsichtlich der für das Gebiet der Masterarbeit relevanten wissenschaftlichen Positionen, Literatur und der im Fachgebiet üblichen Methoden verfügen;</p> <p>eine praxis- und/oder wissenschaftlich relevante Forschungsfrage ableiten, formulieren und bewerten sowie rechtfertigen;</p> <p>die gewählten theoretischen und empirischen Ansätze und Vorgehensweisen erläutern, begründen und bewerten sowie verteidigen;</p> <p>eine wissenschaftliche Präsentation konkret ausarbeiten und umsetzen;</p> <p>Theorie und Empirie synthetisieren und den gewählten Ansatz kritisch reflektieren.</p>
Inhalt	<p>Aufgabenstellungen im Kontext der Inhalte der Wahlpflichtmodule sowie Verknüpfung mit den Schwerpunkten/Kernbereichen des Studiengangs. Flexible inhaltliche und didaktische Gestaltung über geeignete Methodenwahl in Abstimmung mit der mentoriellen Betreuung.</p> <p>Beispiele:</p> <ul style="list-style-type: none">• Fallstudie(n)• Empirische Forschungsarbeit• Modellierung• Gestaltungsempfehlung• Recherchearbeit mit Kategorisierung• Machbarkeitsuntersuchung• usw. <p>Integration von Praxiserfahrung und des ersten akademischen Abschlusses</p> <p>Die weiterführende Integration bereits vorhandener und die kritische Reflexion aktueller Praxiserfahrung sowie durch das Erststudium erlangter akademischer Kenntnisse und Kompetenzen wird im Rahmen des Masterkollegs gefordert, gefördert und im Lichte des angedachten Themenfeldes der geplanten wissenschaftlichen Arbeit gezielt weiterentwickelt.</p>
Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	Keine.
Kompetenznachweis	Assignment 1 Assignment 2
Lernaufwand	250 Stunden, 10 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Dr. Robert Rossberger

UFM92 Changemanagement

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	<p>Über spezialisiertes sowie erweitertes Wissen hinsichtlich des Change-Managements verfügen;</p> <p>über vertieftes Verständnis der Kriterien zur Beurteilung organisatorischer Strukturen und Prozesse verfügen;</p> <p>Techniken der organisatorischen Gestaltung aus Anwendersicht interpretieren und differenziert betrachten;</p> <p>Ursachen, Widerstände und Ansätze des Change Managements untersuchen und analysieren;</p> <p>die (prozessorientierte) Umgestaltung von Organisationen ableiten und konzeptionieren sowie bewerten;</p> <p>Interventionsmöglichkeiten bei Widerständen erkennen und anwenden sowie beurteilen;</p> <p>Veränderungsprozesse erkennen, beurteilen, steuern und umsetzen;</p> <p>Vorschläge zur Optimierung der Aufbau- und Prozessorganisation entwickeln und erstellen;</p> <p>Methoden, um Mitarbeiter zum Schritt ins Neue zu begeistern, anwenden und begleiten, sowie Phasen von Veränderungsprozessen und Krisen im Unternehmen und beim Individuum erkennen, beurteilen und einschätzen;</p> <p>Interventionsmöglichkeiten konzeptionieren und ausarbeiten sowie durchführen;</p> <p>Change Management als Führungsaufgabe und als Bestandteil der Unternehmensführung reflektieren.</p>
Inhalt	<p>Grundlagen der Organisation und Aufbauorganisation Grundlagen der Organisationslehre Die Aufbauorganisation (Gebildestruktur)</p> <p>Prozessorganisation, Change Management und Organisationstechniken Die Prozessorganisation Change Management – Gestaltung des organisatorischen Wandels Techniken der organisatorischen Gestaltung</p> <p>Changemanagement: Grundlagen und Konzepte Begriffsabgrenzung und Einordnung Rahmenbedingungen und Einflussfaktoren Modelle des Wandels Beratungsansätze im Changemanagement</p> <p>Changemanagement: Methoden und Praxisbeispiele Wandel und Widerstände Phasen im Changemanagement Führung in Veränderungsprozessen Erfolgreich verändern – Konzepte zur Bearbeitung von Wandel Erfolgsgeheimnisse im Changemanagement Werkzeuge und Instrumente im Changemanagement</p> <p>Integration von Praxiserfahrung und des ersten akademischen Abschlusses</p>



Die weiterführende Integration bereits vorhandener Praxiserfahrung, die durch das Erststudium erworbenen akademischen Kenntnisse und Kompetenzen sowie die kritische Reflexion aktueller Praxiserfahrungen wird im Modul durch den Kompetenznachweis Assignment (Bezug zur Empirie/Fallbeispiel/Fallstudie) gewährleistet und unterstützt.

Voraussetzungen	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre
------------------------	-----------------------------------------

Modulbausteine	UFU501 Studienbrief Grundlagen der Organisation und Aufbauorganisation mit Onlineübung UFU502 Studienbrief Prozessorganisation, Change Management und Organisationstechniken mit Onlineübung FGI401 Studienbrief Changemanagement: Grundlagen und Konzepte mit Onlineübung FGI402 Studienbrief Changemanagement: Methoden und Praxisbeispiele mit Onlineübung
-----------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Kompetenznachweis	Assignment
--------------------------	------------

Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
--------------------	--------------------------------

Sprache	Deutsch
----------------	---------

Studienleiter	Dr. Robert Rossberger
----------------------	-----------------------

UFM93 Human Resource Management - Masterkolleg

Kompetenzzuordnung	Systemische Kompetenz
Kompetenzziele	<p>Über systemische Kompetenz sowie vertieftes Wissen hinsichtlich der für das Gebiet der Masterarbeit relevanten wissenschaftlichen Positionen, Literatur und der im Fachgebiet üblichen Methoden verfügen; eine praxis- und/oder wissenschaftlich relevante Forschungsfrage ableiten, formulieren und bewerten sowie rechtfertigen; die gewählten theoretischen und empirischen Ansätze und Vorgehensweisen erläutern, begründen und bewerten sowie verteidigen; eine wissenschaftliche Präsentation konkret ausarbeiten und umsetzen; Theorie und Empirie synthetisieren und den gewählten Ansatz kritisch reflektieren.</p>
Inhalt	<p>Aufgabenstellungen im Kontext der Inhalte der Wahlpflichtmodule sowie Verknüpfung mit den Schwerpunkten/Kernbereichen des Studiengangs. Flexible inhaltliche und didaktische Gestaltung über geeignete Methodenwahl in Abstimmung mit der mentoriellen Betreuung.</p> <p>Beispiele:</p> <ul style="list-style-type: none">• Fallstudie(n)• Empirische Forschungsarbeit• Modellierung• Gestaltungsempfehlung• Recherchearbeit mit Kategorisierung• Machbarkeitsuntersuchung• usw. <p>Integration von Praxiserfahrung und des ersten akademischen Abschlusses</p> <p>Die weiterführende Integration bereits vorhandener und die kritische Reflexion aktueller Praxiserfahrung sowie durch das Erststudium erlangter akademischer Kenntnisse und Kompetenzen wird im Rahmen des Masterkollegs gefordert, gefördert und im Lichte des angedachten Themenfeldes der geplanten wissenschaftlichen Arbeit gezielt weiterentwickelt.</p>
Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	Keine.
Kompetenznachweis	Assignment 1 Assignment 2
Lernaufwand	250 Stunden, 10 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Wolfgang Bohlen



UFU68 Corporate Governance

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
---------------------------	-------------------

Kompetenzziele	<p>Über spezialisiertes und erweitertes Wissen hinsichtlich des Felder der Corporate Governance sowie vertieftes Verständnis für Problematiken hinsichtlich Führungsorganisation und Corporate Governance verfügen; den Gegenstand, den Treiber, wesentliche Entwicklungen sowie Kernprobleme und Funktionsweisen im Bereich der Corporate Governance interpretieren und differenziert betrachten;</p> <p>Regelwerke aus dem Bereich der Corporate Governance (sowohl auf gesetzlicher wie auch auf freiwilliger Basis) anhand ökonomischer und rechtlicher Kriterien analysieren und beurteilen;</p> <p>mögliche Zusammenhänge zwischen Corporate Governance und Unternehmenserfolg beurteilen, ableiten und analysieren;</p> <p>Anreizkonzepte als Bestandteil der Corporate Governance Strukturen kritisch reflektieren.</p>
-----------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Inhalt	<p>Grundlagen der Corporate Governance Begriffsbestimmung Corporate Governance Historische Entwicklung der Corporate Governance Ziele und Wirkungsweisen von Corporate Governance Regelungen Zusammenhang von Corporate Governance und Unternehmenserfolg Gestaltung von Corporate Governance Theoretische Analyse der Corporate Governance Regelungen</p> <p>Corporate Governance in Deutschland Regulatorische Ebene in Deutschland Deutscher Corporate Governance Kodex Ebene unternehmensindividueller Regelungen in Deutschland Personenebene in Deutschland</p> <p>Corporate Governance in den USA und auf supranationaler Ebene Corporate Governance in den USA Internationale Corporate Governance Alternative Ansätze der Corporate Governance</p> <p>Ausgewählte Themen deutscher Corporate Governance Fall 1: Konkurs der Bremer Vulkan AG im Jahr 1996 Fall 2: Abfindungs- und Prämienzahlungen in Zusammenhang mit der Übernahme der Mannesmann AG durch die Vodafone pic im Jahr 2000 Fall 3: Lustreisen der Betriebsratsmitglieder der Volkswagen AG im Jahr 2005 Fall 4: Schmiergeldaffäre bei der Siemens AG im Jahr 2006 Fall 5: Bilanzfälschungen bei der Enron Corporation im Jahr 2001 Fall 6: Managementvergütung bei Fannie Mae GSH in den Jahren 2001-2003 Fall 7: Insolvenz von Lehmann Brothers im Jahr 2008</p>
---------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Integration von Praxiserfahrung und des ersten akademischen Abschlusses

Die weiterführende Integration bereits vorhandener Praxiserfahrung, die durch das Erststudium erworbenen akademischen Kenntnisse und Kompetenzen sowie die kritische Reflexion aktueller Praxiserfahrungen wird im Modul durch den Kompetenznachweis Assignment (Bezug zur Empirie/Fallbeispiel/Fallstudie) gewährleistet und unterstützt.

Voraussetzungen	Grundkenntnisse im Bereich Organisation Grundlagen des Wirtschaftsrechts
Modulbausteine	UFU613 Studienbrief Grundlagen der Corporate Governance mit Onlineübung UFU614 Studienbrief Corporate Governance in Deutschland mit Onlineübung UFU615 Studienbrief Ausgewählte Themen deutscher Corporate Governance mit Onlineübung UFU616 Studienbrief Corporate Governance in den USA und auf supranationaler Ebene mit Onlineübung
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Dr. Robert Rossberger

UFU71 Fallstudienarbeit

Kompetenzzuordnung	Systemische Kompetenz
Kompetenzziele	<p>Über systemische Kompetenz hinsichtlich eigenständiger und ganzheitlicher Bearbeitung von umfassenden Fallstudien verfügen; unternehmerische Fragestellungen interpretieren und differenziert betrachten sowie überprüfen; wirtschaftliche Problemstellungen eigenständig untersuchen und analysieren; Lösungsalternativen beurteilen und ableiten; Handlungsempfehlungen konzeptionieren und entwickeln sowie erstellen; Entscheidungsmethoden auswählen und beurteilen sowie anwenden; die vorgeschlagenen Lösungen kritisch reflektieren.</p>
Inhalt	<p>Fallstudie: Neue Märkte gesucht - Integrationsprozesse am Beispiel regionaler Fleisch- und Wurstherstellung</p> <p>Konkrete Aufgabenstellungen als Führungskraft zu Themen der Unternehmensführung und -entwicklung anhand der Fallstudie bearbeiten.</p> <p>Integration von Praxiserfahrung und des ersten akademischen Abschlusses</p> <p>Die weiterführende Integration bereits vorhandener und die kritische Reflexion aktueller Praxiserfahrung sowie durch das Erststudium erlangter akademischer Kenntnisse und Kompetenzen können im Modul basierend auf den jeweils individuell erlangten Vorkenntnissen und Vorerfahrungen des jeweiligen Studierenden durch zielgerichtete Adaption der Aufgabenstellung gezielt gefördert und gefordert sowie aufgabenorientiert weiterentwickelt werden.</p>
Voraussetzungen	Grundlagenkenntnisse der Betriebswirtschaftslehre
Modulbausteine	Fachbuch Hartenstein et. al.: Der Weg in die Unternehmensberatung UFU618-FS Studienbrief (inklusive Lösungsskizze zur Fallstudie)
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Dr. Robert Rossberger

UFU72 Planspiel General Management

Kompetenzzuordnung	Systemische Kompetenz
---------------------------	-----------------------

Kompetenzziele	<p>Komplexes Wissen zu betriebswirtschaftlichen Grundlagen und Denkweisen bis hin zu strategischer und wertorientierter Unternehmensführung eigenständig aneignen und anwenden; Lern- und Selbstmanagementfähigkeiten hinsichtlich einer konkreten Aufgabenstellung anwenden; gesamtunternehmerische Zusammenhänge und die Wechselwirkungen der verschiedenen unternehmensinternen und -externen Einflussgrößen erkennen und analysieren sowie aneignen; durch Umsetzung von Plänen, Einschätzung von Folgen von Entscheidungen und effiziente und konstruktive Gestaltung von Entscheidungsfindung im Team vorgegebene Ziele erreichen; durch intensive Teamarbeit zur Sozialkompetenz befähigen; wirtschaftlich vernetztes Denken und Handeln vermitteln; unternehmerische Herausforderungen und Problemstellungen kritisch reflektieren und gesamtheitlich betrachten.</p>
-----------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Inhalt	<p>Planspiel: TOPSIM – General Management</p> <p>Das kompetitive Industrieplanspiel TOPSIM – General Management ist eine anspruchsvolle Management-Simulation, welche die komplexen Zusammenhänge eines produzierenden mittelständischen Unternehmens in der Drucker- und Kopiererbranche abbildet. In der Rolle der Geschäftsführung treffen die Teilnehmer strategische und operative Entscheidungen in den Unternehmensbereichen Marketing, Vertrieb, Forschung und Entwicklung, Einkauf, Fertigung, Personal und Verwaltung. Dabei erlernen sie, strukturiert mit großen Informationsmengen umzugehen und die Reichweite ihrer Entscheidungen abschätzen zu können.</p> <p>Lerninhalte:</p> <ul style="list-style-type: none">• Wertorientierte Unternehmensführung• Unternehmensleitbild (Vision, Mission, Zielbildung)• Strategisches Marketing (Konkurrenzanalyse, Marketing-Mix, Produktlebenszyklen, Corporate Identity)• Geschäftsfeldentwicklung• Personalplanung und -qualifikation, Produktivität und Fluktuation• Produktmanagement• Beschaffungsmanagement (Make-or-Buy Decision; Global Sourcing)• Ökologische Produktion, Rationalisierung• Investitions- und Auslastungsplanung• Finanz- und Rechnungswesen (Kostenrechnung, Break-Even-Analyse, Finanzplanung, Bilanz, GuV, Cash-Flow Statement und Kennzahlensysteme) <p>Integration von Praxiserfahrung und des ersten akademischen Abschlusses</p> <p>Die weiterführende Integration bereits vorhandener und die kritische Reflexion aktueller Praxiserfahrung sowie durch das Erststudium erlangter akademischer Kenntnisse und Kompetenzen können im Modul „Planspiel“ durch die Kombination von Präsenzseminar, mehrerer Online-Seminare und des Assignments zielgerichtet durch individuellen Rekurs und</p>
---------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



Reflektion auf bereits vorhandene Kenntnisse sowie Erfahrungen gefordert und gefördert sowie aufgaben-, kontext und kompetenzorientiert weiterentwickelt werden.

Voraussetzungen	Kenntnisse der Betriebswirtschaftslehre
Modulbausteine	Handbücher zum Planspiel Präsenzseminar (1 Tag; Kick-Off und erste Spielrunden) Onlinephase (weitere Spielrunden in einem Zeitraum von 4 bis 8 Wochen)
Kompetenznachweis	Assignment Mündliche Prüfung (30 Min.)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Daniel Markgraf

UFU94 Führung (Vertiefung) und Konfliktmanagement

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	<p>Über spezialisiertes sowie erweitertes Wissen hinsichtlich Führung unter Berücksichtigung des Konfliktmanagements verfügen; über vertieftes Verständnis des Einflusses der führenden Personen und der Führungssituation auf den Führungserfolg verfügen; Rollenkonflikte bei Führenden interpretieren und differenziert betrachten; Einarbeitungsprogramme für neue Mitarbeiter entwickeln und erstellen; ein instrumentelles Verständnis der Besonderheiten und Gesetzmäßigkeiten von Gruppen sowie der typischen Schritte der Teamentwicklung untersuchen und analysieren sowie entwickeln; die Probleme der Mitarbeiterführung in interkulturellen Arbeitsgruppen erkennen und verstehen sowie analysieren; die Prozesse der Organisationsentwicklung verstehen sowie kontextbezogene Methoden ableiten; Planung und Ausarbeitung geeigneter Inhalte und Schritte eines Führungskräfte Trainings für Beispielsituationen vorschlagen; Konfliktlösungen unter Berücksichtigung verschiedener Konfliktlösungsmodelle ausarbeiten, durchführen und optimieren; Konflikte kritisch reflektieren; Konflikte im gesellschaftlichen Kontext sowie den Einflusses des Konfliktbegriffes auf die Konfliktenstehung und Steuerung einordnen.</p>
Inhalt	<p>Die Führungskraft: Persönlichkeit, Anforderungen und Entwicklung Grundlagen der Führung Organisationsentwicklung für Führungskräfte Work-Life-Balance – Rollenprobleme von Führungskräften in der Berufs- und Privatsphäre Entwicklung und Training von Führungskräften</p> <p>Beziehung Vorgesetzter/Mitarbeiter Einarbeitung neuer Mitarbeiter Arbeitszufriedenheit Motivation von Mitarbeitern</p> <p>Führung und Arbeit in Gruppen Die Arbeitsgruppe Qualifikationen für die Gruppenarbeit: Teamentwicklungstraining Besondere Teams</p> <p>Konfliktmanagement Zur Relevanz des Konfliktmanagements in Unternehmen Identifikation von Konflikten: Was sind Konflikte? Analyse von Konflikten: Wie entstehen und verlaufen Konflikte? Bewältigung von Konflikten: Wie gehe ich mit Konflikten um? Entwicklung eines Konfliktmanagements im Unternehmen</p> <p>Konfliktkompetenz Orientierung in Konflikten</p>



Wie gehe ich selbst mit Konflikten um?
Die Konfliktlösungsstrategie: 4 Schritte
Konstruktive Grundhaltungen im Umgang mit Konflikten
Konflikte anzetteln
Handlungsmöglichkeiten von Führungskräften

Voraussetzungen	Grundlagen der Personalführung
------------------------	--------------------------------

Modulbausteine	FGI201 Studienbrief Die Führungskraft: Persönlichkeit, Anforderung und Entwicklung mit Onlineübung FGI202 Studienbrief Beziehung Vorgesetzter/Mitarbeiter mit Onlineübung FGI203 Studienbrief Führung und Arbeit in Gruppen mit Onlineübung SQL501 Studienbrief Konfliktmanagement mit Onlineübung
-----------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Kompetenznachweis	Klausur (1 Std.)
--------------------------	------------------

Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
--------------------	--------------------------------

Sprache	Deutsch
----------------	---------

Studienleiter	Dr. Robert Rossberger
----------------------	-----------------------

VWL62 Internationale Volkswirtschaftslehre

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
Kompetenzziele	<p>Über erweitertes Wissen hinsichtlich der internationalen Volkswirtschaftslehre verfügen;</p> <p>grundlegende und weiterführende Fragen und Denkansätze der realen und monetären Außenwirtschaftstheorie verstehen;</p> <p>neuere Ansätze der Außenwirtschaftstheorie und -politik, z. B. die „Neue Außenhandelstheorie“ und die strategische Handelspolitik, interpretieren und differenziert betrachten;</p> <p>Industriestaaten und Entwicklungsländer sowie Schwellenländer in der globalen Wirtschaft differenziert klassifizieren;</p> <p>spezifische Probleme von Entwicklungsländern analysieren und beschreiben sowie beurteilen;</p> <p>die Geschichte sowie die Entwicklung ausgewählter Schwellenländer verstehen und analysieren;</p> <p>wichtige Problemfelder und mögliche Lösungsansätze der Außenwirtschaftspolitik kritisch reflektieren.</p>
Inhalt	<p>Welthandel und internationale Faktorbewegungen</p> <p>Weltwirtschaftliche Grundbegriffe</p> <p>Internationaler Handel: Fakten und Trends</p> <p>Theorien zur Entwicklung und Bedeutung des Außenhandels</p> <p>Internationale Faktorbewegungen</p> <p>Außenwirtschaftspolitik (realwirtschaftlich)</p> <p>Grundlagen der Außenwirtschaftspolitik</p> <p>Importpolitik</p> <p>Exportpolitik</p> <p>Monetäre Außenwirtschaftstheorie und monetäre Außenwirtschaftspolitik</p> <p>Die Dokumentation außenwirtschaftlicher Zahlungsvorgänge</p> <p>Monetäre Außenwirtschaftstheorie: kurze Frist, freie Märkte</p> <p>Monetäre Außenwirtschaftstheorie: Trends auf freien Märkten</p> <p>Monetäre Außenwirtschaftspolitik: staatliche Interventionen</p> <p>Internationale Währungspolitik</p> <p>Globalisierung</p> <p>Globalisierung</p> <p>Globalisierung und Kooperation zwischen Volkswirtschaften</p> <p>Globalisierung und Wettbewerb zwischen Volkswirtschaften</p> <p>Schwellenländer</p> <p>Ursachen und Folgen des Aufstiegs der großen Schwellenländer in der Weltwirtschaft</p> <p>Formen und Ursachen des Aufstiegs der großen Schwellenländer</p> <p>Wirtschaftspolitische Strategien der großen Schwellenländer</p> <p>Die großen Schwellenländer in den Süd-Süd-Beziehungen</p> <p>Implikationen des Aufstiegs der großen Schwellenländer für die globale politische Ökonomie</p>
Voraussetzungen	Grundlagen der Volkswirtschaftslehre



Modulbausteine	VWL401 Studienbrief Welthandel und internationale Faktorbewegungen mit Onlineübung VWL402 Studienbrief Außenwirtschaftspolitik (realwirtschaftlich) mit Onlineübung VWL403 Studienbrief Monetäre Außenwirtschaftstheorie und monetäre Außenwirtschaftspolitik mit Onlineübung VWL404 Studienbrief Globalisierung mit Onlineübung AB35-635 Fachbuch Nölke; May; Claar (Hrsg.): Die großen Schwellenländer – Ursachen und Folgen ihres Aufstiegs in der Weltwirtschaft mit VWL601-BH Begleitheft und Onlineübung Onlinetutorium (1 Stunde)
Kompetenznachweis	Klausur (2 Stunden)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Peter Fischer

WIR64 Internationales Recht: Verträge, Zölle und Arbeitnehmerentsendung

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
---------------------------	-------------------

Kompetenzziele	<p>Über detailliertes Wissen hinsichtlich der wichtigsten vertrags- und zollrechtlichen Regelungen, die für die Gestaltung von Handelsbeziehungen mit internationalen Partnern erforderlich sind und deren Anwendung bei der Gestaltung und Abwicklung von internationalen Handelskäufen verfügen;</p> <p>die Entsendung von Mitarbeitern ins Ausland unter Beachtung arbeits-, sozialversicherungs- und steuerlicher Aspekte planen und durchführen;</p> <p>die vermittelten internationalen rechtlichen Aspekte und Fragestellungen reflektieren.</p>
-----------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Inhalt	<p>Vertragsgestaltung bei internationalen Kaufverträgen Der internationale Kaufvertrag nach dem UN-Kaufrecht INCOTERMS 2000 Grundsätze der Produkthaftung Grundzüge des Internationalen Privatrechts Zahlungsmodalitäten im internationalen Warenverkehr Internationale Streitbeilegung Regelungsbedürftige Punkte bei internationalen Kaufverträgen</p> <p>Einführung in das Zollrecht Der Zoll in der EU Rechtsgrundlagen für das Zoll- und Außenhandelsrecht Zolltarif, Zollwert, Ursprung Zollrechtliche Grundbegriffe</p> <p>Auslandseinsatz von Mitarbeitern Öffentlich-rechtliche Aspekte der Auslandsentsendung Arbeitsrechtliche Aspekte der Auslandsentsendung Auf eine Arbeitnehmerentsendung anwendbares Recht Die vertragliche Gestaltung einer Entsendungsvereinbarung Mitbestimmungsrecht des Betriebsrates bei der Arbeitnehmerentsendung Steuerliche Aspekte im Überblick</p>
---------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Voraussetzungen	Grundkenntnisse der allgemeinen Rechtsgeschäftslehre Grundkenntnisse des Vertrags-, Handels- und Gesellschaftsrechts
------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Modulbausteine	<p>IBW501 Studienbrief Vertragsgestaltung bei internationalen Kaufverträgen</p> <p>IBW502 Studienbrief Einführung in das Zollrecht</p> <p>IBW502 Studienbrief Auslandseinsatz von Mitarbeitern</p> <p>Einsendeaufgaben zum Modul WIR64</p> <p>Onlinetutorium (1 Stunde)</p>
-----------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Kompetenznachweis	Klausur (2 Stunden)
--------------------------	---------------------



Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Joachim Klink
